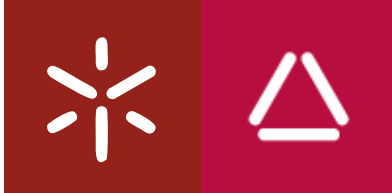




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Elisa Maria Sá Campos

Au Revoir, Portugal: A influência do ambiente sociocultural nas rotinas produtivas – análise dos noticiários da manhã da Alfa e da Renascença



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Elisa Maria Sá Campos

Au Revoir, Portugal: A influência do ambiente sociocultural nas rotinas produtivas – análise dos noticiários da manhã da Alfa e da Renascença

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências de Comunicação
Área de Especialização em Informação e Jornalismo
Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Luís Santos

Nome: Elisa Maria Sá Campos

Endereço eletrónico: elisasacampos92@gmail.com

Telefone: 916736973

Número de Cartão de Cidadão: 14163296

Título da dissertação: Au Revoir, Portugal: A influência do ambiente sociocultural nas rotinas produtivas – análise dos noticiários da manhã da Alfa e da Renascença

Orientador: Professor Doutor Luís Santos

Ano de conclusão: 2015

Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTE RELATÓRIO DE ESTÁGIO, APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

UNIVERSIDADE DO MINHO, __/__/__

Elisa Maria Sá Campos

Agradecimentos

A todos eles, um excêntrico aplauso:

À minha **mãe**, pelo apoio incondicional durante todo o período de estágio, bem como ao longo de toda a vida.

À **família e aos amigos**, pela constante força e motivação.

A todos os professores, em especial ao **Professor Doutor Luís Santos**, pelo tempo despendido na prossecução deste relatório.

A **Olívia Vaz Mariojouis**, orientadora e jornalista na Rádio Alfa que me acompanhou ao longo dos três meses de estágio e que se tornou uma companheira para a vida.

A todos os **jornalistas, animadores e restantes funcionários** da Rádio Alfa pela experiência e conhecimento adquirido.

«Porque, na verdade, o que é ser jornalista? Um adágio britânico resume esse destino no de sair à rua, ver o que se passa e contá-lo depois aos outros. (...) Uma das principais condições é a curiosidade. Os filósofos chamam a isto capacidade de assombro, e implica uma certa ingenuidade de espírito, um amor ao novo, um estar disposto a deixar-se surpreender cada manhã. O bom dos jornalistas, dos jornalistas assim sem mais nada, é que se interessam por tudo, se entusiasmam por tudo e para tudo.»¹

¹CEBRIÁN, Juan Luís – *Cartas a um Jovem Jornalista*.

Resumo

O presente relatório tem como base um estágio curricular realizado no departamento de informação da Rádio Alfa, em Paris, ao longo de três meses de estágio, com início em 29 de Setembro de 2014 e término em 19 de Dezembro do mesmo ano.

Tendo como base esta experiência, o relatório irá demonstrar o papel da rádio num contexto sociocultural diferente em comparação às demais rádios partindo, posteriormente, para uma reflexão sustentada, que irá ter como objeto principal de estudo os blocos informativos das 8 e 9 horas de duas rádios: Rádio Alfa e Rádio Renascença.

No local de trabalho, no carro ou através da Internet, a rádio tem a excelente capacidade de conseguir chegar aos quatro cantos do mundo. Dentro desta realidade, podemos constatar que esta rádio de expressão portuguesa além-fronteiras não serve apenas para informar, mas também é a voz de intervenção da comunidade portuguesa em França. As expressões de proximidade são uma constante neste meio de comunicação social e se atendermos ao facto de que esta rádio tem como auditório global mais de 800 mil ouvintes, podemos concluir que são muitas as vozes que a rádio tem de representar. Para muitos portugueses, a Alfa ultrapassa em muito o simples serviço de rádio. É, acima de tudo, uma ligação umbilical e um meio para exacerbar o sentimento de portugalidade.

Palavras-Chave: Rádio; Fonte de Informação; Emigração; Análise do discurso

Abstract

This report is based on a curricular internship taken at the Department of Information of radio Alfa in Paris over three months, beginning on September 29, 2014 and ending on December 19 of the same year.

Based on this experience, the report will demonstrate the role of radio in a sociocultural context apart from other radios leading to a grounded reflection, which will have as a main focus of study the information blocks of 8am and 9am of two radios: Alpha Radio and Rádio Renascença.

At work, in the car or on the Internet, the radio has the great ability to reach the entire planet Earth. Based on this, we can see that this Portuguese-speaking radio across borders not only serve to inform, but also is the voice of intervention of the Portuguese community in France. The knowledge of nearness is a constant and it explains the fact that this radio has as more than 800 thousand listeners worldwide, therefore there are many voices that the radio has to represent. For many Portuguese people, the Alpha radio goes far beyond the simple radio service. Is, above all, a crucial connection and a mean to glorify the feeling of being Portuguese.

Keywords: Radio; Source of information; Emigration; Discourse analysis

ÍNDICE

Índice de Gráficos.....	9
Índice de Tabelas	10
Introdução.....	11
Capítulo 1 - Apresentação da entidade acolhedora: Rádio Alfa	13
1.1 Grelha de programação da Rádio Alfa	15
1.2 - Blocos de Informação	17
1.3. - Mecanismos de Funcionamento	18
Capítulo 2 – O estágio	20
2.1 - A equipa.....	22
2.2 - Muito mais do que um estágio.....	23
2.2.1- As rotinas de produção de uma notícia	23
2.2.2- Momentos que marcam – o primeiro direto	25
2.2.3- As entrevistas realizadas	26
2.2.4- Momentos que marcam - O primeiro Noticiário	27
2.3 -Trabalhos realizados.....	28
2.4- Principais dificuldades e aprendizagens	29
Capítulo 3 – A influência do ambiente sociocultural nas rotinas produtivas	31
3.1 - Produção Jornalística em rádio.....	34
3.2 – O nível de interesse para o público com especial relevância para a emigração;	37
3.3 – As fontes de Informação	38
3.4 – A Rádio Renascença.....	41
Capítulo 4 – Os noticiário das Rádios Alfa e Renascença – análise comparativa.....	43
4.1 – Pergunta de partida.....	43
4.2 – Análise de Conteúdo	44

4.3 – Período de análise.....	45
4.4 – Formulação de Hipóteses	46
4.5 – Indicadores em análise.....	47
Capítulo 5 – Apresentação e discussão dos resultados	50
5.1 – Elaboração das categorias de análise	50
5.1.1 - Temas dos Noticiários	50
5.1.2 – Localização.....	52
5.1.3 – Formatos Jornalísticos	54
5.1.4 – Sonorização das peças.....	56
5.1.5 – Natureza das peças	57
5.1.6 – Tempo de duração de cada peça	58
5.1.7 – Duração dos noticiários.....	60
5.1.8 – Fontes de Informação	61
5.2- Verificação das hipóteses.....	63
5.2.1 – Hipótese 1	63
5.2.2 – Hipótese 2	64
5.2.3 – Hipótese 3.....	65
5.2.4. Hipótese 4.....	65
5.3 – Síntese.....	66
Capítulo 6 – Considerações Finais	67
Capítulo 7 – Referências Bibliográficas.....	70
Capítulo 8 - Anexos.....	73

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Número (e percentagem) de peças por tema.....	50
Gráfico 2 - Número (e percentagem) de peças por local	52
Gráfico 3 - Número (e percentagem) de peças por formato jornalístico	54
Gráfico 4 - Número (e percentagem) de peças por grau de sonorização	56
Gráfico 5 - Número (e percentagem) por natureza das peças.....	57
Gráfico 6 - Número (e percentagem) de duração das peças.....	58
Gráfico 7 - Número (e percentagem) de duração dos noticiários	60

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Número (e percentagem) de fontes de informação	61
Tabela 2 - Preço por emissão.....	77
Tabela 3 - Preço por um <i>spot</i> publicitário de 30 segundos.....	78
Tabela 4 - Preço por pacotes de <i>spots</i> publicitários	79

Introdução

O presente relatório tem por base um estágio curricular decorrido entre o dia 29 de Setembro de 2014 e 19 de Dezembro do mesmo ano, no departamento de informação da rádio Alfa, em Paris. As próximas páginas serão dedicadas à descrição do local e do ambiente de estágio e à demonstração teórica de algumas das minhas atividades e condicionalismos nos estúdios da emissora. Ao longo de três meses, o meu contributo focou-se, essencialmente, nos noticiários da manhã e nas revistas de imprensa, quer portuguesa, quer francesa. Das minhas mãos saíram, a partir do dia 15 de Outubro, a realização diária da revista de imprensa portuguesa, prestando também contributos pontuais nos noticiários.

As metamorfoses têm sido uma constante no mundo jornalístico. A experiência de viver além-fronteiras trouxe-me a curiosidade de descobrir quais seriam as principais diferenças entre duas rádios que são, de certa forma, tão diferentes e tão iguais. Iguais quando se fala no público-alvo que, para ambas as rádios, são, definitivamente, os portugueses. Diferente porque o ambiente sociocultural tem uma enorme influência na escolha dos conteúdos informativos. O estudo que apresento pretende, através de uma análise de conteúdo dos blocos informativos das rádios Alfa e Renascença entre o dia 22 de Junho e 10 de Julho de 2014, mais concretamente aos noticiários das 8:00 e 9:00, dar a conhecer as principais diferenças entre uma rádio portuguesa e uma rádio francesa de expressão portuguesa. Os temas, a duração das peças, o grau de sonorização e as fontes de informação são alguns dos indicadores de análise escolhidos para a metodologia do trabalho.

A questão principal é: descobrir em que medida o ambiente sociocultural influencia a escolha dos conteúdos informativos. Procedeu-se à análise exaustiva de todas as peças presentes no período de análise designado, à sua descrição e nas seguintes páginas deste relatório estarão demonstradas os resultados e as conclusões alcançadas.

Este trabalho representa o culminar de uma fase de estudos e de aprendizagem por uma área que tanto apaixona todos aqueles que se interessam pelas letras e o início de uma batalha que se avizinha repleta de desafios, como já é característico o universo profissional.

A oportunidade de trabalhar, ao longo de três meses, fora do país ensinou-me que, quanto mais longe das nossas raízes, mais próximas as conseguimos sentir. O orgulho em ser

português não se sente em Portugal, sente-se lá fora. Aprendi também que, embora o país desista de quem tem de partir em busca de uma vida financeiramente melhor, a maioria dos emigrantes não desiste do país e trabalha afincadamente todos os dias para que um dia possa voltar. Por vezes, há aqueles que acabam por se acomodar e por construir uma vida longe da terra que os viu crescer, ainda assim, a maioria prefere acordar todos os dias a pensar que é menos um dia que os separa do momento em que voltarão a casa, a Portugal.

Capítulo 1 - Apresentação da entidade acolhedora: Rádio Alfa

Rádio, ou radiodifusão, define-se como a “transmissão unilateral de comunicações sonoras, por meio de ondas radioelétricas ou de qualquer outra forma apropriada, destinada à receção pelo público em geral” (Lei da Rádio de 2001, art. 2.º).

A Associação Luso-Francesa de Audiovisual (Alfa) é uma rádio francesa, de expressão portuguesa, que existe desde 1987. Nasceu da vontade de doze emigrantes em criar uma rádio na região de Paris. Na altura já existia, pelo menos, três rádios portuguesas (embora ilegais), no entanto, sem projetos consistentes. Os doze portugueses apresentaram o plano à Alta Autoridade para a Comunicação Social (atualmente designa-se Conselho Superior de Audiovisual) e após a sua aprovação, passaram a emitir doze horas por dia, durante cinco anos, com a designação de rádio associativa. Após o período de experimentação, a associação Alfa decidiu avançar para o estatuto de rádio comercial, com emissões de 24 horas sobre 24. Em 1992, foi então criada a Alfa Difusão, na banda FM 98.6, uma sociedade adquirida pelo comendador Armando Lopes, atual presidente da rádio.

Conhecido por ser o português mais influente de França, Armando Lopes lançou-se profissionalmente com o betão e é agora proprietário da Rádio Alfa e do Créteil-Lusitanos, um clube de futebol dirigido por Artur Jorge. Sendo proprietário dos dois maiores símbolos portugueses em França e por ter como cartão-de-visita uma faturação superior a 100 milhões de euros por ano na área do betão, Armando Lopes foi condecorado com o título de Cavaleiro de Honra, honorífico dado pelo antigo primeiro-ministro francês Jacques Chirac e recebeu ainda do outrora Presidente da República Portuguesa, Dr. Mário Soares, o título de comendador. Fernando Lopes, diretor geral da estação, em entrevista à SIC, afirmou que a Alfa é “uma rádio de convívio mas também tem muita informação. A pessoa que está a ouvir a rádio Alfa tem de saber não só o que se passa em Portugal mas também o que está a acontecer em França. É uma rádio que tem de fazer num dia, o que as rádios portuguesas fazem todas juntas, durante o mesmo espaço de tempo.” (SIC, 27 de Maio de 2013).

Sediada na Rua Vasco da Gama, na cidade de Créteil, a sete quilómetros de Paris, é a única rádio das comunidades portuguesas que cobre toda a região de Paris durante 24 horas por dia, em banda FM. Chefiada por Fernando Lopes, a estação conta com 20 funcionários

assalariados, trabalhadores a tempo inteiro. A estação conta ainda com alguns benévolos, que disponibilizam o seu tempo por amor à rádio.

A Alfa Difusão encontra-se sediada no bloco B dos edifícios da *holding* do empresário, a SFB (*Société Francilienne de Beton*) e conta com três pisos: o primeiro corresponde à receção, o segundo alberga a área comercial e por fim, o último piso onde se encontram os estúdios da Alfa.

Dado o número de emigrantes na região, e graças à transmissão via Internet, a estação conta com um número aproximado de 800 mil ouvintes, com idades compreendidas, sobretudo, entre os 25 e os 45 anos, a maioria originários de Portugal. A Alfa disponibilizou a sua distribuição via canal de satélite desde 26 de Setembro de 1997 e através da Internet dois anos mais tarde. Estas transmissões trouxeram à rádio um aumento potencial de ouvintes. Em FM, o raio médio de cobertura é de 70 quilómetros à volta de Paris podendo atingir os 120 quilómetros se for direcionado para Norte. Desde o dia 20 de Junho de 2014, a rádio passou a transmitir em frequência DAB e DAB+, embora ainda esteja em desenvolvimento. Quando chegarem à fase final de progressão, o raio de cobertura chegará aos 120 quilómetros em toda a região parisiense, de uma forma homogénea. O único entrave é ainda a falta de equipamentos com recetores DAB por parte dos ouvintes, o que leva a que as rádios, de uma forma geral, ainda transmitam em frequência FM. No entanto, esta frequência tende a extinguir, tal como aconteceu com os emissores analógicos na televisão, pois será insuportável continuar a assegurar os custos de dupla difusão (ver anexo 1).

Ao contrário das demais rádios, o propósito da Alfa não se centra apenas nos emigrantes portugueses ou luso-descendentes, mas sim em todos os cidadãos provenientes de países lusófonos, como o Brasil, Timor ou Angola. Além da aproximação ao país de origem, a rádio tem ainda o intento de informar sobre atualidade do país onde residem, informar sobre as comunidades e ainda dar a conhecer a atualidade internacional.

Desde 1989, a rádio realiza todos os anos uma festa dos Santos Populares, em Junho, e conta com a participação de grandes nomes da música portuguesa. O objetivo desta festa passa por reunir toda a comunidade lusa num só espaço, de forma a reavivar o sentimento de orgulho em ser português.

1.1 Grelha de programação da Rádio Alfa

A rádio Alfa é constituída por uma vasta grelha de programas com especial atenção ao futebol. A emissão é de 24 horas diárias, sendo que o espaço noturno, nomeadamente entre as 00h00 e as 05h00, é inteiramente musical. Durante as manhãs dos dias da semana, os ouvintes podem contar com os programas *Está na Hora e Ponto de Encontro*, dirigidos pelos animadores Ester de Sousa e Carlos Manuel no primeiro turno, e Anabela da Cunha no segundo. O *Está na Hora* é a emissão que começa às 6h00 e prolonga-se até às 9h00 e disponibiliza informações sobre o trânsito, previsões do tempo, prémios, anedotas, notícias insólitas entre outros destaques de modo a fazer companhia a todos aqueles que se dirigem para o local de trabalho. É constituído também por três blocos de informação com cerca de 5 a 10 minutos cada um. É considerada a emissão com mais audiência, e por isso, a nível publicitário é também a mais cara (ver anexo 2). A partir das 9h00, a emissão é chefiada pela animadora Anabela da Cunha com o *Ponto de Encontro*. Temas jurídicos, histórias com moral e muitos convidados são o cardápio desta emissão que também alberga três blocos noticiosos, bem como, os principais destaques da imprensa portuguesa e francesa.

Durante a tarde, em dias da semana, a emissão conta com os programas *Só Entre Nós, As Docas e Mais Perto de Si*. A partir das 12h00, o *Só Entre Nós* entra no ar com a animação de Paulo Salgado e com as crónicas disponibilizadas pela *A2PRL*¹. Paulo Salgado, além de animador, exerce também funções de realizador e produtor de publicidades. Entre as 17h00 e as 19h00, a emissão *As Docas* é essencialmente dirigida ao público francês e fica sobre o comando de DJ Albert. A partir das 19h00, a emissão *Mais perto de Si* entra em antena e passa a estar conduzida pelo animador Vítor Santos e além das habituais atualizações sobre o tempo e trânsito, inclui também a informação desportiva com o jornalista Manuel Alexandre. Após as 21 horas, a emissão altera-se consoante os dias da semana (ver anexo 3).

A programação de fim-de-semana é dedicada, essencialmente, às associações portuguesas e tem a particularidade de ser conduzida por pessoas que de forma benévola disponibilizam o seu tempo com o objetivo de não perder as ligações com Portugal. Ao sábado, a emissão começa às 5h00 com o programa *Raiz Lusitana* e é conduzido pelo animador Joaquim

¹ Especialista em conteúdos de áudio para rádio e serviços móveis, fornecedora para estações independentes e comunitárias.

Pereira até às 7h00. Posteriormente, a emissão entra em modo automático, apenas com a intervenção do jornalista Artur Silva que está responsável pelos noticiários. A partir das 10h00, a emissão fica a cargo de Francisco Francisco e Manuel Pinto Lopes com o *Espaço Aberto* onde recebem várias associações portuguesas em estúdio. Durante o período da tarde (12h00-18h00), a emissão volta a entrar em modo automático, à exceção do período entre as 15h00 e as 16h00 que é composto pela repetição do programa *Backstage* de Ester de Sousa que foi difundido na quinta-feira a partir das 23h00. O *Backstage* é um programa musical que visa dar a conhecer as novidades musicais de um artista português, diferente em cada semana. Após as 18h00, os ouvintes podem acompanhar, durante uma hora, o *Desporto Associativo* dirigido pelo jornalista Manuel Alexandre. No dia seguinte, o animador Joaquim Pereira volta a estar no ar com o seu programa e com o mesmo género musical. Às 7h00 é transmitido o programa *Margens da Tradição* com usos e costumes de Judite da Cruz, Guilherme Alves e Manuel Moreira. A partir do 12h30, Artur Silva passa a conduzir o programa *Passagem de Nível* com entrevistas e convidados especiais. Logo de seguida, pelas 15h00, está no ar o *Nuances do Brasil*, um programa conduzido pela animadora Marluce Perrollet, que se prolonga até às 16h00.

