

Do Alentejo para o Mundo: um retrato das rádios locais na Internet

Luís Bonixe

Resumo

Depois de um período de euforia, caracterizado pela expansão das rádios locais um pouco por todo o país, a radiodifusão local passou por uma fase difícil de sustentabilidade financeira de alguns dos projetos. O cenário gerado a partir do final da década de 90 caracteriza-se pelo encerramento de algumas emissoras, a cedência de programação a outras, e a transformação de várias emissoras em rádios musicais sem qualquer vínculo às comunidades onde se inserem. Este panorama acontece numa altura em que os média em geral e as rádios em particular, procuram encontrar estratégias e práticas para se adaptarem a um novo ecossistema mediático caracterizado pela digitalização e pela Internet.

Este artigo procura perceber de que modo as rádios locais do Alentejo estão presentes na Internet e que práticas e políticas seguem no sentido de afirmar a sua identidade enquanto meio de comunicação de proximidade. Partindo da observação dos *sites* das rádios locais alentejanas e de entrevistas a profissionais da radiodifusão local do Alentejo, o artigo conclui que as emissoras locais desta região do país estão presentes na Internet, mas essa presença é fortemente condicionada pelos enormes constrangimentos ao nível dos recursos humanos.

Introdução

A radiodifusão local representa um dos movimentos mais interessantes no sector dos média em Portugal. Ele significou uma expressão das populações relativamente à sua identidade e pode ser considerado como um fenómeno nacional de expressão da cidadania.

As rádios locais em Portugal, tal como noutros países da Europa, surgem da vontade das populações locais que estavam descontentes com a escassez de representação das suas regiões nos espaços mediáticos dos principais meios de comunicação social. Esse desejo de afirmação da sua identidade local conduziu à criação de mais de seis centenas de rádios piratas em todo o país, no período entre 1977 e 1988. Nestes onze anos, assistiu-se a ações de fiscalização que procuravam impedir que essas rádios emitissem (uma vez que não tinham licença para tal); a avanços e recuos do ponto de vista regulamentar; a movimentos de grupos de cidadãos que procuravam garantir a existência da sua rádio local e a tomadas de posição política de alguns autarcas portugueses em defesa das rádios locais.

Com a legalização em 1988, o cenário altera-se profundamente e caracteriza-se por um conjunto de dificuldades económicas que conduz ao encerramento de várias emissoras e a

cedência a outras de maiores recursos. As que sobrevivem fazem-no com dificuldade e à custa do escasso mercado publicitário local.

Atualmente, as rádios locais que conservam a sua função ontológica procuram a sua afirmação num contexto global. Estão na Internet, nas redes sociais e criam aplicações para dispositivos móveis. Com esta estratégia, procuram estar na era da digitalização dos meios de comunicação e afirmar a sua função de proximidade com as comunidades nas quais estão inseridas. É assim também no caso das rádios do Alentejo que procuramos caracterizar neste artigo.

Assim, no presente texto é nossa intenção contribuir para entender o cenário da radiodifusão local no Alentejo quanto à sua presença *online*, identificando, a partir da observação dos sites e de entrevistas a profissionais das rádios locais alentejanas, as práticas, políticas e estratégias para o *online*, cruzando com a função de proximidade com as comunidades locais.

A radiodifusão local em Portugal

Numa Europa dominada pela rádio e televisão públicas, normalmente centralizadoras, as rádios livres (mais tarde locais) surgem com o propósito de proporcionar uma visão alternativa que contemplasse temáticas pouco ou nunca mencionadas pelos grandes meios de comunicação social (Flichy, 1981; Guatari, 1981; Escudero, 1998).

É desta forma que em França emergem as rádios verdes, com o objetivo de sublinhar a luta contra as armas nucleares e a defesa do ambiente, e em Itália aparece um conjunto de rádios numa enorme onda de liberdade, agitação política e mobilização das populações, o que levou Umberto Eco (1981) a falar das rádios livres como uma nova era da liberdade de expressão baseada na palavra direta e de livre acesso.

