

As notícias dos sites das rádios portuguesas: contributos para a sua compreensão

Luís Bonixe

Escola Superior de Educação de Portalegre

luis.bonixe@gmail.com

Resumo

A presente comunicação tem por objectivo analisar as notícias colocadas online nos sites das três principais rádios de informação portuguesas: Antena 1, TSF e Renascença. Através do estudo das notícias, procuramos encontrar pontos que nos indiquem a relação que a rádio hertziana mantém com os seus sites, tendo sempre como cenário de fundo as transformações que a Internet convoca para a rádio no domínio da sua expressividade, até aqui baseada unicamente no som.

A comunicação conclui que os sites das rádios, no que à informação diz respeito, servem como um complemento e uma extensão da emissão dita tradicional.

Abstract

The present communication is to analyze the news placed online, on the websites, of the three main Portuguese radio for information: Antena 1, TSF and Renascença. Through the study of news, we look for points that indicate us the relationship that terrestrial radio has with their sites, taking as background changes that the Internet calls for the radio in its expressiveness, until now based only on sound. It concludes that the sites of the radios, as the information relates, serve as a complement and an extension of traditional broadcast.

Palavras-chave: Rádio, jornalismo, notícias, ciberjornalismo

Keywords: Radio, journalism, news, online-journalism

1. Introdução

Da rádio informativa é comum dizer-se que é actual, ubíqua e instantânea. Pelo menos desde a II Guerra Mundial quando a rádio começou, verdadeiramente, a potenciar as suas características enquanto meio de comunicação talhado para a difusão de factos actuais. Mas também se diz da rádio que é talvez o meio de comunicação com maior agilidade porquanto será aquele que melhor se tem adaptado aos constantes desafios que se lhe têm deparado ao longo da sua história. Primeiro, enquanto refém dos jornais, depois a televisão e agora a Internet.

A tudo isto, a rádio respondeu com som, rapidez e imediatismo provando ser o meio de comunicação que melhor é capaz de responder à necessidade dos seres humanos de receberem informação actualizada. A rádio soube tornar-se num apêndice do homem moderno, como refere Adriano Duarte Rodrigues (1995), acompanhando-o e orientando-o no seu ritmo quotidiano.

E, no entanto, com a Internet, a rádio estará neste início de século, pela primeira vez, a ser colocada perante um enorme desafio que chega a levar alguns a pressagiar o seu desaparecimento.

Esse desafio tem duas dimensões.

Em primeiro lugar, ao convocar um questionamento conceptual sobre o meio radiofónico. Ou seja, em que medida ainda se fala de rádio quando o ouvinte/utilizador já não tem só o papel de receptor passivo, podendo ser o produtor de conteúdos, seleccionar o que pretende escutar a qualquer hora e em qualquer local, ver vídeos, infografia, comentar uma notícia ou enviá-la para um outro utilizador. Nada disto parece ser rádio, se por rádio entendermos tratar-se, unicamente, de uma comunicação exclusivamente sonora.

Por outro lado, se partirmos do pressuposto de que a rádio enquanto meio sonoro não vai desaparecer, cenário que admitimos na presente comunicação, que papel lhe cabe e que formas adquirirá num espaço mediático caracterizado pela co-existência com a Internet?

As respostas a estas questões serão, seguramente, dadas nos próximos anos. Por agora interessa-nos perceber como convivem os “jornalisms” da rádio e dos sites. Que notícias são disponibilizadas online e qual a relação que mantém com a rádio, que potencialidades online são aproveitadas nos sites das emissoras portuguesas e que caminhos toma o sector multimédia no contexto das redacções das rádios em Portugal.

É com este conjunto de questões que partimos para a presente comunicação que analisa em particular as notícias disponibilizadas nos sites de três principais rádios portuguesas de informação: Antena1, Renascença e TSF.

2. A Rádio e a Internet

A Internet veio colocar uma série de questões à rádio tal como a conhecíamos, ou seja enquanto forma de comunicação exclusivamente sonora. Com a Internet, a rádio já não é só som, pois com a sua presença na rede global passou a ter a possibilidade de disponibilizar um conjunto de serviços e de recursos expressivos que antes, naturalmente, lhe eram vedados.

Angel Faus Belau propunha em 2001 a reinvenção da rádio¹. O autor espanhol defendia que essa reinvenção não poderia limitar-se a uma simples operação de cosmética. A reinvenção da rádio implicaria uma mudança contextualizada numa nova realidade comunicacional, económica, técnica e social.

Faus Belau enumerou um conjunto de razões segundo as quais a rádio deveria estar na Internet. Entre esse conjunto de argumentos encontramos o facto de não ser necessária uma concessão para a actividade de radiodifusão, a inexistência de fronteiras para a rádio que pode ser ouvida em qualquer parte do mundo, a crescente utilização do computador e da Internet no mundo Ocidental e o crescimento potencial das audiências para a rádio presente na rede global.

Com efeito, a presença da rádio na Internet permite-lhe, entre outras coisas, potenciar algumas das suas características inatas, como seja, por exemplo, a portabilidade. Se a rádio já era transportável, com a possibilidade de ter programas em formato *podcast*, essa sua especificidade ganhou outra relevância.

A interactividade é outra das características genéticas do meio radiofónico. Lembremo-nos dos programas de *phone-in* e do contributo que deram para a aproximação da rádio aos seus ouvintes. A Internet potenciou esse recurso da rádio, como notam Sandra Amaral, Gustavo Cardoso e Rita Espanha: “o grande contributo da Internet para a rádio advém da interactividade proporcionada pela rádio *online* na procura do aprofundar da intimidade entre rádio e ouvinte” (Amaral et. al., 2006:349).

¹ - FAUS BELAU, Angel (2001) “Reinventar la Radio”. Chasqui: n.º 74. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/faus74.htm>. [Consultado em 2 de Junho de 2007]

Estamos, pois, perante uma nova rádio, que encontra na Internet a sua reinvenção. Para essa reinvenção contribui, ainda, a utilização de um conjunto de elementos expressivos que não faziam parte do universo radiofónico.

Assim, à palavra falada, à música, aos efeitos sonoros e ao silêncio, a Internet acrescentou à rádio os vídeos, a palavra escrita, a fotografia ou as hiperligações.

Laurent Gago (2004) identificou cinco indicadores que estão presentes nos sites das rádios e que não fazem parte da tradicional linguagem da rádio exclusivamente sonora. São eles, os indicadores linguísticos (presença da palavra escrita), semânticos (identificação da língua e os diversos assuntos presentes), icónicos (representações gráficas, imagens e fotografias), presenciais (arquitectura do site, cor) e hipertextuais (ligações externas e internas).