Uma das maiores peculiaridades desta rádio é a grande ligação ao desporto. A secção de informação tem celebrado uma colaboração com a rádio portuguesa Antena 1, o que permite à rádio francesa difundir alguns noticiários e jogos de futebol. A maioria dos jogos são transmitidos em simultâneo com a Antena 1, quer sejam jogos da seleção nacional, do campeonato português ou de equipas portuguesas em competições europeias. Para além das equipas portuguesas, a estação dá também uma especial importância ao Créteil-Lusitanos, equipa de futebol do comendador Armando Lopes.

Em relação ao mundo virtual, a rádio Alfa é detentora de um *site* (<http://radioalfa986.net/>) em que os conteúdos da página são notícias de última hora e de fácil leitura, assim como, vídeos ou fotografias, contendo ainda informações sobre os conteúdos programáticos e sobre os funcionários da estação. Para além da transmissão via FM, Internet e DAB, a rádio apresenta online mais três canais: O Alfa Pop, o Alfa Sat e o Alfa Fado. Estes canais dedicam-se a emitir música, dando aos ouvintes a alternativa de ouvir o género musical que mais apreciam.

1.2 - Blocos de Informação

O departamento de informação da rádio Alfa é constituído atualmente por quatro jornalistas – Manuel Alexandre, Olívia Vaz, Ricardo José e Artur Silva. Manuel Alexandre é o jornalista responsável pelos blocos de informação desportivos da estação. Até meados de Novembro, a rádio contava ainda com outro jornalista desportivo, Marco Silva, que entretanto foi dispensado. Artur Silva é o responsável pelos noticiários de fim-de-semana e alberga ainda a função de animador no programa “Passagem de Nível” que preenche o horário de domingo.

A jornalista Olívia Vaz e o jornalista Ricardo José são os responsáveis pelos blocos de informação durante o período semanal e, portanto, foi com eles que lidei durante todo o meu período de estágio. A grelha de programas conta com dez blocos de informação que estão à responsabilidade dos jornalistas da redação (7h00; 8h00; 10h00; 11h00; 12h00; 15h00; 16h00; 17h00; 18h00 e 19h00). Existe ainda a colaboração com a Antena 1 que permite transmitir, em simultâneo, os noticiários das 6h00, 9h00, 13h00 e 20h00 com uma duração aproximada de 10 minutos. Em francês, há ainda os noticiários disponibilizados pela A2PRL e são transmitidos às 04h00, 05h00, 14h00, 21h00 e 22h00 com uma durabilidade máxima de 3 minutos. É ainda de salientar, que no período de fim-de-semana, os noticiários, na parte da tarde, são assegurados pela Antena 1 e pela A2PRL.

No que concerne à informação desportiva, está deliberado quatro noticiários dedicados inteiramente ao desporto (6h30, 10h30, 16h30 e 19h30). Por volta das 13h30 é difundido um bloco informativo sobre desporto em simultâneo com a Antena 1 e ocupa cerca de 15 minutos da emissão. Para além destes blocos informativos, Manuel Alexandre é ainda responsável, às segundas-feiras, pelo programa *Tribuna Desportiva*, onde se aborda a atualidade desportiva em Portugal e em França e conta, muitas vezes, com a presença de diversos convidados em estúdio.

Para além dos noticiários, o período da manhã é composto pela *Revista de Imprensa* francesa e portuguesa, às 8h45 e 9h45, respetivamente. A revista de imprensa francesa é baseada nos principais títulos dos jornais franceses, tais como, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Parisien*, *Liberation*, *La Croix*, *L'Humanité* e *L'Equipe*. Por sua vez, a revista de imprensa

portuguesa é baseada nos principais destaques dos seguintes jornais: *Jornal de Notícias, Correio da Manhã, o Público, Diário de Notícias, Jornal I, Record, A Bola e O Jogo*.

A informação disponibilizada pela Rádio Alfa está ainda muito dependente dos outros meios de comunicação social. Para a atualidade portuguesa, os jornalistas recorrem, em especial, à SIC Notícias, à Antena 1, à TSF, à Agência Lusa e aos portais de informação, como o Diário Digital e o Yahoo. Quanto às informações que dizem respeito a França, os meios de comunicação mais procurados são a BFM TV (um canal de informação francês, semelhante à TVI24 ou SIC Notícias) e a agência de notícias francesa AFP (Agence France-Presse). A escassez de elementos na redação de informação faz com que o telefone e a Internet sejam os “jornalistas adjuntos” da rádio. A grande maioria das entrevistas é realizada via telefone ou então através da deslocação do convidado a estúdio. Quando tal não é possível, um dos jornalistas necessita de despende o seu tempo pessoal para que possa realizar uma reportagem no local determinado.

1.3. - Mecanismos de Funcionamento

Segundo o Conselho Superior do Audiovisual (em francês: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel), a rádio está incluída no grupo B, o que na definição se encaixa numa rádio local, regional, independente, não difundindo programas com vocação nacional identificada. «Esta categoria é composta por serviços que são transmitidos por operadores locais ou regionais cuja área de serviço não abrange uma população de mais de seis milhões de habitantes e que transmitem um programa com uma vocação regional ou local. São rádios caracterizadas pela difusão de um programa de interesse local na vida quotidiana, excluindo publicidade, pelo menos quatro horas entre as 06h00 e as 22h00.»²

O Conselho Superior do Audiovisual, criado pela lei de 17 de Janeiro de 1989, tem como função garantir a liberdade da comunicação audiovisual em França. São eles os responsáveis por outorgar licenças para o sector privado e por monitorizar os comportamentos dos meios de comunicação social. Pela lei, 40% da programação de uma rádio tem de ser de origem francesa e os outros 60% de origem europeia, no caso desta emissora, portuguesa.

² Fonte: <http://www.legifrance.gouv.fr/> - tradução livre

Ao nível da publicidade, a Alfa faz parte da sociedade “*Les Indés Radios*”³ em que se engloba mais 125 outros meios de comunicação radiofónica e que vende publicidade como uma só. A cada três anos, esta sociedade realiza um concurso em que coloca à venda o espaço comercial dessas rádios e este é adquirido por quem garantir o maior lucro possível. Neste momento, a TF1⁴ é a detentora desta coletividade e portanto, encarregada de angariar publicidade e distribuí-la por estes meios de comunicação. A rádio tem também os seus próprios agentes comerciais, que são os responsáveis por procurar clientes e produzir as publicidades. Os bancos, o comércio, os restaurantes e as cadeias de automóveis são os clientes mais fiéis à rádio, desde que estes sejam portugueses ou trabalhe algum português no local. Após a celebração do contrato, os *spots* publicitários são gravados nos estúdios da Alfa e posteriormente editados e programados para que possam fazer parte dos blocos publicitários. Para além destes dois meios de rendimento, existe outra régie que trabalha com um formato similar à TF1, mas de uma forma local.

³ É um grupo de interesses económicos (em francês : Groupement d'intérêt économique”)

⁴ A TF1 é um canal privado francês, controlado por TF1 Group, cujo maior acionista é o grupo Bouygues. É o primeiro canal em audiências em França e em Europa.

Capítulo 2 – O estágio

«Ser-se um bom jornalista é um desafio. É difícil. (...) Um bom jornalista deve ser curioso, persistente, imaginativo e ousado. Deve estar disposto a desafiar estereótipos, expor mitos e mentiras. Deve lutar para que o jornal cumpra os seus compromissos com o leitor. Deve ter suficiente autoestima para evitar promiscuidades indesejáveis com as fontes de informação. Deve ser inteligente, ponderado e criterioso. Deve ter espírito de iniciativa e capacidade de resolver problemas e de transpor obstáculos» (SOUSA. J.P, 2001:37).

Ao consultar algumas fontes de informação, deparei-me com diferentes significados para a palavra "estágio". Aquele que me pareceu mais adequado foi o seguinte: «período de trabalho por tempo determinado para formação e aprendizagem de uma prática profissional»⁵ A minha definição de "estágio" centra-se no facto de ser um elemento de aprendizagem indispensável para qualquer profissional que deseja enfrentar o mercado de trabalho e os desafios que uma carreira possa acarretar. Encontra-se no estágio, a oportunidade de efetivar os conhecimentos adquiridos ao longo destes anos de formação e de conhecer a realidade do mundo do trabalho. Sabe-se que, pedagogicamente falando, o aprendizado torna-se muito mais eficaz quando é adquirido por meio da experiência. Cabe ao estágio conseguir com que o aprendizado molde os seus conhecimentos tendo em conta o futuro que idealiza.

Quando tomei a decisão de optar por um estágio neste local, a balança fez-se pesar pelo facto de ser uma responsabilidade nunca antes assumida por ninguém. Ao longo dos últimos três meses de 2014 instalei-me nos estúdios da Rádio Alfa, em Paris, a fim de cumprir o meu estágio. A secção de informação desta estação acolheu-me e pude colocar em prática todos os saberes adquiridos na teoria. A experiência de abraçar um país diferente e com uma enorme mistura de culturas foi algo que me enriqueceu, não só a nível profissional, mas acima de tudo, pessoal e culturalmente. Poderia ter escolhido uma empresa mais perto, menos exigente. Mas não seria a mesma coisa. Não seria um motivo de tanto orgulho e satisfação. De crescimento.

⁵ Fonte: *estágio* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-10-05 23:36:14]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/estágio>

Quando decidi realizar o estágio nesta empresa tinha medo de ter criado expectativas demasiado altas para aquilo a que me iria submeter, de sentir um ligeiro desamparo. Como acima referi, poderia ter começado por baixo. Mas um percurso profissional, para ser o ideal, deve evoluir, e não o contrário. Devemos ser arrojados, empreendedores. Com o tempo, fui delineando alguns objetivos passíveis de serem alcançados. Ao longo da minha passagem pela rádio pude realmente ter a verdadeira noção de como funcionava o primeiro grande meio de comunicação. Do princípio ao fim.

No dia 29 de Setembro, e após uma hora e meia de viagem, fui recebida pela comercial Mónica David, que me apresentou a todos os elementos da rádio, explicando-me o funcionamento desta estação e quais seriam as minhas funções enquanto estagiária. Os primeiros dias foram de contacto e de integração. Nestes foram-me pedidos alguns pequenos trabalhos, tais como, a elaboração de um noticiário e a gravação do mesmo para me poder adaptar ao microfone e a todo aquele ambiente. Após os primeiros dias de conhecimento e de análise situacional, o meu trabalho passou essencialmente pela redação de notícias de forma a constar nos noticiários do jornalista e a realização de entrevistas via telefone. Agregando a estas tarefas, procedia também à gravação dos meus blocos informativos, de forma a poder familiarizar-me com o ambiente. Mais tarde, as minhas gravações começaram a fazer parte das emissões. O dia 14 de Novembro de 2014, foi o data em que fiz a primeira entrada em antena, cujo trabalho era de anunciar os principais títulos da imprensa portuguesa. A partir desse dia, essa era a minha responsabilidade. Até ao meu último dia de estágio, às 9h45, o meu dever era de informar os ouvintes quais eram os principais títulos dos jornais em Portugal.

2.1 - A equipa

Em 1987, data de nascimento da Alfa, a equipa era composta por doze emigrantes portugueses, entre os quais os jornalistas Artur Silva e Ricardo José e o técnico Fernando Silva (ainda hoje funcionários da estação). Hoje em dia, o número cresceu e já conta com 20 funcionários contratados. Existem ainda cerca de sete colaboradores, responsáveis pela programação de fim-de-semana, que disponibilizam o seu tempo por amor à profissão.

Ao longo da minha estadia na rádio, trabalhei com toda a equipa responsável pelos programas semanais. A nível dos recursos humanos, a Alfa conta com cinco jornalistas, que asseguram toda a cobertura jornalística, seis animadores, três comerciais, um contabilista, um técnico, um elemento responsável pelos eventos e associações e duas rececionistas. Também presentes, embora com menos frequência, estão o diretor Fernando Lopes e o detentor da estação Armando Lopes.

Todos os elementos com quem tive oportunidade de trabalhar são ótimos profissionais e, todos eles, com bastante experiência na área. Jornalistas, animadores, comerciais, equipa técnica e até rececionistas, todos, sem exceção, me deram os alicerces necessários para melhor entender o funcionamento de uma rádio.

Durante o meu percurso fui acompanhada, apoiada e motivada, com particular atenção, por dois jornalistas que, hoje em dia, os considero amigos - Olívia Vaz e Ricardo José. Foi com eles e por eles, que perdi o meu receio de falar em direto. Foi a motivação dada, especialmente, pela minha orientadora - Olívia Vaz - que a rádio passou a ser uma nova paixão. A principal, arrisco-me a dizê-lo.

2.2 - Muito mais do que um estágio

2.2.1- As rotinas de produção de uma notícia

Com o evoluir dos anos, a Comunicação tem conquistado o reconhecimento das empresas e do público em geral. Hoje em dia, é vista como um meio fundamental para aumentar a eficácia de uma empresa, daí os departamentos de comunicação serem, cada vez mais, fundamentais para um bom desenvolvimento de uma firma. Torna-se assim crucial que a comunicação se encontre sempre presente no nosso quotidiano, de forma a conseguirmos acompanhar as perseverantes mudanças que estão constantemente a ocorrer. Saber comunicar é o primeiro passo para o sucesso, tanto a nível profissional, como a nível pessoal.

À luz do panorama atual do jornalismo, é imperativo pensar (e repensar) no presente e no futuro da informação. O grande volume de notícias que os meios de comunicação disponibilizam, obriga o jornalista a duas opções permanentes: incluir ou excluir a informação. Ao selecionarem determinada informação em detrimento de outra, transformam um acontecimento em notícia. Após isso, cabe ainda ao jornalista realizar uma hierarquização da informação. Segundo Galtung e Ruge, existem nove valores-notícia, que servem para selecionar uma notícia em detrimento de uma outra: o tempo do acontecimento, a amplitude e clareza, a significância (ideia de proximidade e interesse), a consonância (ideia de expectativa e desejo), a imprevisibilidade, a complementaridade e continuidade, a relação com as elites, a ideia de personalização (as notícias são sempre apresentadas em torno de sujeitos) e o ponto de negatividade (os acontecimentos negativos são mais atrativos do que os acontecimentos positivos).

Não se pode falar de jornalismo sem inserir a palavra "atualidade", aliás entre elas existe uma relação simbiótica e portanto impossível de desvincular. E na Rádio Alfa não é diferente. Há um compromisso com a atualidade, com o "hoje" e o "agora". Em todas as horas, há nova informação que precisa de ser transmitida e/ou atualizada. As notícias chegam à redação por diversas vias: telefone, rádio, televisão, jornais, correio electrónico e por último, mas não menos importante, internet. Os blocos de informação mantêm assim os portugueses ligados não só ao seu país natal, mas a todo o mundo. No entanto, não se pode deixar de salientar que uma rádio deste calibre, não tem apenas a informação do momento, tem ainda o dever de prestar um

serviço de "informação programada", se assim se pode chamar. A "informação programada" não é mais do que informar o ouvinte dos acontecimentos que irão decorrer "no próximo fim-de-semana" ou no "local X".

Os acontecimentos atuais têm, normalmente, o primeiro lugar no alinhamento de um noticiário. E na Rádio Alfa, o mesmo acontece. Ao contrário do que se espera, os blocos informativos não são compostos, exclusivamente, por notícias sobre Portugal. Pelo contrário. Um noticiário na Alfa é composto por notícias sobre Portugal (por razões óbvias), sobre França (porque os portugueses também gostam/precisam de saber o que acontece no país que os acolheu) e também a nível internacional. O desporto tem um lugar de destaque nas emissões da rádio e por isso existem até blocos de informação dedicados, exclusivamente, ao desporto, seja francês ou português. Normalmente, um noticiário é disposto da seguinte maneira: Atualidade em Portugal, atualidade em França, atualidade internacional e posteriormente informação desportiva. É claro que nem sempre isto acontece. Quando surge uma notícia de importância global, esta passa logo para primeiro plano. Serve de exemplo as eleições presidenciais no Brasil (inícios de Outubro de 2014), que abriram os blocos informativos, desde que houvesse notícias atualizadas sobre o assunto.

Durante os três meses de estágio foram incontáveis as notícias que tive a satisfação de escrever para os jornalistas. Os noticiários eram realizados com a minha participação. Aliás, na maioria das vezes, enquanto o jornalista procurava nos meios de comunicação franceses, notícias sobre a França, eu procurava nos *websites* de notícias o que se passava em Portugal.

Na redação, a primeira função é dar uma vista de olhos nos portais de informação para me pôr à mercê do que se passa em todo o mundo, em especial, em Portugal. Só depois, e consoante as tarefas planeadas para aquele dia, é que decidia qual seria o meu próximo passo. Nos dias mais calmos, as minhas funções passavam apenas por escrever notícias para serem transmitidas nos noticiários. Por muito banal que pareça esta função, não posso tirar-lhe o seu devido mérito. Com este trabalho aprendi a fazer algo, que até à data, nunca tinha sido habituada a fazer. Aprendi a ser sucinta. Numa notícia para rádio, é imperativo que esta seja breve, mas ao mesmo tempo, que contenha toda a informação importante e que esteja o mais facilmente perceptível pelo ouvinte. Palavra simples, concretas e condensadas. Afinal de contas, o ouvinte não pode simplesmente voltar atrás no tempo. É importante que um jornalista inexperiente, como eu, leia o noticiário em voz alta para ver se tem sentido e se consegue

transmiti-lo antes de ficar sem fôlego. É ainda mais importante escrever como se fala, contar a história com uma ordem lógica, manter o texto simples e usar as palavras de forma a criar uma imagem na cabeça do ouvinte. Foram estas, as principais dicas deixadas pela minha orientadora – Olívia Vaz.

2.2.2- Momentos que marcam – o primeiro direto

14 De Novembro de 2014. “Ora hoje, os títulos dos jornais em Portugal vão ser feitos pela estagiária Elisa Campos. Ela não os vai dizer a cantar, mas a falar. Olá Elisa, Bom Dia!” foram estas palavras que antecederam o meu primeiro direto na rádio onde estava responsável por anunciar aos ouvintes quais os principais destaques dos jornais em Portugal. Nesse dia, as detenções no âmbito da investigação sobre a atribuição de vistos “gold” dominavam os jornais e portanto, foi exatamente com este título que dei início ao meu primeiro direto. O meu coração saltava, as mãos não paravam de tremer e como tal, achei mais seguro pousar as folhas do noticiário em cima da mesa, porque o medo era tanto que receava que se ouvisse em antena. Ensaiei e voltei a ensaiar, vezes sem conta. Ao meu lado estava a jornalista Olívia Vaz que me dava a segurança que precisava. Sabia que, caso a minha voz falhasse, tinha-a do meu lado para me socorrer. O dia em que, pela primeira vez, me sentei em frente ao microfone, foi o dia em que realmente senti o tão pronunciado “bichinho da rádio”. Sabia que ia gostar, não sabia que me iria apaixonar. Claro que não correu como esperava, e é ainda mais claro que não foi perfeito. Aliás, muito pelo contrário. Houve uma falha técnica e no início a minha voz ficou quase inaudível. No entanto, o balanço não deixou de ser positivo e os bons comentários dos profissionais da estação deram-me o incentivo para continuar. No total, foram 25 os diretos realizados a transmitir os títulos dos jornais em Portugal. A partir do dia 14 de Novembro, às 9h45, todos os dias, era esta a minha principal tarefa: informar os ouvintes, em direto, quais eram os principais destaques dos jornais.