Em Portugal, o fenómeno teve as suas características próprias, apesar de seguir alguns dos princípios encontrados na Europa, em particular nos casos espanhol, francês e italiano. Mas o carácter, sobretudo, localista afasta o caso português da instrumentalização política, ainda que os políticos, e sobretudo os autarcas, não tenham estado afastados deste processo, muito pelo contrário, dando-lhe apoio e suporte.

Mas, na realidade, muitas rádios locais em Portugal nasceram da vontade de pequenos grupos de pessoas que tinham o objetivo de levar a sua comunidade local para o espaço mediático. E conseguiram-no, pelo menos numa fase inicial, já que nos anos seguintes à liberalização muitas emissoras enfrentaram problemas de sustentabilidade.

Com efeito, a transição para um cenário profissional imposto pela legalização acabou por evidenciar algumas lacunas em muitas destas pequenas empresas que apenas tinham como fonte de rendimento o escasso mercado publicitário local. Mário Mesquita descreve assim o panorama das rádios locais nos primeiros anos da legalização:

“De 1990 a 1993 são numerosas as alterações deste sector. Estações que fecham, que se associam a outras, que são vendidas, que alteram radicalmente o seu projecto inicial, enfim, a rádio local está longe de encontrar o seu ponto de estabilidade” (Mesquita, 1994: 400).

É neste contexto que identificamos três situações distintas entre 1989 e 1994.

A primeira, em que as rádios locais, apesar de terem obtido licença para emitir, não o faziam por falta de recursos. Uma situação que se verificou particularmente no interior do país.

O segundo cenário caracterizou-se pela venda de espaços horários, ou mesmo da totalidade da sua programação, a igrejas que em poucos anos conseguiram deter um número significativo de emissoras de norte a sul de Portugal.

Por fim, assistiu-se a um processo de colonização do sector com a constituição de cadeias de rádios, nas quais as emissoras com maiores recursos, numa tentativa de cobrir todo o território, firmaram protocolos com rádios locais para a retransmissão da sua programação. Esta estratégia revelou-se também benéfica para as emissoras locais com menores recursos, pois parte da sua grelha de programação passou a estar preenchida, algo que de outra forma não aconteceria por falta de meios.

O que se seguiu foi um cenário caracterizado por emissoras locais que, apesar de terem obtido licença, acabaram por se transformar em “rádios-fantasma” (Marinho, 2000: 99) sem programação própria e que acabaram por se transformar em retransmissores de rádios de maior potencial. Esta situação gerou um conjunto de cadeias de radiodifusão que em nada contribuiu para a promoção da informação e programação locais. Matos Maia refere que em 1993, quatro anos após a legalização, “55 por cento das estações locais emitem em simultâneo com outros operadores” (Maia, 1995: 229).

O sector da radiodifusão local só viria a conhecer alguma ordem do ponto de vista regulamentar com a aprovação da lei 4/2001 de 23 de fevereiro, que obriga a que as rádios locais emitam um mínimo de oito horas entre as 7 e as 24 horas, estabelecendo que cada emissora indique, durante o período de programação própria, a denominação da rádio bem como a sua localização. Em relação à informação, o mesmo diploma prevê que as rádios locais ou regionais generalistas difundam, por dia, pelo menos três blocos noticiosos de âmbito local entre as 7 e as 24 horas. Relativamente à constituição de cadeias de rádios, o mesmo articulado

estipula que só podem emitir em cadeia as rádios que obedeçam a um mesmo modelo específico, num máximo de quatro emissoras, desde que a distância entre elas não seja inferior a 100 quilómetros.

Não demoraria muito até que a realidade voltasse a conturbar o sector da radiodifusão local. Com a possibilidade de se constituírem como rádios temáticas, muitas emissoras locais mudaram a sua classificação de generalistas para musicais. A vantagem de se tornarem rádios temáticas musicais relaciona-se com a redução de custos, nomeadamente com jornalistas, pois não estão obrigadas a difundir informação. Desta forma, foram vários os concelhos que viram, na prática, a sua rádio local desaparecer com especial incidência nas zonas da Grande Lisboa e Grande Porto. De acordo com a Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC), em 2017 existem em Portugal 80 rádios locais classificadas como temáticas, sendo que destas 65 são musicais.