É neste ponto que se levantam mais interrogações sobre se ainda estamos a falar de rádio. Transmitir sons no site acompanhados por palavra escrita, com fotografia e dando ainda a possibilidade ao utilizador de comentar essa notícia, ver o vídeo e por fim, reenviar o texto a um amigo, continua a ser rádio?

Para Mariano Cébrián Herreros, do que falamos não é de rádio, mas de informação sonora acompanhada de outros elementos e de outras ferramentas:

Não se trata tanto de rádio por Internet, mas de informação sonora acompanhada de outros elementos paralelos escritos e visuais com capacidade de ligação e de navegação (...) A rádio por Internet é outra coisa diferente de rádio. Haverá que procurar uma denominação mais precisa. (Herreros, 2001:21)

O papel do ouvinte é mais um factor que ajuda a perceber a renovação por que passa o meio radiofónico. Até aqui, a escuta radiofónica caracterizava-se, sobretudo, pela passividade do receptor. Com a Internet, essa relação é modificada, pois os *ouvintes-cibernautas* podem seleccionar aquilo que pretendem escutar e no momento em que o pretendem fazer.

Ouvir rádio, ou programas sonoros como prefere dizer Cébrian Herreros (2001) através de um computador, seleccionando aquilo que se pretende escutar, implica, também neste contexto, um novo comportamento do ouvinte perante o médium, que deixa de ser compatível com a prática de outras actividades diárias.

O meio radiofónico encontra na Internet vantagens de várias ordens. Técnica e tecnológica com a não limitação do espectro podendo chegar a vários pontos do globo com custos mais reduzidos (Saiz, 2002:28); de relação com os ouvintes possibilitando ferramentas novas que não estavam ao dispor do meio, como *chats*, fóruns de discussão online ou comentários dos ouvintes às notícias; e por fim favorece a experimentação de novas modalidades de expressão para além do som (Saiz, 2002:29), como a utilização do vídeo, de cores ou de infografia.

Por esta ordem de razões, a convivência no espaço mediático da rádio e da Internet não parece difícil se se tiver em conta o cenário de complementaridade (Sandra et. al., 2006; Meditsch, 2001, Saíz, 2002; Cébrian Herreros, 2001) que ajuda, em particular a rádio, a potenciar a sua linguagem de origem e, por outro, a enriquecer as suas capacidades expressivas.

3. Metodologia

O objectivo da presente comunicação é a de lançar um olhar sobre as notícias disponibilizadas nos sites das três principais rádios de informação portuguesas: Antena 1, Renascença e TSF. Partindo da análise às notícias quanto à temática abordada e às manchetes dos sites pretendemos identificar qual a relação entre a informação colocada online e as notícias difundidas na emissão hertziana.

A análise incidiu sobre as notícias colocadas online no período da manhã entre as 7 e as 10h30. É nesse período que a rádio dita tradicional emite os seus principais noticiários.

O estudo consistiu na gravação, escuta e análise das notícias dos noticiários emitidos entre as 7 e as 10 da manhã entre os dias 30 de Junho e 4 de Julho de 2008. Em simultâneo os sites das rádios foram monitorizados de trinta em trinta minutos entre as 7 e as 10h30 no sentido de identificar se as notícias que eram colocadas online já tinham sido emitidas nos noticiários da rádio.

Para além da comparação online/emissão hertziana, procedemos a uma análise das dos sites tentando identificar nas notícias elementos multimédia, de hipertextualidade e interactividade. O texto que apresentamos faz parte de um estudo que se insere num trabalho de dissertação de doutoramento cujo objecto de investigação é o jornalismo radiofónico. No âmbito desse estudo procedemos a entrevistas aos directores das rádios Antena 1 e Renascença, chefe de redacção da TSF e ao editor de multimédia da Renascença². Utilizamos parte dessas entrevistas no presente texto, nomeadamente, no que se refere ao posicionamento do online no contexto das redacções das respectivas rádios.

² - Não foi possível entrevistar os coordenadores/editores de multimédia da Antena 1 e TSF.

4. A rádio portuguesa na internet

Os sites das rádios portuguesas começaram por colocar online as informações mais elementares como a grelha da programação, o seu historial ou a transcrição das notícias emitidas pela rádio hertziana.

Nesta fase inicial, as rádios preocupavam-se em estar presentes na rede global não retirando do novo meio as potencialidades que ele de facto poderia oferecer. A mais-valia residia, sobretudo, na possibilidade de escuta da emissão da rádio em qualquer parte do mundo. Esta vantagem foi muito importante em particular para as rádios locais, naturalmente com uma cobertura hertziana mais reduzida.

Neste particular, surge por iniciativa da Associação Portuguesa de Radiodifusão e com o apoio financeiro da União Europeia e do Estado português, o projecto ROLI, que tinha como principal objectivo a colocação online das emissões das rádios locais portuguesas.

Segundo dados de 2008³, o ROLI funciona com 195 operadores de radiodifusão. Agregado a este projecto, foi criado em Maio de 2007 o Portal Rádio onde se podem encontrar informações sobre as rádios aderentes ao ROLI bem como aceder às emissões online.

O projecto contribuiu muito para a presença das rádios portuguesas na Internet, conforme se confirma a partir do relatório da Entidade Reguladora da Comunicação referente a 2007. Segundo a ERC mais de 90% dos operadores disponibilizam emissão através da Internet, sendo que 80 por cento o fazem através do sistema ROLI. (ERC, 2008:254).

Para além do projecto ROLI que permitiu, sobretudo, que as rádios com menos possibilidades pudessem também estar presentes na Internet, as principais emissoras portuguesas têm feito uma aposta séria na sua presença na rede global.

A rádio pública portuguesa foi a primeira emissora a registar um domínio, em 1995, através da Antena 3. A TSF, em 1996, passou também a estar online, apesar do domínio tsf.pt só ter sido uma realidade em 2000. A Rádio Renascença iniciou a sua presença online em 1995, mas o seu site só foi criado em 1997. Estas iniciativas da rádio portuguesa acompanharam a generalidade dos restantes órgãos de comunicação social em Portugal (Amaral et. al., 2006:348).

É igualmente de destacar o portal de rádios Cotonete, pertencente à Media Capital Rádios que disponibiliza acesso a uma série de emissoras do grupo, para além de *webrádios* e *podcasts* produzidos pelo grupo ou por amadores.