É importante salientar que, antes de realizar a minha primeira intervenção em direto, foram treze, as gravações que passaram em antena cuja tarefa era a mesma. Quando chegava a redação (por volta das 08h00), o meu trabalho consistia em consultar a agência Lusa, recolher os títulos dos jornais, selecionar os mais relevantes e, de seguida, dirigir-me à sala das gravações para poder gravar com a minha voz os títulos da imprensa em Portugal. Eram muitas

as tentativas. Depois de gravar e de editar, a gravação tinha de ser aprovada pelo jornalista presente e, só depois, enviada para a régie de forma a ser transmitida em antena.

2.2.3- As entrevistas realizadas

No total foram 10, o número de entrevistas realizadas no decorrer do meu estágio. Os assuntos das entrevistas baseavam-se, na sua maioria, em eventos que iriam ocorrer nas redondezas ou em prémios que foram ganhos por portugueses na região – a tal informação programada. Seria extenuante descrever todas as entrevistas realizadas, daí ter optado por enunciar aquelas que me deram mais prazer em realizar e de seguida, relatar algumas das conclusões e conhecimentos que pude adquirir com esta experiência.

A primeira entrevista ocorreu no dia 16 de Outubro, no âmbito do primeiro fórum das Línguas do Mundo, em Moissy-Cramayel. A entrevistada foi a professora Adelaide Cristóvão, coordenadora do ensino português em França, que nos elucidou quais seriam os principais objetivos a serem atingidos com o evento e salientou ainda o multiculturalismo presente na região. A entrevista foi incorporada no noticiário do dia 17 de Outubro, às 12h00.

Ainda no mesmo mês, tive o prazer de entrevistar um menino de 10 anos, António Casalinho, que se dirigiu à cidade de Nanterre, em Paris, para tentar vencer mais um título nas Semifinais do Grande Prémio Europeu, depois de se ter sagrado campeão mundial de dança de ballet em Abril de 2014. Entrevistar um jovem tão novo e através de um meio de comunicação tão impessoal como o telefone, tornou a tarefa mais complicada em comparação àquilo de que se esperava. No entanto, após a entrevista, avancei para o passo seguinte, isto é, a prossecução da peça. Depois de todos os cortes já terem sido realizados, construí o texto que iria servir de auxiliar ao RM⁶ da entrevista. De seguida, gravei a minha voz, montei toda a peça e terminei assim a minha reportagem.

Não posso deixar de destacar, a entrevista realizada a Jorge Pelicano, um realizador português que estava em Paris para estrear o seu mais recente documentário – “Pára-me de repente o pensamento”. A entrevista foi realizada no dia 10 de Dezembro, para depois ser emitida no dia 11 e 12 do mesmo mês, ao longo dos noticiários. Um deles foi realizado por

⁶ R.M. - Registo magnético - as gravações ou sons já editados.

mim. Estas três entrevistas foram as que mais marcaram o meu estágio e as que mais prazer me deu realizar.

Infelizmente, a falta de recursos económicos da rádio, obriga a que os jornalistas recorram ao telefone como meio de realização de entrevistas. Para além de haver contenção de despesas, as entrevistas via telefone trazem mais uma vantagem: o tempo que se necessita de despender é bem menor e fica automaticamente guardado no computador. A partir daí, o jornalista apenas tem de realizar a edição dos sons, através do programa *Audacity*. Até então, nunca tinha trabalhado com este programa. O *Audition* sempre foi o meu programa de eleição e o mais utilizado durante a formação académica. No entanto, os mecanismos são relativamente parecidos, daí ter sido fácil a minha adaptação. Depressa aprendi como se editava uma peça para rádio e como se colocava disponível para ser emitida pela régie.

Não posso deixar de lamentar o facto de não ter tido a experiência de ir para o “terreno”, uma única vez ao longo do tempo de estágio. Com base na experiência adquirida ao longo dos anos de formação, considero bem mais fácil obter as informações necessárias, quando o contacto com o entrevistado é feito cara a cara. No entanto, aprendi que “insistência” e “resiliência” se tornam nas palavras de ordem, em casos como estes.

2.2.4- Momentos que marcam - O primeiro Noticiário

Depois da experiência de apresentar os títulos da imprensa em Portugal, depois de realizar entrevistas e de participar na construção dos noticiários, eis que chegou a “prova de fogo”. Corria o dia 9 de Dezembro, quando a minha orientadora Olívia Vaz, propôs que eu fizesse, por completo, o noticiário das 11h00. Na altura, a notícia do dia era a aprovação da compra da Portugal Telecom pela empresa francesa Altice. Embora já tivesse feito algumas participações nos noticiários da jornalista Olívia Vaz, nunca tinha passado de uma ou duas notícias. O que a Olívia me estava a propor era algo de imensa responsabilidade, no entanto, era algo que eu queria muito experimentar. E embora se possa considerar que não é muito diferente de apresentar os destaques dos jornais, eu penso que não tem nada a ver. O coração bate de outra maneira, bate ainda mais rápido. Enquanto os destaques dos jornais demoravam, no máximo, uns 3 minutos, os noticiários devem, no mínimo, durar 5 minutos, o que em antena é

uma grande diferença. É preciso saber respirar nas alturas certas, para não se perder o fôlego. É preciso ler com calma, para o ouvinte nos conseguir entender. É bastante provável que o imprevisto tenha de eventualmente acontecer. A responsabilidade de estar a “ocupar o lugar” de uma jornalista com mais de 20 de anos de profissão recaía sobre os meus ombros de uma forma pesada. Por fim, tudo correu bem e tive ainda a oportunidade de realizar mais dois noticiários ainda que o meu estágio estivesse prestes a terminar. Foi muita a satisfação de saber que houve estagiários que não tiveram as mesmas oportunidades que eu tive. Significa que o meu trabalho foi valorizado e apreciado por aqueles que, durante três meses, foram os meus colegas de profissão.

2.3 -Trabalhos realizados

No total foram contabilizadas 41 participações, de uma forma completa, nas emissões da rádio Alfa. A primeira intervenção ocorreu no dia 15 de Outubro e correspondia à gravação relativa aos destaques dos jornais. Após esta, seguiram-se mais 12 participações anteriormente gravadas, em todas constavam os principais títulos da imprensa em Portugal. A certa altura, as gravações deixaram de fazer sentido e aí, os diretos ganharam terreno. Foram 25, os diretos que realizei a transmitir os principais destaques dos matutinos em Portugal. Por fim, é necessário contabilizar os três noticiários da minha autoria (9, 11 e 12 de Dezembro).

A juntar a estes números, é de salientar as várias participações que fiz nos noticiários de ambos os jornalistas. Foram cerca de 8 as minhas intervenções, de forma parcial, cuja função era de ler uma notícia, ou de informar o que estava acontecer “a nível internacional” ou “no desporto”.

Quanto às entrevistas, como já referi, realizei 10 no total, cujos protagonistas, foram Alexandre Soares, da organização da feira de produtos portugueses, Daniel Countrim da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima, Ana Isabel Leite, a propósito da revista à portuguesa, Fernando Moura e Eurico Martins a propósito do prémio *Petit Futé*⁷, entre outras individualidades. Para além da edição das minhas entrevistas, fiz também bastante edição de

⁷ Coleção de guias turísticos franceses e internacionais.

som para o jornalista Ricardo José, nomeadamente, todos os sons referentes ao festival Midest⁸. Às segundas-feiras tinha também a tarefa de editar as entrevistas realizadas no programa *Passagem de Nível*, de domingo, para serem posteriormente utilizadas nos noticiários.

Tive ainda a oportunidade de encarnar o papel de convidada participando, três vezes, em antena nos programas *Está na Hora* e *Ponto de Encontro*.

2.4- Principais dificuldades e aprendizagens

Desde a leitura intensiva às tentativas (por vezes falhadas) de escrever textos curtos e diretos, tudo foi ensaiado de forma a aperfeiçoar a linguagem praticada neste meio de comunicação oral. Se, até à data, a minha base e a minha preferência sempre foi a imprensa escrita, a vontade de aperfeiçoamento levou a que, enquanto estagiária, conseguisse chegar ao fim com o já conhecido termo ‘bichinho da rádio’. Já dizia João Pedro Meneses que «um bom texto de imprensa será quase sempre um mau texto de rádio» (2003: 47), o que se veio a comprovar ao longo do período de estágio. O mesmo autor salienta ainda que a linguagem tem de ser mais oral, imediata e direta por natureza. Foi então este o primeiro condicionalismo a ser superado. Foram incessantes as tentativas e as gravações feitas até estarem aceitáveis. Com o decorrer do tempo, aprendi progressivamente o “*modus operandi*” de um texto de rádio e a saber declamá-lo em direto. Se um texto pode ser corrigido antes de entrar em antena, o mesmo já não acontece quando estamos a declamá-lo. Para além da minha apetência natural de falar um pouco rápido, os nervos acabam por acelerar o processo. Com o tempo e com os nervos a desaparecerem, fui aprendendo a falar pausadamente e a controlar o próprio tempo. Deixei de correr atrás das palavras, as palavras é que começaram a “passear” comigo. Para além de um enorme contributo a nível profissional, acima de tudo, toda esta experiência tornou-se uma enorme vantagem a nível pessoal.

Embora os noticiários fossem feitos em língua portuguesa, a rádio é considerada francesa e como tal, há inevitavelmente notícias que devem ser realizadas em francês, principalmente notícias em que a França está no centro das atenções. Como vamos poder constatar na análise de resultados, a Alfa prestava bastante atenção ao que se passa em seu redor e como tal, havia

⁸ Feira nº1 do mundo de subcontratação industrial

sempre linguagem que não podia ser simplesmente traduzida. Eis uma outra dificuldade. A solução passou pela tradução das notícias para português, à exceção de nomes que dissessem respeito à presidência ou a cidades daquele país.

O outro tópico que deve ser referido, e que certamente é comum às demais rádios, é o processo rápido de seleção das notícias. Devo confessar que, embora por vezes fosse angustiante, a obrigação de saber que o tempo é escasso torna tudo mais entusiasmante. A escassez de meios humanos também não ajuda. A rádio dispõe de apenas dois jornalistas generalistas, um para a parte da manhã e o outro para a parte da tarde. A seleção de notícias, a edição de sons e a composição das notícias é um trabalho dividido por duas pessoas. Geralmente, a responsabilidade pela escolha das notícias que diziam respeito a Portugal era minha, enquanto as notícias francesas ficavam a cargo do outro jornalista. De uma forma utópica, os segundos tornaram-se mais longos e valiosos.

Capítulo 3 – A influência do ambiente sociocultural nas rotinas produtivas

Como já mencionado na introdução, o objetivo deste Relatório de Estágio é perceber em que medida é que o ambiente sociocultural influencia a produção dos blocos informativos de duas rádios que, embora distantes geograficamente, têm um ponto em comum: a ligação a Portugal e a consequente obrigação de informar sobre o que se passa no país.

No decorrer de todo o período de estágio, constatei que existe uma grande quantidade de emigrantes que sintoniza e ouve regularmente programas de rádio realizados por membros da comunidade. É um elo que criam com Portugal, e portanto, a rádio transforma-se num espaço de construção da identidade nacional. Rogério Santos (2003) defende que os meios de comunicação funcionam como um reflexo da sociedade, garantindo assim a pluralidade das ideias. O jornalista, através de procedimentos profissionais, procura relatar o mundo como “ele é”.

Na Alfa, estes procedimentos obedecem a um conjunto de regras e a uma seleção de notícias diferente daquela que acontece nas rádios portuguesas. Para entendermos a seleção de notícias é imperativo recuar à década 40, do século passado, e termos em atenção uma das mais antigas teorias ligadas à seleção de notícias – a teoria do *gatekeeper*. Este termo surgiu em 1947, pelas mãos do psicólogo Kurt Lewin. Mais tarde, David Manning White adaptou-a ao jornalismo, estudando o fluxo de notícias dentro de uma redação. O seu estudo baseou-se em compreender quais os critérios que um importante jornalista norte-americano (o *gatekeeper*) utilizava para selecionar as informações em detrimento de outras. Manning White concluiu que «a comunicação de notícias é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*» (White, 1993:145). Com o passar do tempo, uma série de investigadores acabam por refutar a ideia de White, concluindo que esta noção do processo de *gatekeeping* é demasiado simplista. Investigadores como Warren Breed revelam que é necessário ter em atenção outros elementos, pois a seleção de notícias é um processo complexo (Traquina, 1993). Bastante a propósito, Jorge Pedro Sousa assinala:

«Quando falamos de jornalismo, falamos, frequentemente, de uma variedade enorme de temáticas, estilos, pontos de vista, normas, elementos funcionais, formas discursivas para vários media (imprensa, rádio, TV, internet, cinema), etc. Por isso, mais do que falar em jornalismo, deveríamos, do meu ponto de vista, falar de jornalismo. Aliás, as diferentes pessoas querem e precisam de diferente informação, tratada e apresentada de

forma diferente. Mas não é apenas por isso que devemos, na minha opinião, falar de jornalismos e não de jornalismo. Além das forças que enformam a notícia, há a considerar que no mundo existem vários conceitos de jornalismo, que possuem uma natureza simultaneamente social, ideológica e cultural.» (2000:31)

Jorge Pedro Sousa (2000) complementa a visão schudsoniana com elementos que, no seu ponto de vista, passaram menos despercebidos pelo autor, quando este tenta explicar o que é uma notícia. Segundo Schudson, a ação pessoal, a ação social e a ação cultural, quando interligadas, explicam o motivo de as notícias serem como são. O sociólogo refere-se a ação pessoal como sendo o produto das pessoas da sua interpretação e das suas intenções, a ação social serve para explicar o ênfase dado ao papel das organizações e ao seu poder quanto influenciadores nos comportamentos de um jornalista. Schudson realça ainda a ação cultural, afirmando que as notícias são o produto da cultura e dos limites do que é culturalmente concebível no seio dessa cultura, ou seja, uma determinada sociedade, em determinado momento, só consegue produzir uma determinada classe de notícias (1988, cit. em Sousa, 2000). Dennis McQuail, especialista em teorias da comunicação, acrescenta ainda que uma grande parte dos conteúdos de uma notícia resulta da reelaboração de temas e imagens oriundos de um passado cultural (1991, cit. em Sousa, 2000).

Jorge Pedro Sousa (2000), com base na visão de Schudson, acrescenta ainda outras ações que acredita influenciar a seleção e produção de uma notícia. Formula a ação socio-organizacional que diz respeito às razões financeiras que estão presentes em empresas jornalísticas, podendo mesmo afetar as decisões editoriais. A ação social extra-organizacional tem a ver com a influência das fontes de informação (selecionam a informação que passam às organizações noticiosas e podem mobilizar [ou não] a atenção do jornalista para um determinado tema), os interesses da audiência (até porque quando não existem subsídios financeiros, os órgãos de comunicação social não sobrevivem sem audiências) e, tal como a generalidade dos *media*, o lucro obtido, ou pelo menos, a estabilidade financeira. A ação ideológica que explica como as forças ideológicas se fazem exercer sobre os meios jornalísticos e que funcionam como elementos configuradores das notícias. A ação histórica, onde se pode dizer que, conteúdos e formatos noticiosos que temos, são fruto da história. Por fim, **ação sociocultural**, onde o autor, intuitivamente, afirma que o processo de produção de uma notícia sofre uma ação enformadora por parte do sistema sociocultural inserido. Ainda segundo este autor, os *news media* seriam os fatores que contribuiriam para a manutenção da estabilidade

sociocultural, isto é: de alguma forma, “reproduziriam” a estabilidade sociocultural a cada momento evolutivo, o que lhes confere um poder ideológico associável à manutenção do estado atual das coisas. Os estudos culturais salientam a importância da dimensão cultural e ideológica na sociedade em geral e, particularmente, no sistema mediático (idem).

Do que foi dito pode, portanto, inferir-se que a seleção das notícias não é da exclusiva responsabilidade de um jornalista. Há muitos fatores extra-individuais a ter em conta, nomeadamente o meio sociocultural, meio que nos interessa salientar neste Relatório de Estágio. As motivações individuais de um profissional não bastam para explicar a construção dos blocos informativos. O contexto em que o jornalista se insere molda a sua conduta e o seu entendimento em relação àquilo que é necessário transmitir. Serve de exemplo uma notícia que aborda as más condições meteorológicas em Portugal. Qualquer rádio portuguesa nacional transmite imediatamente, nos seus blocos informativos, que o local X está a ser atingido por chuvas fortes e quais os danos causados. Na Alfa, esta notícia não tem qualquer interesse. O facto de esta notícia não atingir diretamente os emigrantes, transforma-a numa informação com pouca importância e portanto é logo excluída em detrimento de outras. É evidente que este exemplo não é regra geral e por vezes a Alfa abre exceções. No entanto, é um exemplo de uma informação que é importante para as rádios portuguesas, mas é dispensável para os blocos informativos da Alfa pois o ambiente sociocultural assim o influencia.

Antes de compreender as semelhanças e dissemelhanças entre as emissoras em questão e o que representam em termos estatísticos, importa primeiro que se encaixe e defina, de forma sucinta, os órgãos de informação, o ponto de partida de toda esta experiência.

3.1 - Produção Jornalística em rádio

Por um lado, os *media* determinam quais são os acontecimentos (assuntos e problemáticas) com direito a existência pública e que, por isso, figuram na agenda, como temas importantes da opinião pública (é o conceito de *agenda-setting*). Por outro lado, definem o(s) significado(s) dos acontecimentos, oferecendo interpretações de como compreendê-los. É desta forma que Traquina (1993: 11) nos explica, sucintamente, a importância dos *media* noticiosos e das notícias, em qualquer sociedade, incluindo as democráticas. Segundo Traquina, Michael Schudson acrescentaria ainda que, o domínio dos meios de comunicação «não está só (nem principalmente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem». Assim, torna-se fácil compreender o porquê de o campo jornalístico se ter tornado alvo das preocupações de todos os agentes sociais que investem, de forma desigual, recursos económicos, tempo e esforço, e criam acontecimentos, com o intuito de «gerir notícias» e impor os seus acontecimentos (ibidem).