Este cenário é justificado por dois motivos: 1) se por um lado, as empresas de radiodifusão local com maiores dificuldades económicas viram nesta possibilidade uma forma de reduzir os custos com recursos humanos, abdicando da componente informativa, por outro, 2) as funções da radiodifusão local de proximidade às populações e de acompanhamento das vivências das comunidades acabam por ficar fortemente comprometidas.

Paralelamente, as rádios locais têm procurado marcar a sua presença na Internet.

O projeto ROLI, surgido em 2007, e que resultou de uma parceria entre a Associação Portuguesa de Radiodifusão, União Europeia e Estado português, foi um dos principais impulsos para a presença das rádios locais portuguesas na Internet.

Este projeto permitiu que uma boa parte de rádios locais, sem grandes possibilidades económicas para apostar no *online*, pudesse emitir a sua emissão através da Internet.

Naturalmente que as rádios locais, pelas próprias características de limitação geográfica da sua emissão, beneficiaram muito com a possibilidade de emitir a programação para todo o mundo, podendo, deste modo, chegar às comunidades portuguesas emigradas.

As rádios locais começaram, assim, por estar presentes *online*, emitindo a sua emissão via Internet e em *streaming*. O passo seguinte foi a criação de *sites* próprios, nos quais começaram por inserir informações simples, como a grelha de programação, o historial ou a equipa de profissionais da emissora. O relatório da Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC) refere que 62% das rádios locais estão presentes na Internet, utilizando em simultâneo o sistema ROLI e *site* próprio (ERC, 2008: 254).

Em 2011, haveria 178 rádios locais com transmissão da emissão via *streaming* e *website* próprio (Portela, 2011).

As rádios locais no Alentejo

De acordo com a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo (2014), as atividades de rádio são aquelas que representam o menor volume de negócios dentro da categoria Património e Indústrias Culturais no Alentejo, e situam-se em 12º numa lista de 16 sectores de atividade quanto à capacidade para gerar emprego na região (CCDR Alentejo, 2014: 56-57).

O cenário da radiodifusão local no Alentejo em 2017 regista ainda marcas da sua origem, escapando à tendência verificada nos grandes centros urbanos para a cedência de frequências a rádios de maior dimensão. No Alentejo, e de acordo com dados da ERC (2017), encontramos apenas duas frequências que estão a ser utilizadas por rádios que não são locais. São os casos da frequência de Portel (cedida à Rádio SIM) e do Redondo (cedida à Cidade FM).

O quadro I revela a tendência de as rádios no Alentejo se manterem locais e generalistas. Apenas uma delas está classificada como temática informativa e uma outra como temática informativo-desportiva.

Quadro I – Radiodifusão local no Alentejo

Página | 50

	Situação do alvará		Tipologia das rádios locais			
	Local	Frequência cedida	Generalista	Musical	Informativa	Informativa-Desporto
Beja	10		10			
Évora	11	2	10		1	
Portalegre	4		3			1
Setúbal	4		4			
Total	29	2	27		1	1

Fonte: Entidade Reguladora da Comunicação (2017)

Partindo da base de dados disponibilizada pela Entidade Reguladora para a Comunicação, verificamos que em 2017 se encontravam a emitir 29 rádios na região do Alentejo, sendo que Évora e Beja registam o maior número de emissoras. Em Portalegre, apesar das frequências inicialmente disponibilizadas, apenas emitem quatro rádios. O mesmo número foi identificado pela ERC nos concelhos alentejanos do distrito de Setúbal (Alcácer do Sal, Grândola, Sines e Santiago do Cacém). Quanto à tipologia da sua programação, a esmagadora maioria (27) é generalista e apenas duas são temáticas: uma informativa e outra de desporto.

Metodologia

Em 2016, identificámos para o presente estudo 22 rádios com emissão *online* a partir do Alentejo, o que representa 81,48% das rádios identificadas. Cinco não possuem *site* próprio. À data da observação, verificámos que duas das rádios locais alentejanas não atualizavam o *site* há mais de um ano.