³ - Informações disponíveis no Portal Rádio em <http://www.radios.pt/portalradio/projectoroli/>.

Num outro campo, verificamos que tem proliferado o número de *webrádios* criadas por amadores (rádios pessoais) ou como resultado de iniciativas no seio das grandes empresas de radiodifusão portuguesa. São os casos da Rádio Nostalgia, que depois de alguns anos a emitir em FM passou a estar acessível apenas na *web*. A Rádio Portugal, que foi criada no seio do grupo Media Capital em 2006 para acompanhar o Europeu de futebol de sub-21 e o Mundial de futebol na Alemanha, ou a Rádio Euro 2008 criada em Junho daquele ano pela RDP são outros exemplos. O operador público de radiodifusão criou ainda duas outras *webrádios*: a Rádio Musik e a Lusitânia Rádio, ambas destinadas a difundirem unicamente via online programação musical.

As rádios portuguesas, sejam de entretenimento ou com um cariz mais informativo, de cobertura nacional ou local, olham actualmente para a Internet já não apenas como uma plataforma onde é preciso estar, mas estão preocupadas em potenciar essa presença.

A aposta feita na presença online não significa, no entanto, o aproveitamento desejável das potencialidades da Internet.

No já citado relatório anual da Entidade Reguladora da Comunicação referente a 2007, pode ler-se que apesar da elevada presença das rádios locais na World Wide Web, a utilização de novas tecnologias associadas ao meio não é muito elevada. Um desses exemplos referidos pela ERC é a utilização do *podcast* que existe em apenas 13 das 124 rádios locais inquiridas por aquela entidade. (ERC, 2008:255)

O reduzido aproveitamento das potencialidades da Internet foi também notado num estudo do Observatório da Comunicação realizado por Sandra Amaral, Gustavo Cardoso e Rita Espanha (2006).

Os investigadores notaram que, por exemplo, a personalização (registo e *newsletters*) apesar de ser considerada uma das vantagens da Internet não é muito utilizada pelas rádios nacionais, o mesmo sucedendo com a hipertextualidade. (Amaral et.al., 2006:350-351)

O reduzido aproveitamento das potencialidades da Internet foi igualmente verificado no estudo realizado por Fernando Zamith no âmbito da sua tese de Mestrado. O autor analisou diversos sites noticiosos portugueses, incluindo duas rádios, com o objectivo de determinar qual o aproveitamento que faziam das potencialidades do ciberjornalismo, como a existência de hiperligações, elementos multimédia, ferramentas de interactividade etc. O autor concluiu que os ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional aproveitam menos de um quarto das potencialidades máximas do novo meio. (Zamith, 2008:46).

Zamith colocou, numa lista liderada pelo site do jornal Público, a página da TSF em quarto lugar o site da Renascença em sexto quanto ao aproveitamento das potencialidades da Internet.

5. A rádio informativa na web

O presente artigo olha em particular para as notícias dos sites de três rádios portuguesas de informação: Antena 1, TSF e Renascença, razão pela qual importa perceber algumas das suas especificidades.

A página da Antena 1 tem, à partida, uma particularidade que é o facto de estar alojada no site da RTP. Esta circunstância coloca a rádio de serviço público numa situação ímpar, conforme refere o director da estação, João Barreiros:

“Para a TSF e para a Renascença é fácil ter a sua página própria com notícias. Para nós não é porque dividimos o site com a RTP. Ou dividimos por um lado a rádio e por outro a televisão e estamos a replicar as mesmas notícias, ou parte delas serão as mesmas, ou então aquilo será mesmo um terceiro canal que não é rádio nem televisão. É mesmo algo independente que projecta também a rádio e a televisão, mas que é algo independente”⁴

Com efeito, é política da RTP, a congregação dos vários meios num único site com a designação de www.rtp.pt. O resultado, nomeadamente para o campo da informação, que é aquele que nos interessa aqui abordar, é que se verifica que na homepage do site há, de forma evidente, mais destaques informativos provenientes da televisão do que da rádio.

Ainda assim, é de registar o facto do próprio director de informação da Antena 1 incluir o trabalho na *net* como uma parte integrante do serviço público do qual a emissora é concessionária.

“O serviço público tem que ser lido na horizontal e não na vertical. É o conjunto do trabalho que fazemos na 1, 2,3, na Internacional e na Internet. Procuramos atingir o maior número possível de público com produtos diferenciados”⁵

⁴ - João Barreiros, director de informação da Antena 1. Comunicação pessoal. 27 de Fevereiro de 2008.

⁵ - Idem.

A preocupação de inserir no conceito de serviço público a plataforma Internet indicia, quanto a nós, a consciência por parte das empresas jornalísticas tradicionais, neste caso da RDP, da importância da rede global para a afirmação da rádio.

No caso da Renascença o site foi modificado em 2006 significando uma aposta ainda maior na componente online.

Partindo do discurso dos seus responsáveis, registamos uma clara aposta da Renascença na *web* enquanto plataforma de referência para o campo da informação. Aposta essa assumida pelo próprio director da estação:

*“A grande aposta da casa agora, na informação, é na net. (...) Estamos a apostar no multimédia. Temos um site com notícias actualizadas permanentemente. Temos dois jornais diários que podem ser imprimidos, o Página UM, e estamos a desenvolver a TV na Web”.*⁶

No caso da emissora católica, a secção multimédia é composta por doze pessoas incluindo um sub-director para o multimédia, dois editores (um em Lisboa e outro no Porto) e nove jornalistas, seis na capital e três na redacção do norte.⁷

No site da Renascença temos acesso a um jornal em pdf, que começou por ter duas edições diárias, mas que em 2008 sofreu a sua primeira reformulação implicando modificações ao nível gráfico e dos conteúdos e passando a ter apenas uma única edição por dia. O Página UM, que é feito na redacção do Porto, pode ser subscrito pelos utilizadores que assim o receberão por correio electrónico.

O site da RR disponibiliza ainda sons de protagonistas das notícias, vídeos, infografia animada, fotografia, programas e espaços da rádio em formato *podcast* e em *streaming*. Existe ainda a possibilidade dos utilizadores ouvirem os noticiários da emissora bem como algumas edições do programa desportivo Bola Branca.

Para além de uma série de serviços disponibilizados no site, como informações sobre a programação da Rádio, contacto via mail, é visível no site a aposta na vertente vídeo do site. Alguns dos programas da estação estão disponíveis para serem vistos, o que se tem transformado numa mais-valia para a rádio.