O jornalismo define-se assim como uma atividade profissional de grande dificuldade e de grande complexidade e, conseqüentemente, um alvo fácil para criticar. Os jornalistas são, frequentemente, obrigados a elaborar notícias em situações de grande incerteza, com falta de elementos e ainda com a pressão das terríveis limitações temporais, pressionados pela concorrência dos outros órgãos de informação. A estas dificuldades, acrescenta-se ainda a necessidade da seleção de acontecimentos em detrimento de outros de uma forma quase instantânea, sem grande tempo para reflexões (Traquina, 2000: 12).

Desde o século XIX, as agências de informação ocupam um lugar de destaque na recolha e circulação de notícias, por todo o mundo. Em 1835, estabeleceu-se, em Paris, a primeira estação noticiosa, dirigida por Charles Havas. Esta agência recolhia as notícias oriundas de vários jornais europeus e transmitiam-nas à imprensa francesa. Cinco anos mais tarde, surge a concorrência de Bernard Wolff (em Berlim) e Paul Julius Reuteur (em Londres). Após o fim da primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos emergem a nível comunicacional, criando duas agências, A Associated Press (AP) e a United Press Association, transformada mais tarde em United Press Internacional (UPI). Com a capitulação da França, em 1940, a agência de Havas acaba por desaparecer, dando lugar à atual Agência France Press (AFP). Em Berlim, o nazismo fez com que a agência Wolff perdesse influência, acabando por se dissolver. Reuteurs, AP, UPI e

AFP mantêm, até aos dias de hoje, as mesmas posições mundiais de domínio (Santos, 1998: 27)

“Num dado momento, biliões de acontecimentos simultâneos ocorrem em todo o mundo ... Todas estas ocorrências são potencialmente notícias. Só o são no momento em que alguém que fornece notícias e dá um relato dessas ocorrências.» (MacDougall, 1968, p.12)

Importa agora, percorrer o percurso da história antiga e recente da rádio em Portugal. A bibliografia existente sobre a rádio salienta a obra de Matos Maia (1955), que traça o panorama geral da história da rádio no nosso país.

No Outono de 1924, dava-se início às primeiras emissões, embora não regulares, pelas mãos de Abílio Nunes dos Santos, um dos pioneiros, que instalou o emissor CT1AA, primeiro em ondas médias e depois passou para ondas curtas (Santos, 2000). Na altura, apenas eram transmitidas peças tocadas ao vivo, as gravações de discos estavam a dar os primeiros passos. A profissão ainda não estava estabelecida e as emissões eram conduzidas por profissionais de outras atividades, mas amadores de rádio.

Sete anos mais tarde, aparece a primeira estação moderna, a Rádio Clube Português (RCP), pelas mãos de Jorge Botelho Moniz, oficial do exército. A programação alterou-se e a música clássica deu lugar à música popular portuguesa, espanhola e americana (Santos, 2003). O panorama radiofónico desenvolveu-se, começando a surgir programas infantis, de informação, religiosos e de análise e crítica musical. Cedo começaram a surgir outras rádios. Em 1935, surgiu a Emissora Nacional que, com outra estrutura, apoiava o regime de Salazar (Ribeiro, 2000). Em 1937, a Rádio Renascença começou a dar os primeiros passos, tornando-se um dos pilares da Igreja Católica. No final da década estava estabelecido o panorama da rádio em Portugal, e que perdurou até ao golpe militar de 1974 (Santos, 2010:119).

A mudança de regime alterou, por completo, o panorama radiofónico, deixando de haver censura, situação reforçada pela Lei de Imprensa de 1975, acompanhada por uma série de diplomas que criaram um novo direito de imprensa, como o estatuto do jornalista e o regime da carteira profissional e apontaram uma nova lei da rádio e da televisão (Franco, 2000:127 cit. em Santos, 2010).

Atualmente, existem quatro grupos de rádio com dimensão e notoriedade nacionais – RDP, Grupo Renascença, Media Capital e TSF.

Muitos estudos demonstram que a rádio não é um meio de comunicação com o poder de prender o ouvinte na totalidade. Ninguém escuta apenas rádio. As pessoas ouvem rádio ao mesmo tempo que realizam outras tarefas. João Paulo Meneses (2003: 26) aborda o assunto, intitulado-o de acumulação. Segundo as palavras do autor «não é possível escrever uma notícia sem pensar que o ouvinte pode começar a ouvir a meio, perdendo, portanto, o início; que facilmente se distrai do que está a ouvir porque lhe buzina um semáforo; (...) ou que, mesmo estando em casa, concentrado a ouvir o relato de futebol, o telefone pode tocar no momento do golo». Esta acumulação encontra vantagens e desvantagens à sua mercê. Na minha opinião, a rádio tem a mobilidade a seu favor.

A produção jornalística requer muitos cuidados na hora de redigir. Meneses (2003) realça que o pivô deve ter conta o texto que escreve e a forma como o pronuncia «de modo a que o ouvinte nos entenda, de princípio a fim, sem qualquer tipo de distração ou ruído» (ibidem: 23)

Fernandes (2011) define o jornalismo radiofónico como algo simples, no entanto, carregado de rigor e objetividade, acrescentando que, o tempo governa a produção jornalística quando se fala de um meio como a rádio. As peças devem ser transmitidas com um máximo de informação possível mas num curto espaço de tempo. (idem). Meneses (2003: 31) defende que o melhor jornalista radiofónico seria “aquele que a um bom domínio da técnica da notícia juntasse a capacidade de escrever da mesma forma que fala.”

Por seu turno, José Muñoz e César Gil comparam o meio radiofónico a um exército de guerrilha, pois este consegue «chegar a todas as partes, a qualquer momento, com facilidade de manobra, grande mobilidade e poucos impedimentos» (1994:107). Estes autores atribuem algumas características que definem esta plataforma. Para eles, a rádio é *direta, recente* (em comparação a outras formas de comunicação), *instrumental* (necessita de meios técnicos para sobreviver), *ambivalente* (a comunicação pode ser de natureza unidirecional ou bidirecional), tem a noção da *distância física* entre ela e aqueles que a escutam, de natureza *coletiva*, é *efémera* (e sem possibilidade de voltar atrás) e, por último, *recorre ao som como elemento primário*.

3.2 – O nível de interesse para o público com especial relevância para a emigração;

“O colapso das Torres Gémeas em Nova Iorque, o primeiro homem na lua, o assassinato de John F. Kennedy (...) são alguns exemplos de *hard news*. Todos os jornalistas reconhecem uma notícia importante no minuto em que ouvem uma ...” (Kinsey, 2008:97). Em 1973, um estudo publicado por Gaye Tuchman (1973), apontava as dificuldades dos jornalistas em categorizar as notícias porque, muitas vezes, a notícia poderia se encaixar em mais do que uma categoria (Berkowitz, 1997, cit. em Kinsey, 2008a). Ainda assim, o estudo destacou as *hard news* como notícias que provocam um impacto na vida das pessoas, como os exemplos acima apresentados. Por sua vez, Marie Kinsey (2008:247) define *soft news* como notícias que não despertam um impacto direto na vida das pessoas, como por exemplo, um pai que doa um rim para salvar a vida do filho, ou o facto de David Beckham ter vestido uma saia. Boyd (2001) salienta ainda que, uma história, para poder interessar a um ser humano, deve ser aquela que chateia, enfurece, diverte, intriga ou assusta a audiência.

A experiência do estágio mostrou-me que a importância dada a uma notícia pode variar consoante o público a que se dirige. A cultura é um bom exemplo disso. As conclusões retiradas neste Relatório mostram-nos que as peças sobre cultura não são as preferidas e não têm uma presença assídua nos blocos informativos, ao contrário da Rádio Alfa. O Desporto é ainda outro exemplo, ainda mais evidente. O Desporto é um tema central nos blocos informativos da Rádio Alfa, com uma percentagem total superior a 22%, mais do que o dobro da Renascença. Os valores apresentados provam que a importância dada a certos temas varia consoante o ambiente sociocultural em questão. Embora o Desporto e Cultura se enquadrem na categoria de *soft news* por “não terem um impacto direto na vida das pessoas” a emigração altera, por completo, o panorama geral do que seria expectável.

3.3 – As fontes de Informação

Percorrendo toda a literatura no que diz respeito ao jornalismo, multiplicam-se as definições de fontes de informação. Autor do livro *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*, Herbert Gans deu assim o seu entendimento do que é uma fonte jornalística:

“Atores que os jornalistas observam ou entrevistam, incluindo entrevistados que aparecem na televisão ou são citados em artigos de revistas, e aqueles que apenas fornecem informação de base ou sugestões de histórias. Para o meu objetivo, contudo, a característica mais saliente das fontes é o facto de estas proporcionarem informação enquanto membros ou representantes de grupos de interesse organizados ou de setores ainda mais amplos da nação e da sociedade.” (1979: 80).

Gans (1979) representou um ponto de viragem no estudo da ligação entre uma fonte de informação e o jornalista na construção da notícia. Autores como Schlesinger (1978), Tuchman (1978), Fishman (1980), Ericson *et al.* (1987) também deram o seu contributo ao afirmarem que a construção das notícias dependia das organizações noticiosas e da perspetiva do jornalista no seu posto de trabalho. Mais recentemente tem sido dedicada uma maior atenção às fontes, tendo como ponto de partida os conceitos de “promotor” (Molotch e Lester:1974) e de “primeiro definidor” (Hall *et al.*, 1978). Molotch e Lester (1974) concetualizam as fontes como “promotores de notícias” (em inglês: news promoters) pois têm a capacidade de escolha em promover certas ocorrências à categoria de notícias ou impedir este acontecimento. Embora reconheçam que os jornalistas detêm uma elevada autonomia, os autores consideram que as fontes utilizam os processos jornalísticos para promover as suas notícias. Por sua vez, a teoria dos definidores primários, formulada pelo autor Stuart Hall e seus colegas, admite que os jornalistas se colocam numa posição subordinada, no entanto, sem se colocarem ao serviço das fontes. Segundo os mesmos autores e as suas teorias, o acesso aos meios de comunicação é socialmente estratificado, admitindo pouca autonomia por parte dos jornalistas.

Santos (2003:24) define a relação entre o jornalista e a fonte como uma luta. Por um lado, as fontes esforçam-se para divulgar a informação, por outro lado, os jornalistas teimam em extorquir o máximo de informações de interesse às fontes que, eventualmente, querem esconder. A construção da notícia depende assim de uma relação de negociabilidade entre as

partes. Esta negociação depende de incentivos, do poder da fonte de informação, da proximidade social e geográfica face aos jornalistas e do fornecimento de informações credíveis. (idem).

Rogério Santos (2006:75) sublinha que todas as pessoas podem ser fontes de informação, desde que o jornalista a procure e escreva uma notícia sobre ela, cabendo neste conceito instituições, organizações grupos ou cidadãos singulares.

Definido o termo “fonte” é imperativo perceber quem elas são e quais as que mais poder têm nos media. O autor Leon Sigal (1986) acredita serem as fontes oficiais as mais credíveis e as mais procuradas pelos jornalistas. Governantes, a classe política, porta-vozes de empresas ou de outras instituições privadas são consideradas aptas para falarem em público e são consideradas fontes fidedignas (Santos, 1997-28 cit. Sigal, 1986-20). Aliás, o que relatam é quase sempre considerado publicável (Santos, 1997-28 cit. Tuchman, 1991). Por outro lado, Leon Sigal (1986) destaca um outro tipo de fontes: as pessoas desconhecidas. Estas, são consideradas fontes pouco fiáveis e, como tal, só, ocasionalmente, são procuradas pelos jornalistas (idem).

Atendendo ao fato de que o jornalista quer sempre desencadear o máximo de informação proveniente da fonte, estas acabam por desenvolver rotinas produtivas com os meios de comunicação social, que vão desde comunicados, conferências de imprensa, almoços e visitas e até mesmo fugas de informação (Santos, 1997: 84). Estas fugas de informação é um canal poderoso utilizado, essencialmente, pelas fontes oficiais, tornando os jornais, o palco privilegiado destas lutas (Sigal, 1973).

Em suma, os jornalistas privilegiam as fontes conhecidas aos desconhecidos, e quando não há conhecidos, a solução torna-se simples: o jornalista cria-o. (Sigal, 1986:34).

Se, pelo que acabamos de constatar, as fontes têm uma importância vital na construção de notícias, importa agora que se atenda à sua categorização. São muitos os estudos publicados que apresentam diversas tipificações, no entanto, o estudo de Aldo Schmitz, em 2011, foi o que me pareceu mais adequado e suscetível a adaptações.

Baseando a sua tipificação em estudos de outros autores, como Manuel Chaparro, Manuel Pinto ou Nilson Lage, Schmitz (2011) construiu uma matriz da tipificação das fontes das notícias. Subdividiu as fontes segundo a categoria (primária ou secundária), o grupo (oficial,

empresarial, institucional, individual, testemunhal, especializada ou referência), a ação (proativa, ativa, passiva ou reativa), o crédito (identificada ou sigilosa) e, por último, a sua qualificação (confiável, fidedigna ou duvidosa).

Tendo em conta estas cinco nomenclaturas, achou-se por bem, escolher o grupo em que as fontes se inserem, como base para classificar as fontes de informação na análise de conteúdo deste Relatório de Estágio.

Segundo Aldo Schmitz, as fontes podem ser:

- **Oficiais:** porta-vozes de órgãos mantidos pelo Estado e que preservam os poderes constituídos (executivo, legislativo e judiciário), ou que assumam outros cargos públicos;
- **Empresariais:** representantes de empresas e que, por norma, têm fins comerciais;
- **Institucionais:** fontes que intervêm em nome de organizações sem fins lucrativos ou grupos sociais;
- **Individuais:** este tipo de fonte representa-se a si mesma. Além de testemunha de algum fato, a fonte individual também é utilizada para contextualizar uma informação na vida quotidiana.
- **Testemunhais:** como o próprio nome indica, este tipo de fonte funciona como um alibi para os meios de comunicação pois é aquela que está no local certo, à hora certa e representa aquilo que viu ou ouviu;
- **Especializadas:** fonte que possui conhecimentos especializados e o jornalista recorre quando necessita de informações sobre uma determinada área;
- **Referência:** A fonte de referência aplica-se à bibliografia, documentos oficiais ou outros meios de comunicação que o jornalista consulta para informar.

Após a sua categorização, Schmitz propõe uma definição de fonte: «são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, creíveis ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público» (Schmitz, 2011: 20).

3.4 – A Rádio Renascença

A criação da Rádio Renascença remonta aos anos 30 do século passado.

A ideia de criar uma emissora virada para o catolicismo, surgiu da ideia dos padres Magalhães Costa e Domingos Bastos, através de diversos artigos publicados no Diário do Minho. No entanto, é das mãos do Monsenhor Lopes da Cruz que a ideia vira realidade, e a 1 de Janeiro de 1937 é transmitida a primeira emissão em ondas médias, para a região de Lisboa. Ano após ano, a Rádio Renascença (RR) foi crescendo tornando-se numa das três grandes estações de radiodifusão, a par da Emissora Nacional (EN) e da Rádio Clube Português (RCP) (Ribeiro, 2000: 267). Aproximava-se o 25 de Abril, e o interior da rádio era pautado por «um clima de vanguarda e de liberdade criativa com a transmissão de programas bastante contestatários para com o regime então vigente» (idem). Aquando a revolução, a rádio desempenhou a função de permitir a mobilização das forças militares através da transmissão de senhas nas estações portuguesas. Aos Emissores Associados de Lisboa coube o papel de transmitir o primeiro sinal (Cristo, 2005). A segunda senha, “que viria a ser o sinal de partida para a revolução” (Ribeiro, 2002: 39), seria transmitida na Renascença, incluindo a leitura da primeira quadra de “Grândola Vila Morena” seguida da canção, que veio pôr em marcha o movimento que deu por terminada a ditadura.

Após o 25 de Abril, surgiu a tentativa de controlo das estações de rádio por parte de movimentos de esquerda e de direita. Os governantes iniciaram um processo de nacionalização de diversos órgãos de comunicação social de forma a “garantir que a rádio assegurasse um serviço público, o que até então se tinha revelado impossível” (Ribeiro, 2002: 117). A Renascença sobreviveu assim à vaga das nacionalizações tendo sido a única estação de maior potência em Portugal a não ser nacionalizada.

“A Emissora Católica não se destina apenas a transmitir longos sermões. Faremos também o que as outras fazer, embora sempre com critério e sentido católicos. (...) Com o andar do tempo e o crescer das possibilidades esperamos fornecer aos auditores da Rádio Renascença o que houver de melhor nos campos artísticos, científico e literário.”⁹

⁹ Citado por Moreira das Neves, Para a História da Rádio Renascença – Monsenhor Lopes da Cruz e a Emissora Católica Portuguesa – Subsídios e Comentários, pp. 37-38.

Atualmente, a Renascença integra o grupo r/com – Renascença, Comunicação e Multimédia – o qual se apresenta como um conjunto de rádios em FM, a saber: RFM (fundada em 1987), MEGA HITS (criada em 1998) e, finalmente, a Rádio SIM (instaurada em 2008). Para além destes membros, importa ainda referir o jornal digital Página 1, inaugurado em 2007, e ainda duas web-tv's: Renascença V+ e RFMvi. É de sublinhar que a Renascença é, até à data, detida pelo Patriarcado de Lisboa e pela Conferência Episcopal Portuguesa (Henriques, 2013).

Comparativamente à Rádio Alfa, esta rádio generalista tem como público-alvo, adultos entre os 35 e os 54 anos, que a escolhem não apenas pela música, mas também pela boa informação e passatempos (Santos, 2011).

A rádio generalista é, por definição, a que se dirige num mesmo período de tempo (dia ou semana) a diferentes tipos de públicos, tentando conquistar o máximo de ouvintes do universo total que a consegue, tecnicamente escutar, o que irá sempre pressupor conflito de interesses, seja geográficos (se for ouvida em duas cidades e apenas privilegiar a realidade de uma) seja em termos etários ou socioculturais, cujos interesses não se sobrepõem, fazendo-o através de programas obrigatoriamente diversificados (o termo mais vezes usado neste contexto é ecletismo).” Meneses, J.P. (2006)

Após introduzida a problemática a ser desenvolvida, segue-se a metodologia, ou seja, a “parte da lógica que estuda os métodos das diversas ciências”¹⁰.

¹⁰ *metodologia* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico

Capítulo 4 – Os noticiário das Rádios Alfa e Renascença – análise comparativa

O seguinte capítulo dedica-se a desenvolver a questão de partida que orientou toda a análise e é ainda definido o método utilizado na prossecução deste Relatório de Estágio. Posteriormente, faz-se uma referência ao universo escolhido para estudo e define-se as hipóteses que conduziram a investigação e os respetivos resultados. Por último, define-se os indicadores em análise e desenvolve-se cada uma deles, afim de melhor se perceber como foi realizado o estudo.