Optámos, deste modo, por fazer uma análise a 15 rádios locais do Alentejo com presença *online*. A observação realizada em 2016, procurou caracterizar a presença *online* das rádios locais alentejanas quanto ao aproveitamento das potencialidades *online*, presença nas redes sociais e nas redes móveis. Em paralelo, realizámos entrevistas a jornalistas responsáveis pela *online* das rádios locais do Alentejo. Obtivemos oito respostas. Com as entrevistas, semidiretivas, pretendemos identificar as principais linhas estratégicas das rádios locais do Alentejo em relação à sua presença na Internet, constrangimentos, políticas e práticas.

Aproveitamento das potencialidades pelos *sites* das rádios locais

A observação realizada aos *sites* das rádios locais do Alentejo permite-nos identificar o uso das potencialidades do *online*. Assim, verificámos que a fotografia é o elemento mais utilizado pelas emissoras analisadas (80%). A incorporação de áudio nas notícias publicadas no *site* bem como o recurso ao *podcast* aparecem logo a seguir como os elementos mais utilizados pelas emissoras estudadas. Estes dois elementos são de particular importância, pois ambos são sonoros, o que demonstra que as rádios procuram maximizar esse recurso.

Constatámos ainda que o vídeo tem uma presença relevante nos *sites* analisados, pois 20% das rádios locais do Alentejo fazem uso deste elemento, o que é visto como uma estratégia para chegar às comunidades locais.

“O *site* é uma ferramenta preciosa, pois conseguimos divulgar as nossas notícias, a nossa emissão e os nossos eventos pela via audiovisual. Recentemente, começamos a fazer notícias em vídeo, de maneira a estarmos cada vez mais próximos dos nossos ouvintes”. (Entrevistada O)

As infografias, instrumentos que acarretam outro tipo de recursos técnicos e humanos, surgem na nossa observação sem qualquer presença.

Verificámos ainda que os *sites* são atualizados com frequência. Na esmagadora maioria das rádios observadas (80%), registámos movimentos de atualização mais de 3 vezes por dia. Este é um valor considerado importante, tendo em conta o meio *online*, que possibilita essa

atualização, e o facto de, assim atualizados, os *sites* das rádios gerarem maior proximidade com os ouvintes/cibernautas.

Esta prática surge apesar da escassez de profissionais nas redações das rádios locais (Bonixe, 2015), tal como é referido no seguinte excerto, retirado de uma entrevista a um jornalista de uma rádio local alentejana realizada para este estudo:

“A redação é única e quem faz o trabalho para a rádio adapta-o para a Internet. Não posso dizer que seja fácil, exige um trabalho acrescido por parte da redação para atualizar o *site* e colocar os conteúdos que temos no *online*”. (Entrevistado A)

Outro dado que nos merece atenção é a presença nas redes sociais, nomeadamente no Facebook. Dois terços das rádios observadas estão no Facebook, 40% no Twitter e apenas 20% têm presença no YouTube. Apesar da crescente popularidade do Instagram, não encontramos no período de observação qualquer rádio do Alentejo nesta rede social.

Da análise do quadro II, registamos ainda que 20% das emissoras alentejanas disponibilizam caixas de comentários para as suas notícias e que um terço já possui aplicações para dispositivos móveis, nomeadamente telemóveis. Este dado é sublinhado por um dos entrevistados:

“(…) temos estado a apostar muito nesta área porque cada vez mais as pessoas estão a deixar a rádio tradicional e estão a ir para outras plataformas, outra aposta que fizemos o ano passado foi estarmos presentes com uma aplicação para *smartphones* e *tablets*, portanto nós neste momento temos a nossa rádio também como aplicação para Android e para iPhone e iPad”. (Entrevistado N)

Quadro II – Dados do aproveitamento das potencialidades do *online* pelas rádios locais do Alentejo