O editor multimédia refere o seguinte:

⁶ - Francisco Sarsfield Cabral, director de informação da Rádio Renascença. Comunicação pessoal realizada em 26 de Fevereiro de 2008. Quando a entrevista foi realizada, o jornal Página UM ainda era disponibilizado duas vezes por dia, daí a referência no excerto citado.

⁷ - Informações recolhidas junto do editor de multimédia da redacção de Lisboa.

*Temos programas nossos que temos em vídeo porque, às vezes, as televisões querem-nos (como foi o caso do Falar Claro, com a Manuela Ferreira Leite, que nos foi pedido dezenas de vezes, sobretudo pela SIC e RTP).*⁸

A presença de vídeo e recursos multimédia por todo o site demonstram esta tendência da Renascença.

O site da TSF sofreu profundas alterações em Maio de 2008. As modificações operadas no site tiveram por objectivo reflectir no online as máximas da TSF.⁹ As modificações no site da TSF passaram pela organização em três itens principais: actualidade, serviços e programação e pela reformulação ao nível gráfico.

Esse caminho implicou a colocação online de alguns dos programas que se têm afirmado na TSF. Por outro lado, o novo site da rádio fez uma aposta nos conteúdos em vídeo disponibilizando imagens de jogos de futebol, em parceria com a Sport TV, canal televisivo que pertence ao mesmo grupo económico da rádio, a Controlinveste.

Para além das mudanças visíveis no site, as alterações implicaram igualmente uma reorganização da redacção e um novo conceito para o online no contexto da TSF.

Sobre este novo conceito, Manuel Acácio, chefe de redacção, refere o seguinte:

*O nosso online nasceu como um ramo autónomo que se alimentava da TSF. O objectivo neste momento é: aquilo é a nossa cara. É o nosso rosto. Não é nenhum órgão autónomo.*¹⁰

Com a reformulação, no site da TSF passaram a estar disponíveis galerias de fotos, gráficos sobre a bolsa e arquivo de programas da rádio. De igual modo, o site possibilita o acesso à escuta dos noticiários da estação, em *streaming*, e a subscrição de programas em *podcast*, possibilidade aliás, em que a rádio foi pioneira no contexto português.

6. Uma nova expressividade. Um novo jornalista?

As estratégias de convergência no seio das redacções da rádio começam a surgir com alguma normalidade. Ou seja, para além da contratação de novos profissionais em função de uma

⁸ - Pedro Caeiro em entrevista pessoal, via online.

⁹ - Declarações de Arsénio Reis, sub-director da TSF, ao Meios&Publicidade. Disponível em <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/10/20/novo-site-da-antena-1-em-novembro/>

¹⁰ - Manuel Acácio. Entrevista pessoal. 23 de Maio de 2008.

plataforma multimédia como é a Internet, as redacções tendem a convergir para uma linha em que “todos fazem tudo”.

Não se julgará ser isso possível sem a desejável formação de profissionais da rádio habituados a lidar exclusivamente com o som, mas que agora têm de contar a realidade utilizando também vídeos, infografias, fotografia e demais ferramentas que o online possibilita.

O desafio que agora se coloca à rádio, e aos seus profissionais, é a convergência desta sua expressividade genética, baseada no som, com as formas de expressão e ferramentas que a Internet possibilita e que estavam, naturalmente vedadas à rádio.

Para Jesus Saíz Olmo, a Internet está a criar um novo perfil de jornalista de rádio caracterizado pela sua polivalência, capaz de trabalhar com diferentes linguagens e suportes. (Olmo, 2005: 17).

O autor propõe a existência de um novo operador de rede que seria um profissional capaz de trabalhar com as diferentes ferramentas multimédia para além das funcionalidades da própria rádio (Olmo, 2005: 18).

No mesmo sentido, Miguel A. Ortiz e Juan Cuesta sublinham a importância da “polivalência y policompetencia” atribuindo-lhes o decisivo papel de se constituírem como as chaves dos novos perfis profissionais (Ortiz e Cuesta, 2003: 38).

Para os autores, o redactor multimédia seria um jornalista polivalente, com formação superior e capacitado para elaborar conteúdos com textos, imagens e sons em suportes distintos. (Ortiz e Cuesta, 2003: 40).

Ou seja, estaremos perante a criação de um novo jornalista de rádio, já não apenas preocupado com a manipulação sonora da realidade, mas também com a necessidade de colocar imagens, escrever texto ou pensar em hiperligações. Naturalmente que este cenário implica modificações na própria profissão de jornalista que na necessidade de lidar com tantas ferramentas lhe restará pouco tempo para o que é mais essencial na sua actividade: informar.

Seja num cenário futuro em que “todos farão tudo” ou num ambiente mais moderado no qual os jornalistas da rádio apenas lidarão com as ferramentas do online em situações extraordinárias e não na rotina diária, a verdade é que já hoje a rádio portuguesa tende para a convergência no seio das suas redacções. Constatamos essa tendência a partir do discurso dos profissionais.

Manuel Acácio, chefe de redacção, reforça essa situação para o caso da TSF.

“A redacção é uma. (...) Agora é de facto haver uma integração com toda a gente da parte radiofónica a trabalhar para o site e com eles também a darem ideias. É haver uma fusão clara. Enquanto uns vão ao microfone, outros vão ao computador. É essa a diferença.”¹¹

Na Renascença, esta é já uma prática, conforme explica o editor Pedro Caeiro:

Os [jornalistas] de rádio já vão percebendo que "os tempos são outros" e que o jornalismo caminha para o multimédia a passos largos. Primeiro estranharam ter de levar alguém com câmara de vídeo ou fotográfica para os serviços. Mas, com a crescente importância da Net, foram "abrindo os olhos" para este mundo. E se ainda há alguns resistentes, já vai havendo alguns que sugerem trabalhos que "seria bom ter em vídeo", outros já sugerem fotoreportagens, outros infografias, outros já nem se importam de fazer peças apenas em vídeo ou para Net, ou até artigos exclusivamente para o Página 1, o que é um grande avanço.¹²

Se até agora, os jornalistas de rádio se preocupavam unicamente em disponibilizar um “bom som” agora terão de pensar igualmente numa “boa imagem” e num “bom texto”.