4.1 – Pergunta de partida

A investigação em ciências sociais segue um procedimento análogo ao do pesquisador de petróleo. Não é perfurando ao acaso que este encontrará o que procura”

(Raymond Quivy & Luc Van Campenhoudt)

Para dar início a esta investigação foi necessário elaborar uma pergunta que seria o ponto de partida para uma reflexão sustentada em pressupostos passíveis de serem analisados. Uma vez que este estudo empírico incide na análise comparativa entre os blocos informativos da Rádio Renascença e a Rádio Alfa, a pergunta de partida será: Em que medida é que o ambiente sociocultural influencia as rotinas produtivas de uma rádio? Para tal, serão analisados diferentes indicadores, de forma a perceber as semelhanças e diferenças entre os blocos informativos das respetivas rádios em questão.

Importa salientar ainda que, foram analisadas diversas variáveis que podem, ou não, servir de justificação a questão imposta, no entanto, ajudam a entender quais as principais diferenças entre as duas rádios.

4.2 – Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo (AC) surgiu no século XX, nos Estados Unidos, com intuito de analisar o material jornalístico. Porém, entre 1940 e 1950, os cientistas começaram a interessar-se pelos símbolos políticos, estendendo a análise para outras áreas das ciências humanas (Caregnato e Mutti, 2005: 682 cit. em Lima, 1993).

A análise de conteúdo pode ser definida como um conjunto de instrumentos metodológicos que analisa diversas fontes de conteúdos, quer sejam verbais ou não verbais, em constante aperfeiçoamento. Para a execução da técnica, é necessário dedicação, disciplina, tempo e paciência. É necessário que o investigador tenha um certo grau de intuição, criatividade e imaginação, sem esquecer o rigor e a ética como fatores essenciais (Freitas *et al.* 1997).

Para Laurence Bardin (1997:42), a análise de conteúdo não é mais do que “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] destas mensagens”.

Por norma, as análises de conteúdo podem ser divididas em investigações quantitativas (indicadas para estudos de grandes quantidades de dados e interessadas em uma dada característica) e investigações qualitativas (dedicadas ao estudo de análises com menos informações e interessadas na verificação de dados mais específicos (Quivy & Campenhoudt, 2008). Ainda segundo estes autores, a análise de conteúdo permite que, a partir do que está explicitamente demonstrado, se adquira novos conhecimentos sobre o que está implícito, salientando ainda que, em muitos casos, se admita uma dicotomia entre os métodos quantitativos e qualitativos.

Para este estudo, a análise quantitativa é a que melhor se encaixa e por conseguinte, importa ir ao encontro de uma mais profundada definição.

Outra perspectiva sobre a natureza da análise de conteúdo, é a definição fornecida por Riffe, Lacy e Fico:

“Análise de conteúdo quantitativa é o exame sistemático e replicável de símbolos de comunicação, aos quais foram atribuídos valores numéricos de acordo com as regras válidas de mensuração e a análise das relações que envolvem esses valores através de métodos estatísticos, para descrever a comunicação, fazer inferências sobre o seu significado, ou inferir a partir da comunicação no seu contexto, tanto de produção como de consumo.” (2005: 25)

Para Bardin (1979:36), a intenção da análise de conteúdo não é mais do que a “inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de receção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”, daí, Bardin considerar que “o analista (...) é considerado como aquele que delimita as unidades de codificação, ou as de registo (...) a palavra, a frase, o minuto, o centímetro quadrado”.

4.3 – Período de análise

A fim de se encontrarem as respostas a que este Relatório de Estágio se propôs responder, tentamos levar a cabo uma análise de conteúdo dos blocos informativos das rádios em estudo entre o dia 22 de Junho e 10 de Julho de 2014, mais concretamente aos noticiários das 8h00 e 9h00. O período de análise foi escolhido por uma questão prática, isto é, aquando o pedido para a facilitação dos áudios da Renascença à produção, estas eram as datas disponíveis pela emissora. A Rádio Renascença, por hábito, só guarda os sons até um período de 3 meses, no entanto, e devido problemas técnicos, a rádio tinha apenas disponível os sons das 3 semanas anteriores ao pedido. Por seu turno, a Alfa guarda todos os áudios e como previsto, apenas foi necessário pedir a facilitação dos sons do período correspondente. Quanto ao horário escolhido, optou-se por escolher os blocos informativos das 8h00 e 9h00 por ser, em norma, o período com mais audiência e por ter sido a altura em que foi possível lidar, diretamente, com a produção noticiosa, durante o período de estágio. Além do mais, há a uma maior recolha de informações e como tal, as notícias são atuais e há também um maior fluxo de informação. A análise dos blocos informativos de fim-de-semana foi excluída, por haver menos fluxo noticioso e portanto, não se coadunava com os restantes dias.

No total, foram analisados 52 blocos informativos (2 ficheiros áudio por dia). Devido a problemas pessoais, a Alfa não transmitiu os noticiários nos dias 25 e 26 de Junho no período da manhã. Posto isto, e de forma a equilibrar o número de noticiários entre ambas as emissoras, procedeu-se à retirada da análise dos blocos informativos da Rádio Renascença dos dias 25 e 26 de Junho de 2014, daí o total ser de 52 noticiários (26 de cada emissora), ao invés de serem 56, verificando-se o total de 13 dias úteis analisados.

4.4 – Formulação de Hipóteses

Uma hipótese define-se como “uma proposição que prevê uma relação entre dois termos que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. É, portanto, uma proposição provisória” (Quivy & Campenhoudt, 2008). Os mesmos autores defendem ainda que, a organização de uma investigação baseada em hipóteses é uma das formas de a orientar com ordem e rigor, no entanto, sem sacrificar a descoberta e a curiosidade.

Definimos quatro hipóteses que serão verificadas na análise empírica, com possibilidade de serem refutadas, ou então dar resposta ao problema apresentado:

Primeira hipótese - Supõe-se que a escolha dos temas das peças a constar nos blocos informativos possa ser influenciada pelo ambiente sociocultural;

Segunda hipótese – Supõe-se que a Renascença emita mais peças sobre Portugal do que a Rádio Alfa;

Terceira hipótese – Supõe-se que as rotinas produtivas da Rádio Renascença, nomeadamente a sonorização e a escolha dos géneros jornalísticos, sejam mais diversificadas do que na Rádio Alfa;

Quarta hipótese – Supõe-se que a Alfa recorra a uma menor diversidade de fontes por ser uma rádio dependente de outros meios de comunicação para obter informações.

4.5 – Indicadores em análise

Chega então a altura de aprofundar os indicadores que foram escolhidos para constar na análise de conteúdo, com vista a dar as respostas a que este Relatório de Estágio se propôs. Foram analisadas todas as peças jornalísticas dos 52 blocos informativos disponíveis e registadas em quadros com os seguintes campos de análise: tema de cada notícia, natureza das peças, localização, o formato jornalístico, o grau de sonorização e as fontes de informação invocadas para a acreditação das notícias.

Após uma análise aprofundada do tema, entendeu-se que muitas das diferenças verificadas entre as duas rádios, não dependiam apenas do ambiente sociocultural, mas também de fatores como a disponibilidade financeira e os recursos humanos inerentes em cada rádio. Como tal, optou-se por avaliar também a duração das peças e dos respetivos noticiários, como forma de complemento para esta análise empírica.

Estes indicadores tornaram-se a chave para descobrir quais as diferenças entre uma rádio portuguesa (leia-se rádio renascença) e uma rádio de expressão portuguesa (entenda-se rádio Alfa) e em que medida o ambiente cultural influencia na elaboração dos blocos informativos.

Para a variável *Tema*, foram escolhidas oito categorias: “*Política*”, “*Economia*”, “*Desporto*”, “*Saúde*”, “*Cultura e Lazer*”, “*Sociedade*” (inserir-se as notícias a respeito de greves e manifestações, ensino, meteorologia e homenagens a figuras de relevância social), “*Justiça*” (engloba as notícias sobre criminalidade, acidentes rodoviários, incêndios e outros assuntos ligados à segurança) e “*Religião*”.

Em relação à variável *Localização*, foram salientadas três categorias, “*Portugal*”, “*França*” e “*Internacional*”, onde se consegue abarcar todas as peças noticiosas.

Por sua vez, o *formato jornalístico* subdivide-se em notícias “*breves*” (quando apenas se ouve a voz do pivô), em “*formato standard*” (o formato mais comum em rádio e onde consta o texto do pivô juntamente com um áudio previamente gravado ou a interação com outro jornalista), “*reportagem*” (formato que corresponde a peças onde consta a voz do pivô e se recorre à sonoplastia, isto é, à utilização de mais do que um áudio), o “*direto jornalístico*” (formato em que o pivô conta com a participação, em direto, de outro repórter para a realização

da peça jornalística) e o “*comentário em direto*” (formato em que um especialista no assunto em questão, dá a sua opinião, em direto, solicitada pelo pivô).

No que respeita ao grau de sonorização, achou-se por bem dividir esta variável em cinco categorias: “*Notícia flash*” (peça onde não se escuta nenhum tipo de sonorização, para além da voz do pivô sem grandes adiantamentos de conteúdo), “*Peça com áudio*” (categoria que engloba todas peças com sons previamente gravados, orientadas pelo pivô responsável pela realização do noticiário), “*Peça com outro jornalista*” (formato composto pelo texto do pivô que de seguida lança uma peça locucionada por outro jornalista, sem que a esta se acrescente qualquer som previamente gravado), “*Peça com outro jornalista e RM'S*” (categoria idêntica à anterior, no entanto, para além de uma peça locucionada por outro jornalista para além do pivô, se acrescenta sons previamente gravados ou som ambiente), “*Sonorização em direto*” (nesta categoria inclui-se todas aquelas peças onde exista sonorização em direto, sejam elas com a participação de jornalistas ou comentários de convidados, desde que exista interação em tempo real).

A *natureza* das peças subdivide-se em duas categorias: “*Hard News*” (notícias que têm como temas principais a política, economia, ou acontecimentos mundiais com relevância para o público e que tenham impresso um fator essencial, a atualidade) e “*Soft News*” (formato que compreende todas aquelas peças que não se encaixe na categoria “*hard news*”, como por exemplo, notícias ligadas à cultura, desporto e pequenos acontecimentos do dia-a-dia sem grande impacto para o público).

Relativamente à duração das peças, e com base no período de estágio, dividiu-se esta variável em cinco categorias: “*menos de 30 segundos*”, “*entre 30 segundo a um minuto*”, “*entre um minuto e um segundo até um minuto e trinta segundos*”, “*entre um minuto e trinta e um segundos e 2 minutos*” e por último, “*mais de 2 minutos*”. A duração dos noticiários também foi uma variável dividida em intervalos temporais, isto é, “*menos de 5 minutos*”, “*entre 5 minutos e um segundo e 6 minutos*”, “*entre 6 minutos e um segundo e 7 minutos*”, “*entre 7 minutos e um segundo e 8 minutos*” e “*mais de 8 minutos*”.

A última variável diz respeito às fontes de informação e para construir as categorias, recorreu-se à proposta de Aldo Schmitz (2011) como base, embora com algumas adaptações. Posto isto, as fontes de cada peça poderiam ser consideradas “*Oficiais*” (fontes ligadas ao Estado ou a instituições que pertençam ao estado, como é o caso das forças armadas),

“Empresariais” (representantes de empresas, fossem de grande ou de pequena dimensão), *“Intstitucionais”* (nesta categoria insere-se os representantes de instituições ou associações, politicamente independentes), *“Individual notável”* (figuras cuja a opinião é a título pessoal e não por representar qualquer tipo de instituição), *“individual desconhecido”* (cidadão anónimo, que fala em nome próprio, usualmente por ser testemunha de algum acontecimento), *“Especializada”* (fonte acreditada pela sua profissão e que fala em nome próprio ou em representação de alguma instituição, por exemplo, um médico), *“Media”* (nesta categoria insere-se todas aquelas informações que foram obtidas através de outros meios de comunicação), e *“Documental”* (informações obtidas através de documentos oficiais, sondagens, estudos e todos aqueles documentos de fonte segura).

À exceção das variáveis *“fontes de informação”* e *“natureza das peças”* que foram formuladas com base em propostas de autores, todas as outras variáveis foram construídas com base numa análise prévia dos blocos informativos bem como com a experiência adquirida no período de estágio. Ouviu-se, atentamente, todas as peças de todos os blocos informativos existentes no período de análise escolhido e retirou-se todas as informações necessárias para a análise de conteúdo. Um trabalho extenso e exaustivo que culminou com os resultados que serão apresentadas no decorrer deste relatório de estágio. É importante salientar que, as oito categorias tentaram encobrir todas as possíveis áreas de análise que se poderiam obter e o trabalho foi o mais minucioso possível. No total, foram então estudadas 145 peças na Rádio Alfa e 133 peças na Rádio Renascença.

Capítulo 5 – Apresentação e discussão dos resultados

Será o ambiente sociocultural, um grande fator de diferenciação no que toca às rotinas produtivas de um noticiário?

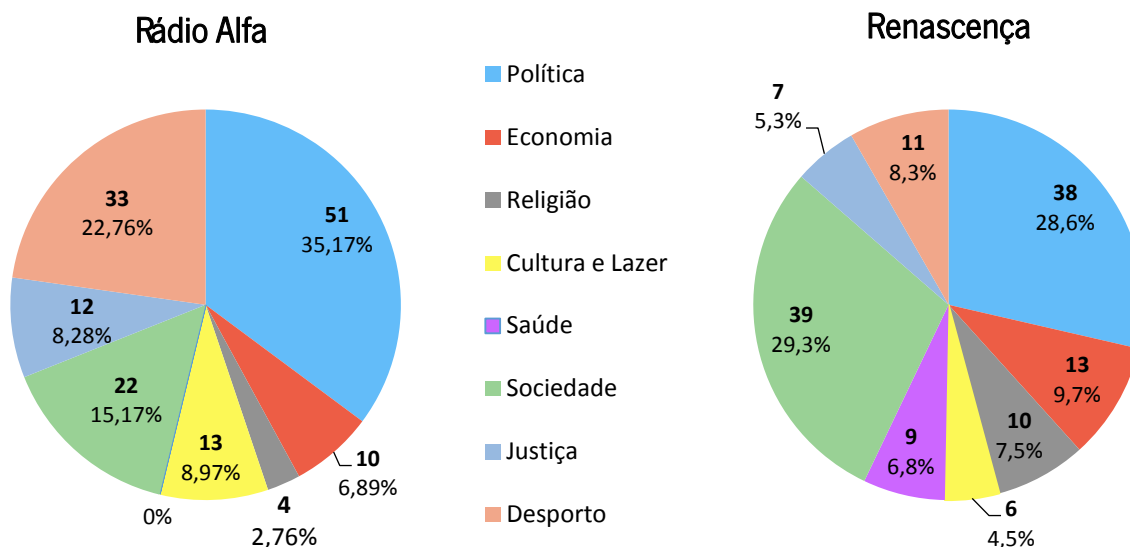
Antes de proceder à análise das variáveis em estudo, de forma a confirmar ou refutar as hipóteses definidas no ponto 5.4, importa fazer uma análise descritiva de todos os dados recolhidos.

5.1 – Elaboração das categorias de análise

5.1.1 - Temas dos Noticiários

Este foi o primeiro tópico a ser analisado. É necessário compreender quais são os temas escolhidos por ambas as emissoras para a elaboração dos blocos informativos.

Gráfico 1 - Número (e percentagem) de peças por tema;



Tendo em conta a análise dos 52 noticiários, durante um período de 3 semanas – período compreendido entre o dia 22 de Junho de 2015 e 10 de Julho de 2015 – consegue concluir-se que, em ambas as rádios, a secção da Política é a protagonista.

No que diz respeito à rádio Alfa, o segundo lugar é ocupado pelo Desporto com 22,76%, seguindo-se as notícias sobre Sociedade (15,17%), Cultura (8,97%), Justiça (8,28%) e, em último lugar, as notícias respeitantes às matérias de Economia (6,89%), Religião (2,76%) e Saúde (0%).

Quanto à Renascença, a secção da Política (28,6%) e de Sociedade (29,3%) encontram-se ambas em primeiro, com apenas 0,7% de diferença, partilhando, entre si, 57,9% do total de peças. Dada a diferença de menos de um ponto percentual, este relatório acha por bem colocá-las no mesmo patamar. De seguida, e já com uma grande distância, sucede-se as seguintes categorias, já colocadas por ordem percentual: Economia (9,7%), Desporto (8,3%), Religião (7,5%), Saúde (6,8%) e Justiça (5,3%).

É de fácil entendimento que o Desporto é a categoria que mais salta a vista, no que toca à discrepância entre as duas rádios. Como referido já foi referido, esta categoria desempenha um papel crucial numa rádio que é realizada a pensar na emigração e como tal, o desporto é um bom “assunto” para aproximar comunidades. Dentro da redação, a opinião é unânime: sem o desporto, a rádio não teria a mesma audiência, o público não seria tão fiel.

No que diz respeito à secção da Política é impensável não referir um fator que pode ser um motivo encaminhador para resultados tão aproximados. Aquando a data desta análise, havia um assunto que era comum em praticamente todos os noticiários, aliás, que desempenhava o papel de protagonista: a situação na Grécia. À data, a Grécia era o tema principal em toda a Europa e as consequências fazem-se notar na quantidade de peças que se englobam na secção Internacional, como vamos poder constatar com o seguimento deste relatório. Tendo em conta a experiência ao longo dos três meses de estágio, acredito que, ainda assim, os resultados não seriam muito diferentes se fossem analisados numa outra época. Mas a escolha desta data, para além de ser por uma razão de oportunidade, é, no meu entender, uma forma de demonstrar que mesmo sobre alçada de um assunto tão badalado, os outros temas não foram esquecidos.

Quanto à secção da Saúde, o que os resultados nos mostram é que a Alfa não considera este assunto como algo prioritário. Como se pode verificar através das percentagens, a

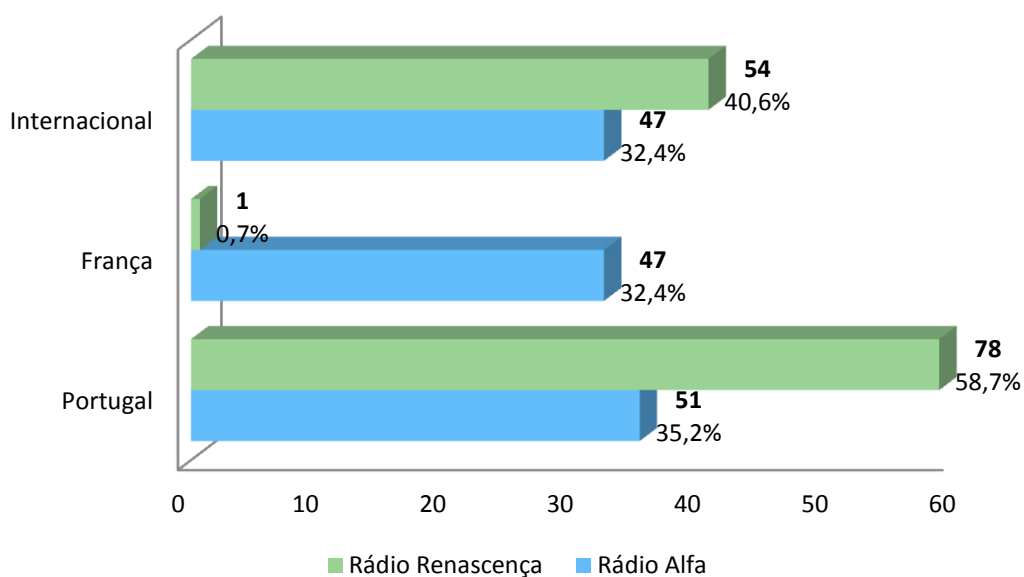
Renascença entende que a Saúde é um assunto que interessa aos portugueses e portanto, coloca-a em 5º lugar. O mesmo não acontece quando o assunto é Cultura. A rádio Alfa tem por hábito anunciar sempre que um acontecimento ligado à cultura acontece em Paris, como por exemplo, peças de teatro, concertos ou filmes que se estreiem nas salas parisienses e que envolva Portugal. Quando algum espetáculo de origem portuguesa estreia em Paris, a organização trata logo de informar a redação do evento de forma a ser promovido pela rádio. É chamada a informação programada e é normal que isso aconteça.