%	1. Multimédia
20,00	1.1. Vídeo
0,00	1.2. Infografia
0,00	1.3. Infografia estática
80,00	1.4. Fotografia
13,33	1.5. Fotogaleria
33,33	1.6. Áudio incorporado na notícia
6,67	1.7. Áudio da notícia
26,67	1.7. <i>Podcast</i>
2. Hiperligações	
13,33	2.1. Arquivo
26,67	2.2. Internas
13,33	2.3. Externas

	3. Interatividade
46,67	3.1. <i>Mail</i> coletivo
13,33	3.2. <i>Mail</i> individual
20,00	3.3. Comentários
0,00	3.4. Fóruns
6,67	3.5. <i>Chats</i>
	4. Redes Sociais
66,67	4.1. Facebook
40,00	4.2. Twitter
0,00	4.3. Instagram
20,00	4.4. YouTube
26,67	4.5. Outra
	5. Redes Móveis
26,67	5.1. Telemóvel
6,67	5.2. <i>Tablet</i>
	6. Memória
46,67	6.1. Existência de arquivo
53,33	6.2. Ferramenta de pesquisa
20,00	6.3. Existência de <i>tags</i>
	7. Atualização
80,00	7.1. Mais que 3 vezes por dia
6,67	7.2. Uma a 2 vezes por dia
0,00	7.3. Uma vez por dia
6,67	7.4. Menos que uma vez por dia

Os dados apurados na observação demonstram que a Internet começa a ser uma plataforma que integra as rotinas e as práticas quotidianas dos profissionais das rádios locais do Alentejo. Apesar dos valores obtidos, deve-se sublinhar que há ainda emissoras que não encontram na Internet uma aposta para o futuro, como é referido no seguinte excerto:

“O *site* é uma extensão daquilo que é o nosso trabalho de rádio. O importante para nós é a rádio, é este o nosso meio e aquilo que fazemos com o *site* é estender o nosso trabalho. O nosso *site* é basicamente de informação, os conteúdos lá colocados são os que são produzidos por nós com vista a antena, portanto nós muito raramente produzimos conteúdos específicos para a Internet, que o nosso mercado não é a Internet. Nós vemos o *site* como um complemento”. (Entrevistado M)

Por outro lado, outras rádios admitem que a sua estratégia para o *online* não é a desejável, uma vez que não têm possibilidades para fazer uso das potencialidades que a Internet tem para oferecer.

“Eu gostaria obviamente de ter um *site* com texto, com áudio, com vídeo, mas infelizmente, devido aos escassos recursos humanos, nós não conseguimos, de facto, ter todas essas potencialidades que seriam importantes para nós”. (Entrevistado N)

Notas finais

A presença *online* das rádios locais alentejanas está em linha com o universo das emissoras portuguesas, que procuram cada vez mais estar presentes na Internet. Tal como verificámos, mais de 80% das emissoras locais do Alentejo estão presentes na *world wide web*, o que revela uma estratégia de modernização e acompanhamento da tendência do sector radiofónico nacional e até internacional.

No entanto, a presença *online* das rádios alentejanas é marcada pela dificuldade em retirar uso das potencialidades que a Internet pode oferecer. Com exceção da fotografia, cuja utilização é de 80% das rádios analisadas, outras potencialidades têm valores muito reduzidos (caso do vídeo, 20%) ou inexistentes, como é o caso das infografias. As potencialidades sonoras da Internet têm uma expressão que consideramos normal, tendo em conta a facilidade que representa para uma rádio a disponibilização de recursos sonoros.

Esta prática revela a continuação do uso da expressividade sonora, apesar da presença *online*, que tende a privilegiar a imagem, mas ao mesmo tempo demonstra uma prática de *shovelware*, ou seja, a disponibilização dos conteúdos da emissão tradicional para a nova plataforma, sem qualquer modificação. Efetivamente, os sons encontrados nas notícias do *site* são os mesmos que foram emitidos na rádio hertziana. A interatividade é outro recurso que não está a ser devidamente utilizado, nomeadamente em relação aos comentários (apenas 20% possuem este recurso).