Este novo cenário que se depara perante os jornalistas da rádio convoca várias dimensões, das quais destacamos as seguintes:

a) Dimensão técnica e tecnológica: ao jornalista de rádio cabe já não apenas saber dominar as técnicas de edição e de trabalho com o som, mas também deve ter conhecimentos de fotografia, de edição de vídeo e, eventualmente, de software para criar infografias;

b) Dimensão expressiva: o jornalista da rádio é cada vez mais um jornalista multimédia (Cebrián Herreros, 2001). Para além do domínio da expressividade sonora, terá de se adaptar a uma lógica multimédia. Ao jornalista de rádio já não é requerido apenas ter boa voz e saber falar ao microfone. O jornalista da rádio/multimédia terá de saber construir um bom texto, captar boas imagens e fazer bons títulos.

c) A dimensão organizacional. As rotinas dos jornalistas numa redacção de rádio tendem a alterar-se a partir do momento em que convergem duas realidades no seio da mesma instituição e que têm o mesmo objectivo: informar. A alteração das rotinas resulta do facto os

¹¹ - Manuel Acácio. Entrevista pessoal. 23 de Maio de 2008

¹² - Pedro Caeiro em entrevista pessoal, via online.

jornalistas da rádio já não se limitarem a produzir informação para um único meio (a rádio), mas terem de o fazer para outras plataformas. Os tempos da notícia modificam-se.

d) Por fim, a dimensão deontológica da profissão ganha, para os jornalistas da rádio, novos contornos. Lembremos o caso conhecido no dia 20 de Março de 2008 quando foi divulgado por vários órgãos de comunicação social portugueses um vídeo que circulava no You Tube no qual era mostrada uma cena de agressão de uma aluna, menor de idade, a uma professora por causa de um telemóvel. A situação ocorreu numa sala de aula de uma escola do Porto e foi gravada por um outro aluno munido de um telemóvel com câmara de filmar. As intervenientes apareciam no vídeo sem qualquer filtro na imagem que pudesse ocultar a sua identidade.

Os sites das rádios tiveram atitudes diferentes perante a divulgação daquelas imagens. A Rádio Renascença, apesar de ter divulgado a notícia, não exibiu qualquer imagem. A Antena 1, no site conjunto com a RTP, divulgou o vídeo mas colocando um filtro na face da professora e da aluna para que não fossem identificadas. Contudo, a TSF disponibilizou no seu site uma ligação para o vídeo no You Tube, ou seja, servindo de orientador para os utilizadores que assim puderam ter acesso a toda a cena filmada.

As diferentes formas de procedimento perante a mesma situação levadas cabo pelas três rádios sugerem-nos, precisamente, estarmos perante uma nova realidade no contexto do jornalismo radiofónico, que na rádio dita tradicional não se colocava porque não havia imagem.

7. As experiências da rádio informativa na *web*

Antena 1, Renascença e TSF têm mostrado, através de alguns casos, a complementaridade que é possível estabelecer entre as emissões hertzianas e os sites das estações no que à informação diz respeito.

Na TSF, por exemplo, era comum os noticiários terminarem sugerindo ao ouvinte que poderia consultar as notícias no site da estação. A TSF online foi pioneira ainda numa experiência que ilustra as vantagens que a rádio pode retirar da sua presença na Internet. No dia 7 de Abril de 2005 levou a cabo uma emissão para surdos que consistiu no acompanhamento, com linguagem gestual, da emissão contínua e regular da TSF através do site www.capacidades.org.pt. Entre as 8 e as 22 horas, os espaços como a “Manhã informativa”, “Fórum TSF”, “Fórum Mulher”, “Tarde informativa da TSF”, os vários noticiários e jornais

temáticos emitidos durante o dia e o “relato de futebol Newcastle – Sporting” foram acompanhados por linguagem gestual no site criado para o efeito.

Tratou-se de um experiência que a TSF não repetiu, mas que serviu para demonstrar como a rádio pode potenciar a sua existência e utilidade na rede global e, neste caso, chegar até novos públicos.

A colocação de galerias de fotos no site sobre trabalhos jornalísticos emitidos na rádio, como sucede com a “Reportagem TSF”, ou a emissão de excertos de entrevistas remetendo o ouvinte para a *web* onde poderá escutar a conversa na íntegra, são alguns dos exemplos que indicam que site e rádio se complementam.

A Renascença, por exemplo, disponibiliza *dossiers* multimédia sobre diversos assuntos, utilizando vídeo e infografia animada, mas na generalidade são temas que já sofreram tratamento na emissão da rádio. As versões disponibilizadas via online aprofundam e complementam as informações dadas na emissão hertziana, utilizando a linguagem e os recursos online. O mesmo sucede com o Página Um, o jornal em formato pdf que congrega algumas das notícias que a rádio emitiu nos períodos informativos da manhã e da tarde. O jornal, apesar de não viver em exclusivo da informação que passa na rádio, beneficia de referências que são feitas a peças tratadas nos dois suportes.

Também a Antena 1 nos tem dado exemplos, no campo informativo, que demonstram a complementaridade entre a rádio e a plataforma digital. Um desses casos refere-se à emissão de relatos de futebol exclusivamente na Internet. São acontecimentos que a emissora julga que não terão uma audiência significativa através da emissão hertziana, mas necessariamente com interesse para alguns ouvintes. Ao fazer o relato em exclusivo na Internet, a rádio acaba por chegar também a esses ouvintes, conquistando, assim, novos públicos.

A emissão nos noticiários da rádio de excertos de entrevistas que podem ser escutadas na íntegra na *web* é também uma prática da Antena 1.

8. As notícias dos sites

Os dados que de seguida apresentaremos resultam da análise às notícias colocadas online nos sites das rádios TSF e Renascença. Excluímos desta parte do estudo a Antena 1, uma vez que depois de feita a análise verificámos que a rádio coloca online as peças que emitiu na rádio sem qualquer outro tratamento. Ou seja, são apresentados os textos e os sons iguais aos que a rádio emitiu. Deste modo optámos por limitar a apresentação dos dados aos sítios da Renascença e da TSF.

Em ambos os casos observados as notícias têm um título, um pequeno texto destacado de abertura e estão identificadas com a secção temática a que pertencem.

Quando surgem na primeira página do site estão identificadas com o dia e hora em que foram colocadas online. No caso da TSF, se houver uma ligação para uma notícia relacionada, o link aparece logo na primeira página, o mesmo sucedendo com os sons. No caso da Renascença, só temos acesso às notícias relacionadas se “entrarmos” no texto. Observámos, no entanto, que por vezes a Renascença disponibiliza logo na primeira página uma ligação para os vídeos ou infografia da notícia.