A Religião é um assunto que tem um maior destaque nos noticiários da Renascença. Por ser uma rádio com uma inspiração católica, esta tem por hábito prestar à comunidade informação relativa a esta temática, tendo em especial atenção o percurso católico do Papa Francisco, atual chefe da Igreja Católica.

5.1.2 – Localização

Tendo em conta a situação geográfica, importa agora perceber qual a importância dada por ambas as rádios a estas três subcategorias: Portugal, França e Internacional.

Gráfico 2 - Número (e percentagem) de peças por local



No que diz respeito à Rádio Alfa, as diferenças entre as subcategorias é quase nula. Portugal ocupa o primeiro lugar (35.2%) com uma diferença de apenas 2,8% das restantes subcategorias. Já a Renascença, coloca como fator preferencial as notícias ligadas a Portugal com uma percentagem superior a 58%.

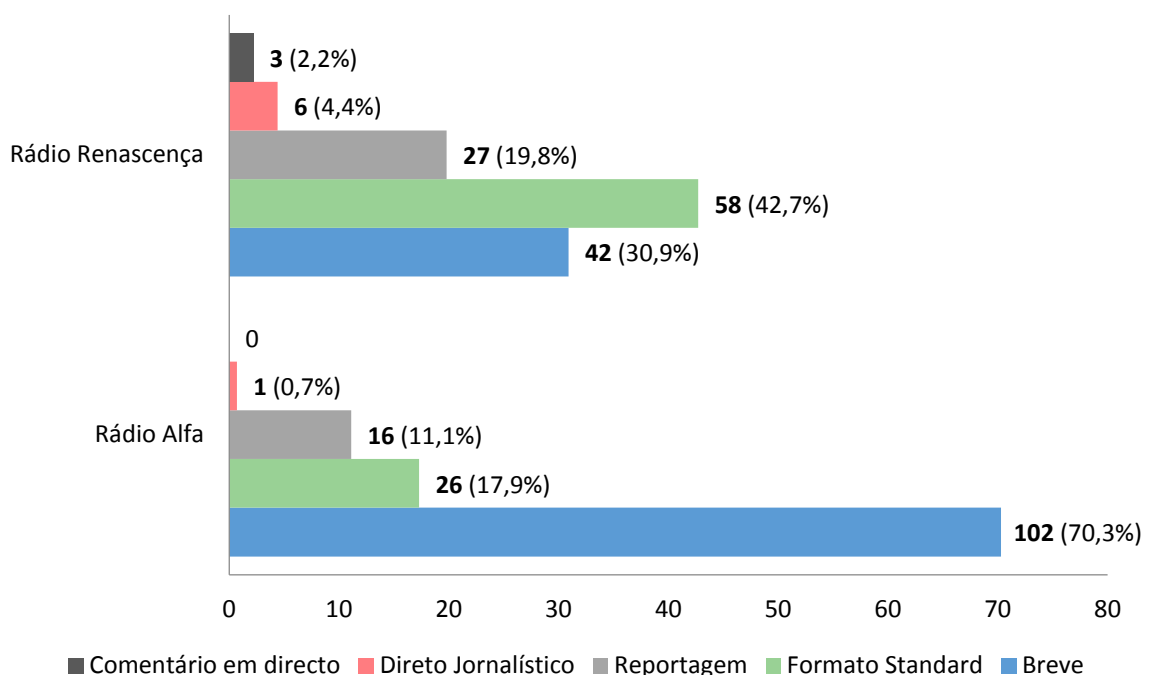
Em segundo lugar, segue-se as notícias Internacionais (40,6%) e por último, a secção dedicada às notícias sobre França (0,7%). É de salientar que a única notícia dada pela Renascença, foi sobre as suspeitas de espionagem a ministros franceses por parte do Estado americano. Acentua-se ainda que, o período de análise correspondeu exatamente com a mesma época em que se decidia o futuro da Grécia e portanto, todos os noticiários tinham em comum este tema como abertura, daí os resultados tão aproximados neste sector nas duas rádios.

Pode-se então concluir que, a Alfa presta um serviço de informação que tem um especial cuidado em manter os portugueses emigrantes informados sobre o seu país de origem e sobre o país que os acolheu. Embora seja uma rádio criada para os portugueses, é natural que a emissora tenha de informar sobre assuntos que tenham como pano de fundo a França porque, no final de contas, são esses os assuntos que os afetam.

5.1.3 – Formatos Jornalísticos

Uma das questões para as quais esta análise procurava dar resposta prendia-se aos formatos jornalísticos adotados pelas rádios, mais precisamente, quais são os que mantêm uma presença diária nos blocos informativos.

Gráfico 3 - Número (e percentagem) de peças por formato jornalístico



Importa perceber quais são os géneros jornalísticos escolhidos pelas rádios e quais os fatores que motivam essa escolha. Pela análise aos noticiários, percebe-se que as notícias breves da Alfa ocupam um lugar de destaque, aliás, mais de 70% do que o resto dos formatos disponíveis. A falta de recursos financeiros e a consequente falta de meios humanos é a justificação. Quando há apenas um jornalista encarregue da elaboração dos noticiários, torna-se complicado diversificar e trabalhar individualmente em cada notícia. De um total de 145 notícias, 26 enquadram-se no formato *standard* onde envolve apenas a voz do pivô juntamente com um RM, 16 notícias recorrem à sonoplastia e diversidade de fontes e apenas uma notícia foi feita em direto com o auxílio de outro jornalista.

Após a análise de dados da Renascença, conclui-se que a emissora opta por formatos diversificados e recorre à sonoplastia como meio de execução de um noticiário. De um total de 136 notícias, 42,7% obedece ao formato standard de rádio, 30,9% são notícias com um formato breve, 19,8% são reportagens e 6,6% das peças socorrem-se do direto como meio de transmissão de informação.

Como é evidente, a Renascença é uma emissora que privilegia o uso de mais do que um jornalista para a apresentação de conteúdos informativos em antena. As notícias breves caem 40% em comparação à Rádio Alfa. Como aponta o estudo, as reportagens da rádio Alfa ocupam o terceiro lugar, com 19,8%, isto porque, há o recurso a diversas fontes de informação numa única peça. Serve de exemplo as peças sobre a situação da Grécia em que se recorre bastante ao uso de fontes de informação, quer oficiais, quer institucionais.

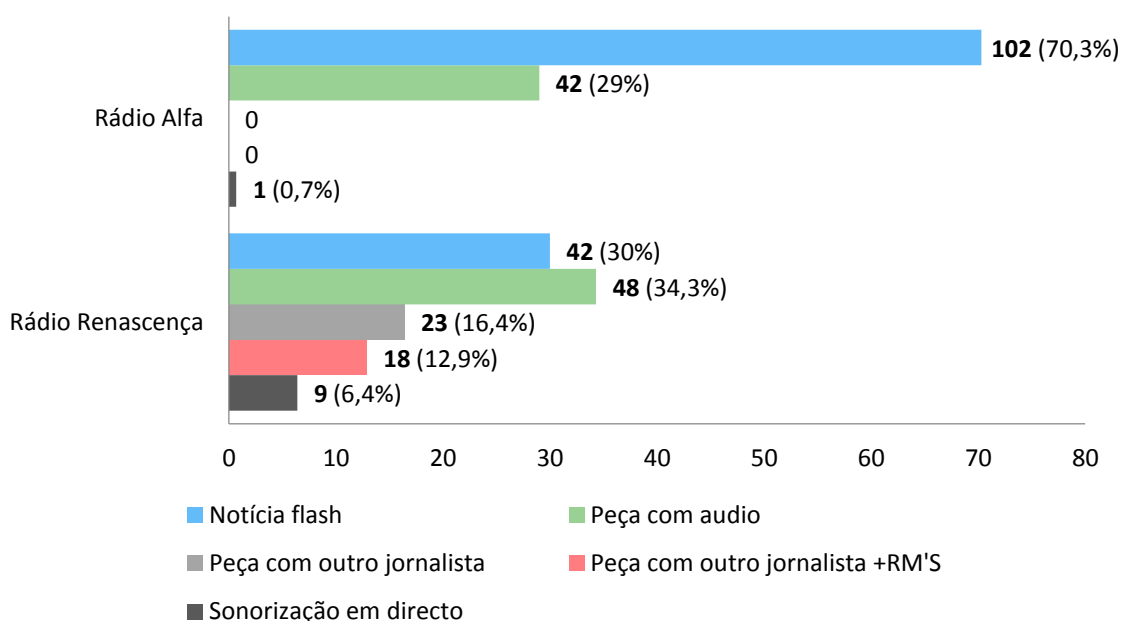
Independentemente da rádio, os formatos priorizados são o formato standard e a notícia breve. Os outros meios são recorridos de uma forma mais pontual e em momentos agitados, como foi o caso deste período de análise.

Nesta variável, e no caso da Renascença, foram contabilizados um total de 136 formatos jornalísticos, ao invés de 133, porque três peças incluíam-se em mais do que um formato. Os comentários em direto complementavam as peças que já estavam inseridas em outros formatos, daí esta diferença nos valores.

5.1.4 – Sonorização das peças

Importa agora compreender o grau de sonorização das peças e as escolhas que se verificam em cada emissora.

Gráfico 4 - Número (e percentagem) de peças por grau de sonorização



No que diz respeito à Rádio Alfa, constatou-se que a sonorização escolhida pela emissora se baseia em dois formatos: Notícia flash (70,3%), ou seja, peças sem recurso a depoimentos áudio, e peça com áudio (29%). Os 0,7 pontos percentuais sobranes correspondem a uma peça, emitida em direto a partir de Portugal, com a participação de outro jornalista. Todas as outras peças (num total de 144) foram redigidas e emitidas em antena por apenas um jornalista.

A Renascença distingue-se pela variedade com que assume os seus boletins informativos. Como se pode verificar através do gráfico apresentado, 34,3% corresponde a peças com áudio, 30% equivale ao formato flash de notícia, 16,4% pertence às peças que são realizadas com o auxílio de outros jornalista, 12,9% engloba todas as peças com outro jornalista e ainda registos de áudio previamente gravados e por ultimo, 6,4% das peças foram realizadas em direto. É relevante salientar que algumas peças jornalísticas têm mais do que um tipo de

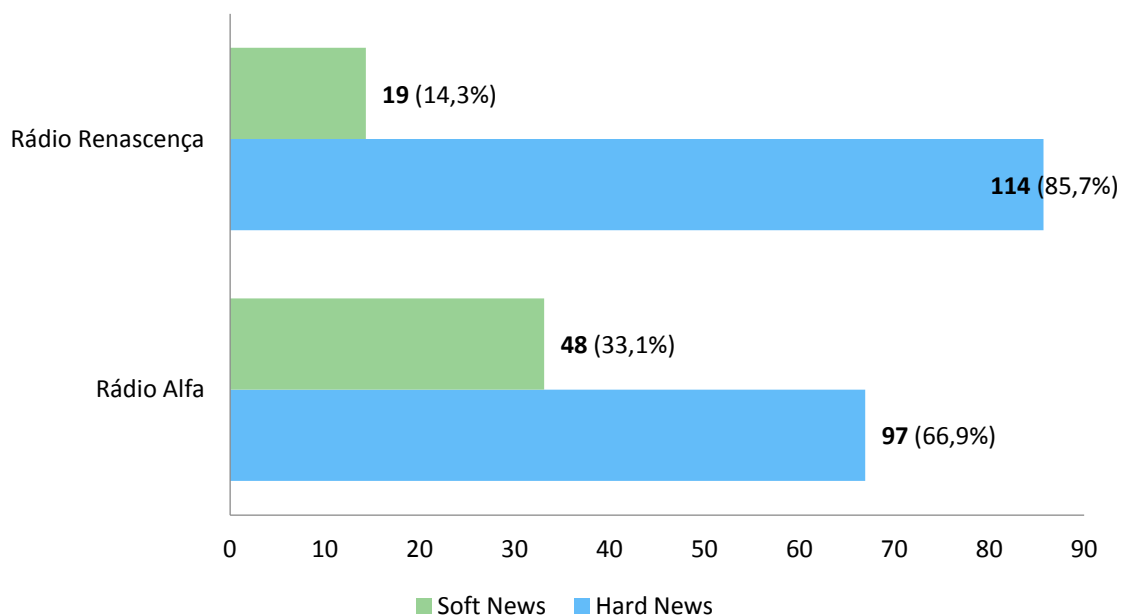
sonorização. Serve de exemplo o noticiário das 08h00 no dia 09 de Julho de 2015, onde a notícia sobre a situação da Grécia é composta por uma peça com áudio e ainda um comentário em direto, daí englobar-se em duas categorias: peça com áudio e sonorização em direto.

A observação dos números indica que a sonorização das peças sofre um empobrecimento nos boletins informativos da Rádio Alfa, onde se distingue a locução do *pivô* como o formato mais utilizado. Este fenómeno explica-se pela falta de recursos humanos presentes em redação e também pelo dificultado acesso a fontes de informação.

5.1.5 – Natureza das peças

A natureza das peças é uma variável que avalia a importância das peças e explana a percentagem que consta em cada boletim informativo. Como já seria de esperar, as matérias pesadas são as que ocupam o maior valor percentual em ambas as emissoras.

Gráfico 5 - Número (e percentagem) de peças por natureza das peças



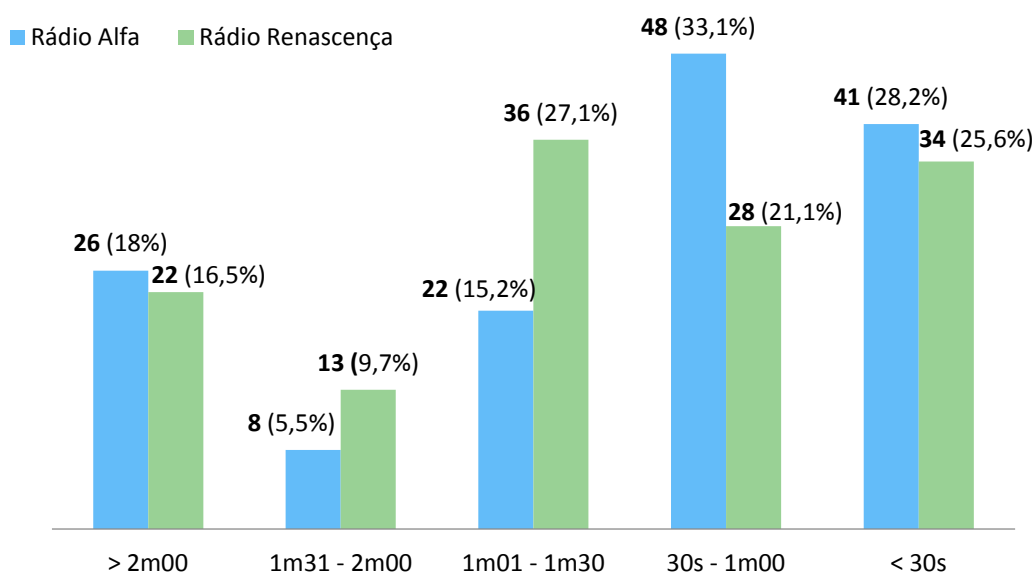
Os dados revelam que as chamadas *hard news* são as que obtêm uma maior percentagem, em ambas as emissoras. Os boletins informativos da Renascença são compostos por um maior número de matérias pesadas – mais de 85% – em comparação às matérias leves, que ocupam apenas 14,3% dos noticiários. Em relação à Rádio Alfa, a discrepância entre as duas matérias são menores.

As *hard news* continuam a liderar, embora se tenha perdido terreno a favor das *soft news* que ocupam mais de 33% dos noticiários. Este fenómeno, como vimos, pode ser explicado pela importância dada pela Alfa às notícias relativas ao desporto e à cultura. Como já foi pormenorizado, a emissora francesa valoriza o desporto e a cultura portuguesa e utiliza estas matérias como meio de aproximar o português do seu país de origem. O mesmo não acontece na Renascença, as notícias relativas ao desporto e à cultura são desvalorizadas em relação às demais.

5.1.6 – Tempo de duração de cada peça

Após a análise do nível de interesse público, importa que se compreenda até que ponto se verificam também diferenças na duração das peças consoante a emissora.

Gráfico 6 - Número (e percentagem) da duração de peças



A rádio Alfa revela-se como a estação que opta por peças com menor duração. Através da análise do gráfico, verifica-se que a Alfa detém 33,1% das peças entre 30 segundos e 1 minuto. Em segundo lugar, inserem-se as peças com menos de 30 segundos (28,2%) e depois as peças com mais de 2 minutos (18%). O penúltimo e último lugar é ocupado pelos valores intermédios, entre 1 minuto e um segundo até 1 minuto e 30 segundos (15,2%) e 1 minuto e trinta e um segundos até aos 2 minutos (5,5%), respetivamente.

A Renascença ganha terreno em relação à Alfa no intervalo entre 1 minuto e um segundo até 1 minuto e 30 segundos, com uma percentagem de diferença a chegar aos 12%. De seguida, a Renascença dá preferência às peças com menos de 30 segundos (o equivalente a 25,6%) e ainda com o terceiro lugar, encontra-se o espaço entre 30 segundos e 1 minuto (com 21,1%). Os últimos dois lugares são também os dois valores mais duradouros. 16,5% corresponde às peças com mais do que 2 minutos e por fim, mas não menos importante, o intervalo entre 1 minuto e 31 segundos até dois minutos com 9,7%.

Os dados mostram-nos que o período menos ocupado, ora pela Renascença ora pela Alfa, é o que compreende os valores entre 1 minuto e 31 segundos até aos 2 minutos.