Página | 54

A política das rádios locais do Alentejo face ao aproveitamento das potencialidades do *online* não pode deixar de ser cruzada com os constrangimentos que estas empresas têm, sobretudo ao nível dos recursos humanos. É oportuno lembrar que as rádios locais em Portugal têm entre 1 e 4 jornalistas (Bonixe, 2015) nas redações, que têm a função de garantir a emissão hertziana e ao mesmo tempo a gestão das plataformas *online*.

Os responsáveis pelas rádios reconhecem a Internet como muito importante para cumprir a sua função de proximidade. No entanto, admitem que a prioridade é a rádio tradicional e que a inexistência de recursos humanos suficientes limita a aposta no *online*. Não obstante, identificamos alguns indicadores que mostram a tentativa de acompanhar as tendências nacionais e internacionais, por exemplo, com a aposta que começa a surgir nos dispositivos móveis, para além da significativa presença nas redes sociais, em particular no Facebook.

Bibliografia

Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC) (2013). Estudo sobre os Principais Grupos de Custos de Financiamento das Rádios Associadas da ARIC. [Online] Disponível em: <http://www.aric.pt/noticia.php?id=1002> [Consultado em 16 de abril de 2013].

Azevedo, A. P. (2001). As rádios locais no pós-25 de Abril. Revista *Observatório*, n. 4. Lisboa: Observatório da Comunicação, pp. 113-122.

Bonixe, L. (2012). As rádios locais em Portugal – da génese do movimento à legalização. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p313>. [Consultado em: 12 de maio de 2014].

Bonixe, L. (2015). Jornalismo e jornalistas das rádios locais portuguesas. C3I. Instituto Politécnico de Portalegre. Disponível em: http://www.c3i.ipportalegre.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=340&Itemid=76 [Consultado em: 6 de outubro de 2017].

Carvalho *et al.* (2010). *Estudo de Impacto dos Incentivos diretos concebidos pelo Estado aos órgãos de comunicação social regional e local*. Lisboa: UNL-Média XXI.

Cazenave, F. (1980). *Les Radios Libres*. Paris: PUF.

Chantler, P. & Harris, S. (1997). *Local Radio Journalism*. Oxford: Focal Press.

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo (2014). Uma Estratégia de Especialização Inteligente para o Alentejo. Disponível em: <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/EstrategiasEInteligente/EREI%20Alentejo.pdf>.

Eco, U. (1981). Una nueva era en la libertad de expresión. In: Bassets, L. (Org.). *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 213-230.

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2009). *Caracterização do sector da radiodifusão local*. Lisboa: ERC.

Escudero, M. C. (1998). *Radio Pública Local*. Madrid: Fragua.

Flichy, P. (1981). La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa Occidental. In: Bassets, L. Org.) *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 180-188.

Hood, L. (2010). Radio Recentered: Local News Returns Home. *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 17, no. 2, pp. 151-166.

Herreros, M. C. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.

Jeanneney, J.-N. (1996). *Uma História da Comunicação Social*. Lisboa: Terramar.

Guatari, F. (1981). Las radios libres populares. In: Bassets, L. (Org.) *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 231-236.

Maia, M. (1995). *A Telefonía*. Lisboa: Círculo dos Leitores.

Marcos, L. H. (1989). *Rádios Locais - A lei e a realidade*. Porto: Centro de Formação de Jornalistas.

Meios&Publicidade (2012). É terrível o que se está a passar com as rádios locais. Disponível em: <http://www.meiosepublicidade.pt/2012/06/e-terrivel-o-que-se-esta-a-passar-com-as-radios-locais/> [Consultado em 18 de junho de 2012].

Portela, P. (2008). *Rádio na Internet em Portugal - A abertura à participação num meio em mudança*. Húmus.

Starkey, G. (2011). Directo e local nunca mais? As comunidades de ouvintes e as tendências de globalização na propriedade e produção de rádios locais. *Comunicação e Sociedade*, vol. 20, pp. 157-172.

Vieira, J. et al. (2010). *Os novos caminhos da rádio: Radiomorphosis. Tendências e Prospectivas*. Lisboa: Obercom.

Notas sobre o autor:

Luís Bonixe

luisbonixe@ippportalegre.pt

Instituto Politécnico de Portalegre