Em ambos os casos, para que o utilizador continue a leitura para além da primeira página, deverá clicar no título do texto que lhe dará acesso à totalidade da notícia. Depois desse passo, no caso da RR, passamos a ter disponíveis no topo do lado direito da página as ligações para sons, vídeos ou notícias relacionadas. O utilizador tem também a possibilidade de enviar a notícia por mail ou de a imprimir.

Quanto ao site da TSF, depois de entrarmos no texto completo, em alguns casos a fotografia disponível na primeira página desaparece e passamos a ter apenas o texto. Encontramos as notícias relacionadas, a possibilidade de partilhar o texto, imprimir, enviar por e-mail ou visionar as estatísticas relativas àquela notícia em particular, por exemplo, quantas vezes foi vista/lida. O utilizador tem ainda ao seu dispor *tags* que, clicando, lhe darão acesso às notícias relacionadas com o tema.

As notícias disponibilizadas online no período que observámos sugerem-nos uma prática que coloca o site como uma plataforma complementar e extensível da rádio.

Verificamos, através da leitura do quadro 1, que a esmagadora maioria das notícias colocadas online nos sites da Renascença e da TSF foram também difundidas pela rádio, apesar de terem sido alvo de um tratamento diferente.

No caso do site da RR, das 38 notícias colocadas online no período estudado, apenas uma não foi emitida pela rádio. Já na TSF, que disponibilizou 34 notícias na semana estudada, encontrámos três notícias que não fizeram parte do alinhamento dos noticiários da estação.

A regra é, pois, para que o site replique as notícias emitidas nos noticiários da rádio, pelo menos no período observado.

Quadro 1 – Notícias publicadas nos sites da RR e TSF e relação com a rádio.

	Renascença		TSF		Total	
	Online e na rádio	Só Online	Online e na rádio	Só online	Online e na rádio	Só online
Ambiente	4	0	0	0	4	0
Acidentes e catástrofes	1	0	0	0	1	0
Cultura	1	0	0	2	1	2
Desporto	1	0	2	0	3	0
Economia	6	0	7	0	13	0
Europa	1	0	2	0	3	0
Educação	1	0	0	0	1	0
Internet	0	0	2	0	2	0
Justiça	2	0	1	0	3	0
Meteorologia	1	0	0	0	1	0
Política Internacional	6	1	10	1	16	2
Políticas do Governo	5	0	3	0	8	0
Política partidária	2	0	0	0	2	0
Segurança	1	0	0	0	1	0
Saúde	3	0	3	0	6	0
Solidariedade/pobreza	2	0	0	0	2	0
Transportes	0	0	1	0	1	0
Total	37	1	31	3	68	4

Existe, por isso, uma relação directa entre as notícias que são disponibilizadas no site e difundidas na rádio. Os assuntos tratados na rádio são igualmente alvo de tratamento no site. No entanto, a rádio emitiu, no período estudado, mais notícias do que aquelas que foram disponibilizadas online, por isso nem tudo o que se ouviu na emissão hertziana foi colocado nos sites.

Em relação às manchetes online e temas de abertura dos noticiários, verificamos, do mesmo modo, a co-existência de temas nos sites e na rádio. Quer isto significar que, na maior parte dos casos, os assuntos que foram manchete no site abriram também os noticiários da emissão hertziana.

Quadro 2 – Manchetes do online e aberturas dos noticiários da RR e TSF

	RR		TSF		Total	
	Manchete Online	Abertura noticiário	Manchete Online	Abertura noticiário	Manchete Online	Abertura noticiário
Ambiente	0	0	0	0	0	0
Acidentes e catástrofes	0	0	0	1	0	1
Cultura	0	0	0	0	0	0
Desporto	0	1	0	1	0	2
Economia	2	2	2	3	4	5
Europa	0	0	0	0	0	0
Educação	0	0	0	0	0	0
Tecnologia	0	0	0	1	0	1
Justiça	1	1	1	1	2	2
Meteorologia	0	0	0	0	0	0
Política Internacional	2	2	2	2	4	4
Políticas do Governo	0	1	2	2	2	3
Política partidária	2	3	0	0	2	3
Segurança	0	0	0	0	0	0
Saúde	2	0	0	1	2	1
Solidariedade/pobreza	0	0	0	0	0	0
Transportes	0	0	0	0	0	0
Total	9	10	7	12	16	22

O quadro 2 mostra-nos a correspondência entre a maior parte dos temas de manchete dos sites e as aberturas dos noticiários da emissão hertziana.

No caso da RR verificámos esse cenário em relação à Economia, Justiça, Política Partidária e Política Internacional. Quanto à TSF constatámos que os temas Economia, Justiça, Políticas do Governo e Política Internacional foram manchete e abriram os noticiários da rádio.

Apesar desse ser o cenário, verificamos que alguns temas, embora raros, que foram manchete nos sites não abriram noticiários na rádio (casos da Saúde da RR) ou o contrário (casos das políticas do Governo e desporto na RR, e da tecnologia, do desporto e saúde na TSF).

No período observado, a rádio abriu, por regra, os seus diversos noticiários com temas diferentes durante a manhã. Ou seja, as notícias de abertura foram diferentes em dois ou mais noticiários da manhã. Isso só não aconteceu num dos dias observados.

Por outro lado, os sites da Renascença e da TSF mostraram ser mais estáticos quanto às manchetes. Ou seja, a tendência foi para manter o mesmo assunto como manchete durante

toda a manhã, embora sofrendo actualizações com a introdução de novos elementos. Os sites começavam por disponibilizar uma notícia com texto e foto, para mais tarde introduzirem um vídeo ou uma notícia relacionada, por exemplo.

8.1 - Multimédia, hipertexto e interactividade

A análise efectuada às notícias dos sites das rádios TSF e RR teve também por objectivo a identificação da presença de elementos característicos do ciberjornalismo: multimédia, hipertexto e interactividade.

O quadro 3 mostra-nos a utilização dos recursos online nas notícias dos sites da RR e da TSF. Através da sua análise verificamos que as duas rádios fazem um uso distinto dos diversos elementos multimédia e de hipertexto.