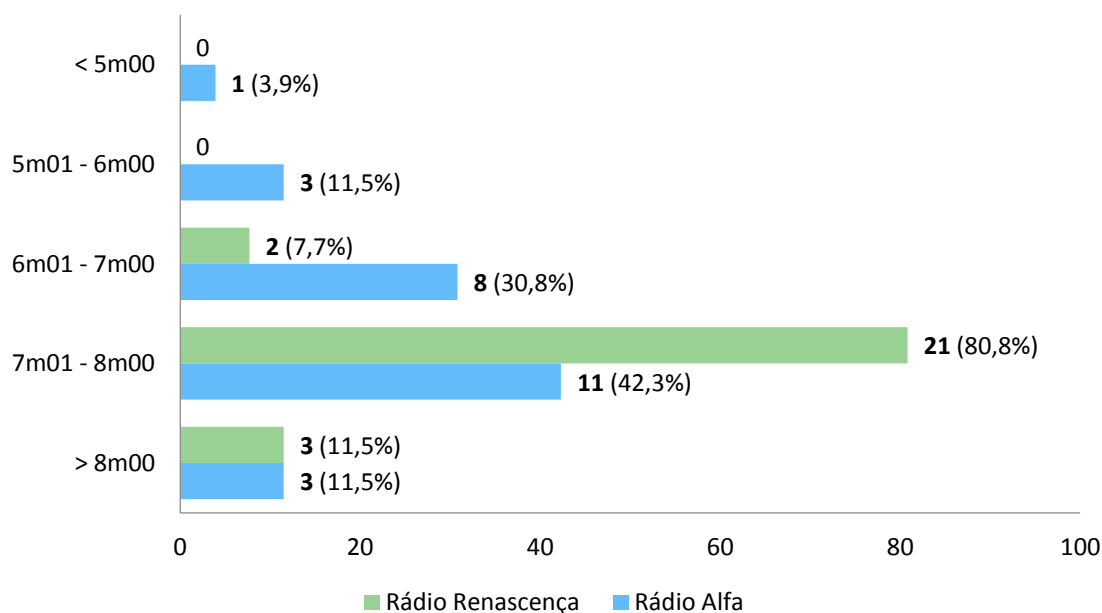
O intervalo que compreende as peças superiores a 2 minutos tem valores muito aproximados em ambas as emissoras. Este intervalo tem por hábito englobar as reportagens e peças com um maior recurso à sonoplastia, pois tendem a ser mais duradouras. No caso da Renascença, as peças que são realizadas em conjunto com outro jornalista também tendem a ultrapassar os dois minutos.

Tendo em consideração os dados apresentados no gráfico 4, é possível retirar-se algumas conclusões acerca das percentagens apresentadas pelas peças inferiores a 1 minuto. As notícias *flash* constituídas apenas pela locução do *pivô* são, usualmente, as mais curtas e como tal, inserem-se nos intervalos mais pequenos.

5.1.7 – Duração dos noticiários

Este parâmetro avalia um total de 26 blocos informativos, durante 3 semanas – 22 de Junho a 10 de Julho – num espaço temporal entre as 7h00 e 8h00.

Gráfico 7 - Número (e percentagem) de duração dos noticiários



O gráfico demonstra que os blocos informativos de ambas as emissoras, tendem a durar entre os 7 minutos e 1 segundo até aos 8 minutos. No entanto, a Renascença destaca-se com 80,8% dos noticiários a fixar este intervalo. Os restantes 19,2% pertencem ao intervalo com mais de 8 minutos (com precisamente 11,5%) e ao intervalo compreendido entre os 6 minutos e 1 segundo até aos 7 minutos (7,7% da percentagem total). Enquanto a rádio portuguesa tende a ser mais consistente na duração dos blocos de informação, a Alfa é mais diversificada. De facto, os boletins da emissora francesa têm uma certa percentagem em todos os intervalos apresentados, como se pode constatar na observação do gráfico.

O espaço temporal eleito pela Renascença leva-nos a crer que os noticiários têm um tempo mais ou menos estabelecido entre os 7 minutos e os 8 minutos, visto que 21 dos 26 noticiários analisados se encontravam neste intervalo.

Por seu turno, a Alfa não tem uma grelha linear a seguir, a duração pode aumentar ou diminuir tendo em consideração os conteúdos a emitir em antena.

5.1.8 – Fontes de Informação

O último dos aspetos que a análise de conteúdo desejava compreender era as fontes de informação mais procuradas por cada estação radiofónica.

Tabela 1 - Número (e percentagem) de fontes de informação

	Oficial	Empresarial	Institucional	Individual Notável
Rádio Alfa	93 (54,4%)	3 (1,7%)	31 (18,1%)	2 (1,2%)
Rádio Renascença	30 (18,2%)	0	50 (30,3%)	15 (9,1%)
	Individual Desconhecido	Especializada	Media	Documental
Rádio Alfa	1 (0,6%)	15 (8,8%)	22 (12,9%)	4 (2,3%)
Rádio Renascença	4 (2,4%)	18 (10,9%)	18 (10,9%)	30 (18,2%)

Na Rádio Alfa as fontes oficiais são as mais requisitadas com mais de 50% da percentagem total (mais exatamente 54,4%) e dizem respeito a fontes do Estado ou fontes ligadas ao Estado como é o caso das instituições policiais. Já distanciadas, encontram-se as outras fontes: institucional (18,1%), media (12,9%), especializada (8,8%), documental (2,3%), empresarial (1,7%), individual notável (1,2%) e por último, individual desconhecido (0,6%).

Por outro lado, os valores da Renascença são mais repartidos. Ainda assim, as fontes institucionais representam 30,3% do total das fontes escolhidas e são aquelas que falam em nome de instituições politicamente independentes. O que resta da percentagem é dividida entre as seguintes fontes: documental e oficial (18,3% cada fonte), especializada e media (10,9%),

individual notável (9,1%), individual desconhecido (2,4%) e sem nenhuma referência durante as três semanas de análise, as fontes empresariais.

Durante o período de análise, a Alfa utilizou 171 fontes para construir os seus blocos informativos. Por seu turno, a Renascença recorreu a 165 fontes de informação. Se formos a realizar uma média da quantidade de fontes utilizadas em cada peça, chega-se à conclusão de que a Alfa obtém uma média de 1,17, um valor abaixo da Renascença que obtém 1,24 de média de fontes por notícia.

A maior discrepância de resultados encontra-se nas fontes oficiais. A Alfa utilizou 93 fontes oficiais nos seus blocos informativos. Por sua vez, a renascença recorreu apenas 30 vezes a estas fontes. O primeiro-ministro grego, o primeiro-ministro português e o porta-voz do partido socialista são os protagonistas que engrossam estes números, em ambas as rádios.

5.2- Verificação das hipóteses

Como referido no início do capítulo 5 desta investigação, chega a vez de verificar se as hipóteses definidas se confirmam, ou se, pelo contrário, são refutadas, após a construção de uma base de dados e da análise das variáveis em estudo.

5.2.1 – Hipótese 1

Primeira hipótese - Supõe-se que a escolha dos temas das peças a constar nos blocos informativos possa ser influenciada pelo ambiente sociocultural.

A primeira hipótese relaciona-se com os dados apresentados no gráfico 1 e 5 deste Relatório de Estágio. De acordo com os dados já analisados no gráfico 1, chega-se à conclusão que, dependendo da rádio em questão, certos temas ganham terreno em comparação a outros. É de salientar três subcategorias, a Religião, a Cultura e o Desporto, pois me parecem as que mais diferenças se fazem sentir.

A Rádio Renascença provém de uma origem ligada ao catolicismo daí optar por dedicar alguns minutos a informar, por exemplo, sobre as visitas papais a diversos continentes. Por seu turno, a Alfa já não tem nenhuma ligação especial com a Religião, daí inferir-se, facilmente, que, a não ser que ocorra um evento digno de ser noticiado, a Alfa não presta qualquer atenção a notícias de carácter religioso.

Ao contrário da Renascença, a Alfa tende a valorizar as notícias ligados ao futebol e à cultura. Ainda com base na análise ao gráfico 1, verifica-se que o valor percentual nestas duas subcategorias é, consideravelmente, superior na rádio francesa. A experiência obtida durante o período de estágio permite inferir que, o ambiente sociocultural tem uma enorme influência nestas variáveis. No que concerne à cultura, a rádio Alfa dá prioridade a todas as notícias cujo objetivo é de informar acerca de um qualquer evento cultural que envolva o povo português. Em relação ao futebol, e tendo em conta que a maioria dos emigrantes são homens, a Alfa disponibiliza grande parte do seu tempo a fornecer informações desportivas, quer sobre as equipas portuguesas, quer sobre equipas francesas, pois é uma forma de os portugueses emigrados se sentir mais próximos das suas raízes.

Quanto aos dados apresentados no gráfico 5, verifica-se uma evidente vantagem para as *hard news* nas duas emissoras. Ainda assim, as *soft news* têm uma percentagem considerável na Alfa, devido à importância dada por esta emissora a notícias sobre cultura e desporto.

Deste modo, é possível concluir que a hipótese 1 é confirmada e que o ambiente sociocultural pode influenciar as escolhas dos jornalistas nas rotinas produtivas.

5.2.2 – Hipótese 2

Segunda hipótese – Supõe-se que a Renascença emita mais peças sobre Portugal do que a Rádio Alfa.

Para chegarmos a esta hipótese surgiu a necessidade de avaliar qual a percentagem de peças dedicada a cada país, nas duas emissoras. Para isso, atende-se à análise do gráfico 2 para concluir que, a Alfa presta um serviço mais diversificado e tem especial cuidado em informar um ouvinte acerca do que se passa em França, em Portugal e também a nível Internacional. Por seu turno, a Renascença dá preferência às notícias cuja localização é portuguesa (quase 60 % do total).

Estes resultados já seriam expectáveis. O serviço de informação prestado pela Alfa sofre muitas influências culturais e tem de ser adaptado ao público-alvo. A emissora francesa necessita de informar sobre o que se passa em ambos os países sem descurar as informações a nível internacional. Para além do dever de agradar os ouvintes, tem ainda o peso de ter de cumprir as leis francesas e prestar um serviço de rádio que não seja inteiramente para os portugueses, daí haver blocos informativos em francês e feitos por agências noticiosas francesas.

5.2.3 – Hipótese 3

Terceira hipótese – Supõe-se que as rotinas produtivas da Rádio Renascença, nomeadamente a sonorização e a escolha dos géneros jornalísticos, sejam mais diversificadas do que na Rádio Alfa. De forma a perceber se esta hipótese será confirmada ou refutada, é necessário proceder à associação das duas variáveis presentes: A sonorização das peças presente no gráfico 4 e a escolha dos géneros jornalísticos avaliada no gráfico 3.

Com recurso à análise dos dados, é possível perceber uma forte relação entre as duas variáveis e a sua mútua influência. Ao analisar os gráficos, conclui-se que a Renascença opta por blocos informativos mais diversificados e com um maior recurso à sonoplastia. É neste ponto que se percebe muitas diferenças entre as rádios em análise. Para além da influência cultural, os recursos humanos e a disponibilidade financeira de cada rádio faz pesar estes valores.

O tempo que passei na redação de informação fez-me perceber que a Alfa dá prioridade a peças simples, curtas e concisas. Os jornalistas não se preocupam muito com o facto de os blocos informativos se basearem na voz do pivô e na passagem de RM's. Por seu turno, a Renascença dá grande valor à utilização de mais que um jornalista na realização dos noticiários e, sempre que possível, recorre à sonoplastia e aos diretos como forma de diversificação das peças noticiosas.

5.2.4. Hipótese 4

Quarta hipótese – Supõe-se que a Alfa recorra a uma menor diversidade de fontes por ser uma rádio dependente de outros meios de comunicação para obter informações.

Através dos dados apurados na tabela 1, percebe-se que a Alfa utilizou 171 fontes para construir os seus blocos informativos. Por seu turno, a Renascença recorreu a 165 fontes de informação. No entanto, um olhar mais atento sobre a tabela, permite concluir que a emissora portuguesa opta por diversificar as suas fontes ao invés de recorrer sempre à mesma categoria.

Ao ouvir os blocos informativos da Renascença percebe-se que esta emissora tem um cuidado especial em tentar obter muita informação através dos seus colaboradores. A Alfa já

não. A distância física que a separa dos acontecimentos em Portugal, obriga a que as informações sejam apuradas a partir das agências de notícias e dos canais de informação daí optar pela utilização, na maioria das vezes, de fontes oficiais por as considerar fidedignas de fácil obtenção. Assim, a hipótese 4 é confirmada, ou seja, a rádio Alfa recorre a uma menor diversidade de fontes.

5.3 – Síntese

Após a análise das variáveis em estudo, foi feita a confirmação das quatro hipóteses de investigação levantadas no capítulo da metodologia. Deste modo, percebeu-se que o ambiente sociocultural pode, realmente, influenciar as rotinas produtivas de uma rádio.

Ainda assim e após uma análise aprofundada do tema, e como já referido no ponto 5.5. desta investigação, entendeu-se que muitas das diferenças verificadas entre as duas rádios, não dependiam apenas do ambiente sociocultural, mas também de fatores como a disponibilidade financeira e os recursos humanos inerentes em cada rádio. Este subcapítulo presta atenção a outros indicadores de análise e considera-os cruciais na distinção destas duas rádios.

A análise comparativa entre a Renascença e a Alfa permitiu também avaliar ainda outros dois indicadores não mencionados na verificação das hipóteses, ainda assim, considera-se indicadores importantes e a ter em conta. Falamos aqui da duração das peças bem como da duração dos noticiários, como forma de complemento para esta análise empírica. Em suma, é possível verificar-se, quanto à duração das peças, que o período menos ocupado, ora pela Renascença ora pela Alfa, é o que compreende os valores entre 1 minuto e 31 segundos até aos 2 minutos. Todos os outros intervalos representam valores similares nas duas rádios e portanto, não se verificam grandes diferenças. O mesmo já não se verifica quando se avalia a duração dos noticiários. Enquanto a rádio portuguesa tende a ser mais consistente na duração dos blocos de informação, fixando-se no intervalo entre 7 minutos e 1 segundo até aos 8 minutos, a Alfa é mais diferenciada. De facto, os boletins da emissora francesa têm uma certa percentagem em todos os intervalos apresentados, como se pode constatar na observação do gráfico 7.

Capítulo 6 – Considerações Finais

A passagem pela Rádio Alfa tornou-se, para além de uma experiência bastante enriquecedora a nível profissional, pessoalmente recompensadora. O trabalho realizado ao longo dos 3 meses de estágio, resultou em 41 participações, de uma forma completa, nas emissões da rádio Alfa: 13 participações anteriormente gravadas, 25 diretos onde informei quais seriam os destaques dos matutinos em Portugal e, por fim, 3 blocos informativos. A estes dados, acrescenta-se as várias participações que realizei nos noticiários em parceria com os jornalistas (8 participações). Quanto às entrevistas, como já referi na secção a elas destinadas, realizei 10 entrevistas, via telefone, a diversas individualidades.

É dado adquirido que «a imprensa é a análise, a rádio é a síntese» (Moreira, 1991, cit. em Meditsh: 1999: 25) e o período de estágio serviu para me provar isso mesmo. A experiência de elaborar blocos informativos, em curto espaço de tempo, com a condicionante de me preocupar em ser direcionado para a comunidade emigrante, foi o que me despertou o interesse em descobrir as principais diferenças e semelhanças entre os blocos informativos em Portugal e em França. Ou seja, descobrir, até que ponto, o ambiente sociocultural (e o público-alvo) influencia na hora de optar por uma notícia ao invés de uma outra, teve um notório impacto na minha experiência, daí ter optado por escolher esta temática com objeto de estudo deste Relatório de Estágio. A pouca matéria sobre este tema foi também a rampa de lançamento para me debruçar sobre o assunto.

Neste sentido, foi elaborado um estudo modesto de análise de conteúdo com o objetivo de avaliar essas semelhanças/diferenças com base em variáveis (as que me pareceu mais pertinentes) e realizados gráficos comparativos entre a Rádio Alfa e a Rádio Renascença. Assim, foram abordadas várias áreas (como o local, a duração, as fontes de informação, o nível de interesse, entre outras) que visavam responder à principal questão a que este relatório se propôs responder. As conclusões foram interessantes.

Segundo diversos autores, já acima mencionados, tornou-se óbvio que o ambiente influencia a produção dos blocos informativos, mas em que medida? Talvez não tanto, como seria de prever. As diferenças são consideráveis, no entanto, esta análise e a experiência vivida no estágio, fez perceber que não só o ambiente cultural influencia estes dados. Em determinados indicadores de análise (como o grau de sonorização e os formatos jornalísticos

adotados) podem ser explicados pela diferença de recursos humanos das rádios. Os poucos jornalistas da Alfa levam a que não haja tanta diversidade entre as peças, como seria expectável tendo em conta o meio de informação. Ainda assim, existem algumas variações dignas de serem salientadas, uma última vez, neste trabalho.

Segundo os dados, conclui-se então que, os jornalistas da Renascença privilegiam determinados temas, enquanto a Alfa privilegia uns tantos outros. As peças relacionadas com a Política são as protagonistas em ambas as rádios, no entanto, na Alfa são ainda mais abordadas, com mais de 35% do total. O Desporto é a categoria com maior discrepância. Enquanto, na Alfa, o Desporto é referido em mais de 30 peças, na Renascença, são 11, o número de peças desportivas. É nesta categoria que o ambiente sociocultural influencia, ainda mais, a escolha dos jornalistas. O Desporto e a Cultura têm um papel predominante nos blocos informativos da estação francesa. O mesmo não acontece em Portugal. Por outro lado, a Renascença privilegia peças sobre política e sobre sociedade em geral. Tendo em conta a situação geográfica das peças, constatou-se que, naturalmente, a Renascença privilegia as notícias sobre Portugal (59,7%) um pouco mais do que a Alfa (35,2%). Justifica-se pelo facto de a Alfa necessitar de balancear as notícias e falar também sobre os assuntos que acontecem em França. Os dados relativos aos formatos jornalísticos e o nível de sonorização refletem a falta de recursos humanos por parte da Alfa. Evidencia-se uma diferença assinalável nos formatos adotados por cada rádio, bem como o grau de sonorização. Por norma, a Alfa recorre a peças mais simples e com pouca sonoplastia enquanto, a Renascença opta por peças mais elaboradas, com recurso a sonoplastia e com a intervenção de outros jornalistas e comentários em direto. Quanto à duração das peças e dos blocos informativos, constatou-se que, regra geral, a Alfa opta pelos intervalos de tempo mais curtos ao contrário da Renascença. É de salientar ainda que, a Renascença tem quase como “obrigação” que a duração dos noticiários se insira no intervalo compreendido entre os 7 minutos e os 8 minutos (21 dos 26 blocos informativos encaixam-se neste intervalo de tempo). A Alfa não tem uma regra estabelecida, ou seja, a duração pode aumentar ou diminuir tendo em consideração os conteúdos a emitir em antena. Após feito um resumo de praticamente todos os indicadores em análise, resta-nos o indicador que avalia as fontes de informação adotadas pelas emissoras.