Quadro 3. - Elementos presentes nas notícias dos sites

	Só texto (%)	Som (%)	Foto (%)	Notícias Relacionadas (%)	Vídeo (%)	Link Externo (%)	Link Arquivo (%)	Infografia (%)	Notícias no site
TSF	9 (26,47%)	7 (20,59%)	19 (55,8%)	14 (41%)	0 (0,00%)	1 (2,94%)	1 (2,94%)	0 (0,00%)	34
RR	0 (0,00%)	12 (31,58%)	38 (100,00%)	14 (36,84%)	2 (5,26%)	1 (2,63%)	0 (0,00%)	3 (7,89%)	38

Os dados apresentados mostram-nos a tendência da Rádio Renascença para incluir pelo menos um recurso possibilitado pelo online nas suas notícias. Ou seja, todas as notícias disponibilizadas no site da RR no período estudado possuem para além do texto, pelo menos uma fotografia. Na Renascença, a regra é a adição de pelo menos um elemento visual ou sonoro ao texto da notícia. Esta situação não ocorreu na TSF que colocou online várias notícias apenas com texto.

TSF e RR utilizaram sobretudo fotografia nas notícias disponibilizadas online. A emissora católica fê-lo em todas os itens noticiosos analisados. O segundo recurso online por mais vezes presente nas notícias dos sites da Renascença e da TSF são as ligações para notícias relacionadas. Com efeito, verificámos que a TSF utilizou esta potencialidade online em 41% das notícias disponibilizadas e que a Renascença o fez em 36,84%.

Por outro lado, notamos que o som não é o elemento mais utilizado nas notícias disponíveis online. Seria de esperar uma maior utilização deste recurso tendo em conta estarmos a falar de

sites de rádios e que, por isso, têm natural facilidade na edição e disponibilização de sons. Contudo, verificamos que a inclusão de sons ocorre apenas em 20,59% das notícias colocadas online pela TSF e em 31,58% no caso da Renascença.

Os sons utilizados nas notícias quer pela TSF, quer pela RR são os mesmos que foram emitidos nas emissões hertzianas e dizem respeito às declarações proferidas pelos protagonistas das notícias.

Com percentagens de utilização mais modestas, encontrámos outros elementos como o vídeo e a infografia. No caso da TSF, o uso de tais recursos foi inexistente no período da nossa análise. Já em relação à Renascença, 5,26% das notícias colocadas no site continham vídeo e 7,89% incluíram infografia.

A existência de ligações externas ou para o arquivo são pouco frequentes em ambos os casos analisados, tendo-se registado percentagens residuais de aproveitamento destes recursos.

Em termos globais, verificamos que o site da Rádio Renascença faz um uso maior nas suas notícias das potencialidades expressivas que a Internet oferece. As notícias colocadas no site da Renascença contêm fotografias, ligações internas e externas, vídeos, infografia e som. Já na TSF, verificámos a presença de menos recursos expressivos, pois são inexistentes vídeos, infografia e foram colocadas várias notícias fazendo uso unicamente de texto.

Quadro 4. Presença de elementos nas notícias para além do texto

Rádios	Com 1 elemento	Com 2 elementos	Com 3 elementos	Total
RR	15	20	3	38
TSF	12	13	0	34

Nas notícias disponibilizadas nos sites, Renascença e TSF utilizam sobretudo dois elementos para além do texto (quadro 4). Em ambos os casos, a preferência vai para a utilização da fotografia e de uma ligação para notícias relacionadas.

A notícia-tipo colocada online pela RR e pela TSF tem texto, uma fotografia e ligações para notícias relacionadas.

Partindo da nossa análise às notícias colocadas nos sites, verificamos que há um conjunto de ferramentas disponibilizadas em contexto online que não são utilizadas nas notícias.

Por exemplo, nem Renascença, nem TSF possibilitam que o utilizador possa fazer comentários directamente às notícias, pois não disponibilizaram essa funcionalidade nas notícias observadas.

Por outro lado, apesar das notícias serem assinadas no site da Renascença pelo jornalista da secção multimédia ou pelo da rádio, o utilizador não tem a possibilidade de entrar em contacto com quem fez o trabalho colocado no site. No caso da TSF, não encontramos notícias assinadas e também não existe a possibilidade de entrar em contacto via e-mail com os jornalistas. Essa funcionalidade só está disponível no caso do utilizador pretender contactar com os elementos da direcção da rádio.

8.2 - Actualização das notícias

A actualização é uma das potencialidades da Internet. Eventualmente, será um dos elementos do online que pouco acrescenta à rádio uma vez que a actualização da informação é já uma das principais características do meio radiofónico.

Distinguímos dois níveis de actualização. Por um lado, a actualização do site e por outro das próprias notícias.

Em relação ao primeiro nível, verificámos que os sites da Renascença e da TSF foram actualizados com novas notícias várias vezes durante o período da manhã observado.

A análise efectuada permitiu verificar que em cada meia hora surgiu, pelo menos, uma notícia nova quer no site da Renascença, quer no da TSF (quadro 5).

Este facto reflecte uma prática nos sites analisados de acordo com aquilo que Fernando Zamith (2008:47) constatou no seu estudo, quando refere que a instantaneidade é a única potencialidade com um aproveitamento superior a 50% no caso dos sites portugueses.

Quadro 5 – Colocação de notícias no site

	7-7h30	7h30-8h00	8h-8h30	8h30-9h	9h-9h30	9h30-10h	10h-10h30	Total
Novas notícias na RR	2	6	7	5	6	7	5	38
Novas notícias na TSF	3	6	5	6	4	5	5	34

Já quanto à actualização das notícias colocadas no site, a análise efectuada permitiu verificar que a maioria se manteve estática ao longo do período estudado, ou seja não sofreram alterações ao nível da sua estrutura ou utilização de recursos (Quadro 6).

Quadro 6. Actualização das notícias dos sites

	7-7h30	7h30-8h00	8h-8h30	8h30-9h	9h-9h30	9h30-10h	10h-10h30	
RR	0	0	0	0	0	2	1	3
TSF	0	0	3	1	3	1	1	9

Apesar dos dados recolhidos nos sugerir que essa é a regra, registámos alguns casos em que as notícias foram actualizadas ao longo da manhã, sobretudo com adição de elementos como fotografia, vídeos ou hiperligações.

Uma dessas situações ocorreu no site da Renascença a propósito da notícia sobre a libertação de Ingrid Betancourt. A notícia surgiu no site às 8 horas com texto, ligações para notícias relacionadas e uma foto. Às 10 horas foi acrescentado um vídeo da libertação.¹³

No entanto, esta situação é menos comum já que no período de análise, as notícias surgiram no site ao final da manhã com o mesmo texto e recursos com que aparecem inicialmente.

Para além de surgirem frequentemente novas notícias ao longo da manhã, verificou-se igualmente que os itens noticiosos mudaram de posição no próprio site. Com frequência, textos que surgiram no topo do site, passaram a estar disponíveis, algum tempo depois, noutros locais, em regra de menor destaque, o que indicia a atribuição de menos importância à notícia em causa.

9. Notas finais

Os dados que apresentámos permitem-nos identificar algumas das tendências do jornalismo online praticado no seio das redacções das principais rádios de informação portuguesas.

A principal nota conclusiva que deixamos é que o online representa uma plataforma complementar para a rádio dita tradicional. As notícias disponibilizadas nos sites, apesar de, como vimos, terem sido na sua esmagadora maioria difundidas em primeiro lugar na rádio, merecem um tratamento distinto nos sites que lhe é conferido pela adição de outros recursos, como a fotografia, elementos multimédia ou hiperligações.

Por outro lado, os sites são vistos como uma extensão da rádio informativa. Disso são prova algumas práticas levadas a cabo pelas emissoras estudadas difundindo conteúdos na versão hertziana e remetendo o ouvinte para um aprofundamento dessas informações no online. Os temas começam na rádio e acabam no site.

¹³ - Observação feita no dia 3 de Julho de 2008.

Do mesmo modo, os sites das rádios são vistos, cada vez mais, como parte integrante de uma organização jornalística, razão pela qual fará sentido adoptar políticas tendentes à convergência do online com a redacção tradicional. Neste ponto, constatamos a existência de um cenário emergente.

O online representa para a rádio portuguesa de informação uma plataforma muito importante para a sua afirmação no contexto mediático. Julgamos que o forte dinamismo evidenciado nos últimos anos com a modificação e aperfeiçoamento dos sites (RR e TSF) nos demonstra essa realidade.

Ao nível do aproveitamento das potencialidades do meio Internet, verificamos que no caso das notícias, a análise sugere-nos o recurso a elementos que exijam menor complexidade técnica, como seja a inserção de uma fotografia, hiperligações ou, no caso da rádio, colocação de sons. No entanto, este dado merece ser aprofundado, pois o facto da nossa análise ter incidido sobre um período muito específico do dia, muito importante para a rádio hertziana, mas nem tanto para o online, poderá ter determinado os resultados obtidos nesta matéria.

A recente renovação dos sites tornou mais claro o caminho a traçar pela Renascença e TSF. No primeiro caso, verifica-se uma aposta no vídeo e na disponibilização de outros produtos que representem a extensão ou complementem a rádio, como é o caso do jornal em pdf, Página UM. A TSF, por outro lado, apostou de forma visível na funcionalidade do seu site com a presença de *tags* que permitem ao utilizador uma rápida consulta dos conteúdos.

Estranhamente, nenhuma das rádios analisadas potencia nas notícias a interactividade com os utilizadores, pois não encontramos a funcionalidade que permite, por exemplo, comentar as notícias.

Referências bibliográficas

AMARAL, Sandra et. al. (2006). “As rádios portuguesas e o desafio do (on) line”. Disponível em:

http://www.obercom.pt/client/?newsId=254&fileName=wr3_radio_revisto_gustavo_ri ta_pdf_pat.pdf. [Consulta: 1 de Outubro de 2006].

BALSEBRE, Armand (2004). *El Lenguaje Radiofónico*. Madrid: Cátedra.

CANAVILHAS, João (2007). *Webnoticia: proposta de modelo periodístico para la WWW*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2001). *La rádio en la convergência multimédia*. Barcelona: Gedisa.

D'AQUINO, Sabrina Brognoli, (2003). “Perspectivas do Radiojornalismo e do Rádio Informativo na Internet”. Comunicação apresentada no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4620/1/NP6DAQUINO.pdf> [Consultado em 24 de Fevereiro de 2007].

DEUZE, Mark (2001). *Online journalism: modelling the first generation of news media on the World Wide Web*. Disponível em: http://firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/index.html [Consultado em 5 Março de 2008].

ERC, (2008). *Relatório de Regulação – 2007*. Lisboa: Colibri

FAUS BELAU, Ángel (2001). “Reinventar la Radio”. Chasqui: nº 74. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/faus74.htm>. [Consultado em 2 de Junho de 2007]

GAGO, Laurent. (2004). “La radio sur Internet : approche de l'innovation par l'étude des représentations et des services en ligne. Le cas de Oui Fm.com et de Diora.com.”. Disponível em: <http://www.grer.fr/article16.htm>. [Consulta: 17 de Novembro de 2006].

GLASER, Mark, (2005). “Will NPR's podcasts birth a new business model for public radio?”. <http://www.ojr.org/ojr/stories/051129glaser/> [Consultado a 11 de Novembro de 2006].

GLASER, Mark (2005). “Will Satellite, 'Podcasting' Bring a Renaissance to Radio Journalism?”. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1097614994.php> [Consultado a 11 de Novembro de 2006].

MEDISTCH, Eduardo, (2001) O ensino do radiojornalismo em tempos de internet, <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4604/1/NP6MEDITSCH.pdf> [consulta: 24Fev2007]

OLMO, Jesús Saiz (2005) *Periodismo de Radio – de los estudios al ciberespacio*, Valência: Universidad Cardenal Herrera.

ORTIZ, Miguel A. E CUESTA, Juan (2003) *La radio digital – nuevos perfiles profesionales*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.

PAUL, Nora (2005). “New news» retrospective: Is online news reaching is potential?”. In: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/>. [Consultado 17 de Novembro de 2007.]

PEÑAFIEL SAIZ, Carmen (2002). “La Información en la Rádio”, In MARTINEZ-COSTA, Maria Pilar (Coord.). *Información Radiofónica*. Barcelona: Ariel. pp.21-57.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1995) Prefácio do livro, MAIA, Matos *Telefonia*, Lisboa: Círculo dos Leitores. pp. 7-8.

SCHULTZ, Tanjev (1999) “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers”. In.

<http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html#Method>". [Consultado: 12 Novembro de 2007]

ZAMITH, Fernando (2008a) "Uma Proposta Metodológica para analisar o Aproveitamento das Potencialidades Ciberjornalísticas da Internet". In, OBS:5, 165-191. Disponível em: <http://www.obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/view/109/154>. [Consultado: 12 Setembro de 2008).

ZAMITH, Fernando (2008b) "O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses". Revista Prisma: 6. In, http://prisma.cetac.up.pt/prisma2/artigospdf/Subaproveitamento_da_Internet_Fernando_Zamith.pdf. [Consultado: 5 Agosto de 2008].