Na abordagem às fontes de informação percebemos que sem fontes não há notícias. Chaparro defende mesmo que “Sem elas não existe a informação decisiva, o detalhe poético, a versão esclarecedora, a frase polémica, a avaliação especializada. A fonte faz acontecer, revela o

segredo, detém o saber ou a emoção que queremos socializar. Ou sofre efeitos e a eles reage.” (2001: 43). A análise deste Relatório de Estágio apurou que as fontes oficiais são a que ocupam um grande destaque, com particular incidência nas fontes adotadas pela Alfa. As fontes institucionais também são das principais fontes a serem utilizadas pois transmitem ao jornalista, uma maior credibilidade. Os dados demonstram que a Renascença é mais diversificada e opta por utilizar diversas fontes, de diferentes categorias. A Alfa cinge as suas escolhas a duas categorias: fontes oficiais e institucionais. Todas as outras, embora utilizadas, são pouco mencionadas nos blocos informativos da rádio Alfa.

Parece haver, ainda assim, muito caminho a ser feito. O período de análise, embora curto, serviu para chegar a algumas conclusões interessantes, no entanto, acredita-se que estas possam ter sido influenciadas pela atualidade noticiosa que decorria no momento da análise (situação de crise na Grécia). Se o período de análise não tivesse calhado numa altura com tanto fluxo noticioso, fica a dúvida se os resultados poderiam ser diferentes. Talvez a maior mudança se centra-se na situação geográfica das peças, talvez não houvesse tantas peças sobre a atualidade internacional, no entanto, não passam de suposições. Num futuro, fica aqui a sugestão de se elaborar uma análise mais alargada, quer a nível temporal, quer na análise de mais do que dois meios de comunicação social.

Capítulo 7 – Referências Bibliográficas

Boyd, A., Stewart, P., & Alexander, R. (2001). *Broadcast Journalism - Techniques of Radio and TV New*. Oxford (England): Focal Press.

Bardin, L. (1979). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Chaparro, M. (2001). *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: Minerva Editora.

Cebrián, J.L. (1998). *Cartas a um Jovem Jornalista*. Lisboa: Bizâncio Editora.

Fernandes, B. (2011). *A teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: o Caso da RDP*. Dissertação de Mestrado., Universidade de Beira Interior, Covilhã, Portugal.

Galtung, J.& Ruge, M. *A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros*. In: TRAQUINA, N. (org). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Veja.

Gans, H. (1979). *Deciding What's News: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.

Henriques, I. (2013). *As Manhãs Informativas da Rádio Renascença: Perfil dos Noticiários da Manhã*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova, Lisboa, Portugal.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Edições Gradiva.

Kinsey, M. (2008a). *'Hard News'* In: Kinsey, M., et al. (2008). *Key Concepts in Journalism*. Los Angeles: Sage Publications.

Kinsey, M. (2008b) *'Soft News'* In: Kinsey, M., et al. (2008). *Key Concepts in Journalism*. Los Angeles: Sage Publications.

MacDougall, C. (1968). *Reporters Report Reporters*. Iowa: State University Press.

Maia, M. (1955). *Telefonia*. Lisboa: Circulo de Leitores.

MCLEISH, R. (2001). *Produção de Rádio: Um Guia Abrangente da Produção Radiofónica*. São Paulo: Summus Editorial.

Meditsch, E. (1999). *A Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*. Coimbra: Edições Minerva.

Meneses, J.P. (2006). *As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Vigo, Vigo, Espanha.

Meneses, J.P (2003). *Tudo o que se passa na TSF: ...Para um "Livro de Estilo"*. Lisboa: Jornal de Notícias.

Molotch, H. & Lester, M. (1974). *News as Purposive Behavior; on the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals*. Emmitsburg: National Emergency Training Center.

Muñoz, J., & Gil, C. (1994). *La Radio: Teoria y Pratica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión española.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Editora Gradiva.

Ribeiro, N. (2000). *A Rádio Renascença na Transição de Regime: do 25 de Abril ao 25 de Novembro*. Lisboa: Lusitânia Sacra. Retirado a 8 de Fevereiro de 2014 do website <http://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/4447>

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (1998). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Mahawah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

SANTOS, M. (2011). *Interatividade na Rádio - o Poder da Voz*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica, Porto, Portugal.

Santos, R. (1998). *Os Novos Media e o Espaço Público*. Lisboa: Editora Gradiva.

Santos, R. (2003). *Jornalistas e Fontes de Informação*. Coimbra: Edições Minerva.

Santos, R. (2010). *Do Jornalismo aos Media: Estudo sobre a realidade portuguesa*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Schmitz, A. (2011). *Fontes de Notícias: Ações e Estratégias das Fontes no Jornalismo*. Florianópolis: Combook.

Sousa, J. P. (2000). *As Notícias e os Seus Efeitos: as "Teorias" do Jornalismo e dos Efeitos Sociais dos Media Jornalísticos*. Coimbra: Editora Minerva.

Sousa, J.P (2000). *Elementos do Jornalismo Impresso*. Porto: Universidade da Beira Interior.

Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Edições Vega.

Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva.

Tuchman, G. (1973). *Making News by Doing Work*. In: Berkowitz, D. (1997). *Social Meanings of News: A Text-Reader*. London: Sage Publications.

White, M. (1993). *O Gatekeeper: Uma Análise de Caso na Selecção das Notícias*. In: Traquina, N. (org). *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Edições Vega.

Capítulo 8 - Anexos

Anexo 1

Entrevista a Fernando Lopes

Elisa Campos – Olá, boa tarde. Então como é que descreve a Rádio Alfa?

Fernando Silva – É uma rádio obrigatoriamente francesa, temos de obedecer às regras e às leis francesas. Como se dirige à comunidade portuguesa, a maioria das pessoas pensa que é uma rádio comunitária e até pode ser em certo sentido, mas a nível legal não o é. No início, a rádio pertencia à categoria A, ou seja, rádio comunitária visto que se dirige completamente a uma comunidade em específico e não necessita de respeitar totalmente as regras de difusão de música francesa que, nas outras categorias, obriga à difusão de 40 % de música francesa, sobretudo novos talentos, novas produções. Entretanto, passamos para a categoria B, as rádios comerciais locais e partir daí tivemos de respeitar as regras de difusão musical, ou seja, 40 % de música francesa e 60% de outra música, a que quisermos. Não se cumpre bem nessas proporções, mas pela lei somos obrigados a isso e daí deixamos de ser uma rádio comunitária a nível legal. Continuamos a sê-lo, dirigindo-nos à comunidade de língua portuguesa.

Elisa Campos – Qual é a cobertura da rádio?

Fernando Lopes – Em FM, pode-se dizer que, o raio médio de cobertura será de 70 quilómetros à volta de Paris, embora haja sítios onde não se vá tão longe, e outros onde se pode atingir 100 a 120 quilómetros, nomeadamente para Norte, para onde vamos relativamente longe. Para Oeste, e derivado ao sítio onde está o nosso emissor que está na parte Este de Paris, a propagação é mais difícil porque há rádios que estão muito próximas e, para além disso, temos de ultrapassar a barreira radieleétrica da Torre Eiffel onde estão muitos emissores, o que faz com que seja difícil passar. Em FM é assim. Depois, também estamos desde o dia 20 de Junho a emitir em DAB e DAB+, que é a utilização de outras frequências, neste caso, a Alfa está incluída num conjunto de rádios que está a utilizar uma só frequência para nove programas de rádio. Essa difusão vai ainda progredir e quando chegarmos à parte final dessa difusão, nessa altura vamos abranger um rádio de 100 a 120 quilómetros de forma homogénea, em toda a região parisiense. Atualmente, já estamos com uma cobertura ligeiramente melhor do que a cobertura

em FM, portanto, não há grandes problemas para a difusão. O único problema que ainda temos é que, ainda há muita pouca gente equipada com recetores DAB.

E.C – Só os carros mais recentes é que já têm esses recetores?

F.L – Os carros mais recentes têm porque o DAB está a progredir bastante. Até aqui, para ter um programa de rádio em FM, havia uma frequência, um emissor ligado. Em DAB, um emissor emite 10 ou mais programas de rádio, dependendo da qualidade que se quer, para cada uma dessas rádios. Regra geral, conta-se com uma dezena de rádios para cada emissor. As rádios não vão poder suportar durante muito tempo estar a emitir em FM e estar a emitir noutro sistema. Há países, onde já está planeado a altura em que a transmissão em FM acaba, tal como aconteceu, tanto em França como em Portugal, com a televisão. Na rádio, o mesmo fenómeno vai ter de acontecer, será insuportável continuar a assegurar os custos de dupla difusão. O futuro está no DAB. Já estamos em Paris desde o dia 20 de Junho, em Lion estamos num período de experimentação desde 2007, e vai continuar até Setembro de 2015, e depois haverá candidaturas para essa região. Portanto, estamos a transmitir em DAB em Paris e em Lion. O DAB dá um melhor conforto de escuta, ou se recebe, ou não se recebe, não há interferências. A Alfa tem também outros canais de difusão como a Internet e temos mais três programas de rádio, para além do programa principal. Estamos a emitir desde 1996, por satélite. Há muita gente que nos ouve em Portugal, há pessoas que inclusivamente já estão na reforma e que trabalhavam aqui, continuam a ouvir a rádio Alfa em Portugal e até Alemanha. São então estes os quatro canais principais para ouvir a Alfa, ou seja, FM, DAB, canal satélite e a Internet.

E.C – Não há então data prevista para terminar a transmissão via FM, em França?

F.L – Não, ainda não há nada definido. Por enquanto, o DAB só começou, oficialmente, este ano com autorizações para as regiões de Paris, Marsella e Nice e quer-se estender as autorizações para outras regiões francesas, mas ainda não está nada estabelecido. O calendário indica que a parte Sudoeste talvez seja a próxima e, talvez, daqui a dois anos todas as regiões estarão com as rádios a funcionar em DAB.

E.C – E em Portugal, como está a funcionar?

F.L – Em Portugal, o DAB já foi praticado, durante a Expo 98, a Antena 1 fez um programa dedicado à Expo que estava a funcionar em DAB. No entanto, a “moda” não pegou em Portugal,

talvez por questões financeiras. Como já disse, em FM, uma rádio, uma frequência, um emissor. Em DAB, um emissor, várias rádios, ou seja, as rádios que fazem parte do mesmo emissor têm de se entender. Em França, foram criadas rádios de multiplex, onde todas as rádios que utilizam o mesmo emissor, são parceiras, são sociedades com interesses gerais e a única coisa que têm de financiar é a difusão. Além disso, em França há uma coisa que não muito em Portugal que são as sociedades de difusão. Cá há 3 grandes sociedades: a TDF (uma sociedade que era do Estado e agora tornou-se semiprivada), TowerCast, e VDL (sociedade sediada em Lion). Essas três sociedades fornecem os meios, fazem parte do multiplex onde entram as rádios associadas e depois as despesas são partilhadas com uma quota-parte de benefício para a entidade emissora. Em Portugal não há grandes difusoras em Portugal. Continuamos a ter o mesmo problema que em Portugal – os meios são escassos, os vendedores não estão informados, são relativamente caros em relação a FM.

E.C – A rádio já existe desde 1987, mas antes, era uma rádio associativa. Quando é que surgiu a sua evolução?

F.L – As autorizações, no princípio, eram dadas por cinco anos. Os nossos cinco primeiros anos fomos uma rádio associativa e com uma transmissão de apenas 12 horas, partilhávamos a emissão com uma rádio africana. Em 1997, passamos a rádio comercial, ou seja, a categoria B, com uma emissão de 24 horas com uma frequência só para nós.

E.C – A rádio vive, exclusivamente, da publicidade?

F.L – Sim.

E.C – E como funciona? Como é que acontece todo o processo até passar em antena?

F.L – Existem várias maneiras. A rádio faz também parte de uma sociedade, a GIE (Groupement d'intérêt économique), uma associação com 126 rádios, consideradas como uma só, ou seja, quem vende publicidade, vende para elas todas ao mesmo tempo. De três em três anos, a Les Indés Radios, uma GIE, coloca a concurso a venda de publicidade, ou seja, garante X milhões de euros por ano para a vossa estrutura. A TF1 é que tem ganho nos últimos anos. Depois, temos os nossos agentes comerciais que também vendem, principalmente a locais ligados à comunidade como bancos portugueses, produtos portugueses, restaurantes portugueses, etc. Além disso, temos ainda outra régie que trabalha quase como a TF1 mas a nível mais local que também nos manda a publicidade, mas já vem tudo feito do exterior. Nas publicidades

angariadas pelos nossos comerciais, a maioria dos spots são gravados e montados aqui. Uma vez que o spots estão formados, aí vem o processo de programação. Faz-se a programação e depois é necessário verificar, dentro de cada ecrã publicitário, se não há publicidades a um mesmo produto seguidas. Por exemplo, embora tenhamos publicidades de diferentes supermercados, (elecler, intermarché, superU, etc), embora possam constar no mesmo ecrã de publicidade, não devem estar seguidas.

Anexo 2

Tabela 2 - Preço por emissão



LES EMISSIONS ⁽¹⁾

ESTA NA HORA Lundi au vendredi de 6h00 à 9h00	3 000 € HT
PONTO DE ENCONRO Lundi au vendredi de 9h00 à 12h00	2 000 € HT
PASSE BEM Lundi au vendredi de 12h00 à 15h00	2 000 € HT
DE BONNE HUMEUR Lundi au vendredi de 15h00 à 17h00	2 000 € HT
AS DOCAS Lundi au vendredi de 17h00 à 19h00	3 000 € HT
MAIS PERTO DE SI Lundi au vendredi de 19h00 à 21h00	3 000 € HT
TRIBUNA DESPORTIVA Lundi de 21h00 à 23h00	2 000 € HT
NUANCES DO BRASIL Mardi de 21h00 à 23h00 et Dimanche de 15h 00 à 16h00	1 500 € HT
OSTUGAS Mercredi de 21h00 à 23h00	2 000 € HT
SÓ FADO Vendredi de 21h00 à 23h00	2 000 € HT
DANCE FLOOR Vendredi de 23h00 au Samedi à 01h00	2 000 € HT
RAIZ LUSITANA Samedi et Dimanche de 5h00 à 7h00	1 500 € HT
ALFA MUSIQUES Samedi de 7h00 à 9h00	2 000 € HT
ESPAÇO ABERTO Samedi de 9h00 à 12h00	2 000 € HT
MUSIQUES Samedi de 12h00 à 13h00	1 000 € HT
PAUSE LUZIK Samedi de 13h00 à 15h00	1 500 € HT
BACK STAGE Samedi de 15h00 à 16h00 et Jeudi de 22h00 à 23h00	1 000 € HT
ALFA TOP + Pub sur site internet Samedi de 17h à 18h	2 000 € HT
ESPAÇO EMBAXAIDA Samedi de 16h00 à 17h00	1 000 € HT
DESPORTO ASSOCIATIVO Samedi de 18h00 à 19h00	1 000 € HT

Tabela 3 - Preço por um *spot* publicitário de 30 segundos



TARIF BRUT Base 30 secondes

Lundi au Dimanche (Euros)

00h00 / 05h00	24 €
05h00 / 06h00	60 €
06h00 / 10h00	120 €
10h00 / 12h00	84 €
12h00 / 14h00	96 €
14h00 / 17h00	84 €
17h00 / 20h00	120 €
20h00 / 21h00	84 €
21h00 / 23h59	48 €

Coefficients Tarifs / Durées

5 sec.	10 sec.	15 sec.	20 sec.	25 sec.	30 sec.	35 sec.	40 sec.	45 sec.	50 sec.	55 sec.	60 sec.
0.50	0.60	0.75	0.85	0.95	1.00	1.25	1.50	1.70	1.90	2.10	2.40

Tabela 4 - Preço por pacotes de spots publicitários

 PACKAGE ALFA	
TARIF HT Base 30 sec. (coefficient 0.85 pour du 20 secondes)	
50 MESSAGES	
Diffusion 7h00 / 20h00	1 740 € HT Soit 34.80 € HT le message
Diffusion 5h30 / 23h00	1 450 € HT Soit 29.00 € HT le message
100 MESSAGES	
Diffusion 7h00 / 20h00	3 240 € HT Soit 32.40 € HT le message
Diffusion 5h30 / 23h00	2 700 € HT Soit 27.00 € HT le message
200 MESSAGES	
Diffusion 7h00 / 20h00	6 000 € HT Soit 30.00 € HT le message
Diffusion 5h30 / 23h00	5 000 € HT Soit 25.00 € HT le message
500 MESSAGES	
Diffusion 7h00 / 20h00	14 400 € HT Soit 28.00 € HT le message
Diffusion 5h30 / 23h00	12 000 € HT Soit 24.00 € HT le message
1 000 MESSAGES	
Diffusion 7h00 / 20h00	27 600 € HT Soit 27.60 € HT le message
Diffusion 5h30 / 23h00	23 000 € HT Soit 23.00 € HT le message
<p>Ces tarifs font l'objet d'une diffusion en floating, et s'entendent nets sans aucun dégressif supplémentaire.</p> <p><i>Ces tarifs sont applicables pour toute campagne faisant l'objet d'un contrat annuel, ces spots devront être consommés dans les 12 mois suivant la signature du contrat.</i></p> <p><i>En cas de non respect de cet engagement, Radio ALFA se réserve le droit d'annuler les spots non diffusés et de facturer le solde du contrat.</i></p> <p><i>La production et insertion de tout nouveau spot sera facturée 230.00 € HT et le changement de plan média sera facturé 46.00 € HT.</i></p>	

Anexo 3

Locutores:

Durante a semana:

06h-09h00- Ester de Sousa e Carlos Manuel “Está na Hora”

09h00-12h00- Anabela da Cunha “Ponto de Encontro”

12h00-15h00 – Paulo Salgado “Só entre Nós”

15h00-17h00 – Paulo Salgado (só para orientar)

17h00-19h00 – DJ Albert “As Docas”

19h00-21h00 - Vitor Santos “Mais Perto de Si”

A partir das 21h00:

segunda-feira: 21h00-23h00 – Tribuna Desportiva com Manuel Alexandre

terça-feira: 22h00-23h00 – “Nuances do Brasil” com Marluce Campos Perrollet

quarta-feira: Modo automático

quinta-feira: 23h00-00h00- “Backstage” com Ester de Sousa

sexta-feira: Modo automático

Fim-de-semana:

Sábado:

05h00-07h00- “Raiz Lusitana” com Joaquim Pereira

07h00-08h00- Modo Automático

08h00-09h50- Noticiário com Artur Silva // Modo Automático

09h50-12h00- “Espaço Aberto” com Francisco Francisco e Manuel Pinto Lopes

12h00-15h00- Modo automático

15h00-16h00- Backstage com Ester de Sousa (repetição)

16h00-18h00-Modo automático

18h00-19h00- N18h com Antena1 (9m); “Desporto Associativo” com Manuel Alexandre

19h00-05h00- Modo automático

Domingo:

05h00-07h00- “Raiz Lusitana” com Joaquim Pereira

07h00-09h00 - “Margens da Tradição” com usos e costumes com Judite da Cruz, Guilherme Alves, Manuel Moreira;

09h00-12h30- Modo automático

12h30-15h00- “Passagem de Nível” com Artur Silva

15h00-16h00- “Nuances do Brasil” com Marluce Perrollet;

16h00-00h00- Modo automático

Todos os outros horários estão em modo automático e são preenchidos por música portuguesa e francesa. Os noticiários (durante o horário diurno) estão à responsabilidade da A2PRL.