

Capítulo III

Da palavra à palavra: o áudio das notícias nos sites das rádios (2008-2023)

From word to word: news audio on radio websites (2008-2023)

Ana Isabel Reis

Universidade do Porto Faculdade
de Letras, Portugal
Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura,
Espaço e Memória (CITCEM)
areis@letras.up.pt

Resumo: Tal como o som na notícia radiofónica, o áudio tem, igualmente, um papel crucial na construção da notícia nos sites das rádios. O jornalismo radiofónico, enquanto construção sonora da realidade, utiliza os recursos expressivos da linguagem sonora e a sua articulação permite recriar os sons do mundo e das notícias. Embora na Internet a rádio disponha de outros recursos e deixe de depender exclusivamente do som, o recurso-mãe é ainda o que a distingue dos outros meios e que mantém a sua essência, embora a rádio se abra ao que há de novo e explore caminhos não exclusivamente sonoros.

Tendo por referência um estudo anterior, o que nos propomos é caracterizar o áudio nas notícias nos sites de três rádios portuguesas de âmbito nacional. Adicionalmente, vamos estabelecer uma comparação com resultados anteriores e identificar uma linha de evolução nos últimos 15 anos. No estudo anterior, concluiu-se que predomina o uso da palavra, em detrimento dos cenários sonoros, praticamente ausentes nos áudios das notícias nos sites das rádios. Quinze anos volvidos a palavra, escrita e falada, mantém a preponderância, mas assiste-se também a uma evolução positiva da reportagem com ambiente sonoro.

Palavras-chave: rádio, internet, jornalismo radiofónico, som, áudio

Abstract: Like sound in radio news, audio also plays a crucial role in news on radio websites. Radio journalism, as a sound construction of reality, uses the expressive resources of radio language and its articulation allows recreating the sounds of the world in the news. Although on the Internet radio has other resources and is no longer dependent exclusively on sound, the mother resource is still what distinguishes it from other means and which maintains its essence, although the radio is open to what is new and explores new paths. sound.

Taking a previous study as a reference, what we propose is to characterize the audio in the news on the websites of three Portuguese radio stations nationwide. We will also establish a comparison with previous results and identify an evolution line in the last 15 years. In the first study, we concluded that there is a predominance of the use of the word, to the detriment of sound scenarios, practically absent in the audio of the news on the radio websites. Fifteen years later, the word written and spoken maintains its preponderance, but there is also a positive evolution in reporting with a sound environment.

Keywords: radio, internet, radio journalism, sound, audio

1. Introdução

Durante mais de cem anos, rádio foi apenas som. Com a Internet o velho meio auditivo transforma-se, encontra novas formas de expressão e outros recursos que o fazem superar as limitações do éter. Não se fala apenas de som ou de rádio, mas de áudio e meios sonoros. A rádio entrou rapidamente na rede, mas as emissoras demoraram tempo a desenvolver-se no novo ambiente e a aproveitar as suas potencialidades (Bastos, 2023; Zamith, 2017; Reis, 2015; Bonixe, 2011).

Helder Bastos (2023, p.59-60) divide a história do ciberjornalismo em Portugal em três fases: a da implementação (1995-1998); a da expansão ou *boom* (1999-2000) e a da depressão seguida de relativa estagnação, pontuada por investimentos a contracorrente (2001-2020). No caso das rádios, a primeira fase, corresponde à época em que era emitido na *web* o sinal hertziano. A entrada na rede das rádios portuguesas deu-se sobretudo nos últimos 5 anos da década de 90, ou seja, na transição da segunda para a terceira fase quando é possível introduzir com mais agilidade e qualidade de receção o áudio nos sites das emissoras. O reforço das

redações digitais com a consequente renovação de conteúdos nos sites surge essencialmente na terceira fase, em pleno século XXI, o que confirma a lenta transposição da rádio para a Internet. Este atraso em muito se deve à progressiva assimilação do som no novo ambiente. Apesar das facilidades da digitalização, a incorporação dos ficheiros áudio nos sites e servidores, e a sua escuta, exigiam condições técnicas que demoraram a ser agilizadas (Reis, 2015). A qualidade do som quer da emissão retransmitida na Internet quer dos ficheiros áudio também demorou algum tempo a alcançar.

Os sites foram sendo renovados, novas funcionalidades foram introduzidas, surgiram novos conteúdos, foram sendo adicionados outros recursos, o vídeo ganhou expressão nos sites das rádios e o *podcast* tornou-se num fenómeno popular.

Da perceção inicial de ameaça, as rádios passaram a ver a Internet como uma aliada para a distribuição de conteúdos e captação de novas audiências (Cardoso, 2010; Bonixé, 2011). Mas a Internet trouxe também mudanças à essência da rádio que passou a ter imagem e uma nova temporalidade (Reis, 2015). No jornalismo abrem-se possibilidades que dão lugar a novos géneros, formatos e conteúdos. Da transposição pura, os sites evoluem para a produção própria, os alinhamentos no noticiário em FM e no site são diferentes, o que revela a complementaridade entre os dois produtos adaptado a cada um dos meios (Cardoso, 2016). Ao longo do tempo é notória uma preocupação em tornar os sites mais intuitivos na navegação de forma a acompanhar as exigências e necessidades da audiência.

Os sites das rádios são um espelho das rádios hertzianas de origem. São um prolongamento da marca da estação e uma afirmação da linha editorial hertziana na Internet (Reis, 2015).

O processo de escuta modificou-se, mas apesar de o ouvinte poder parar, recuar, repetir e guardar o som da notícia, a escuta em si não se alterou, continua a ser etérea, distraída, secundária. “A rádio ouve-se quase sempre e escuta-se somente às vezes”, escreve Vallés no prólogo do livro *La Radio, El acompañante silenciado*, “prestar atenção requer um ouvido fino, mas também uma certa sagacidade e um bom treino para captar o que se oculta atrás das palavras: os tons, as emoções...algo equivalente à linguagem gestual na rádio” (Vallés, 2021, p.11).

Tal como o som na notícia radiofónica, o áudio tem, igualmente, um papel crucial na mensagem jornalística da notícia ciber-radiofónica, como elemento que lhe confere credibilidade, objetividade e expressividade. A palavra dita, a música, os efeitos ou ruídos e o silêncio — as componentes da linguagem radiofónica enunciadas por Balsebre (2004) continuam a ser a essência da notícia que se ouve quer seja nas ondas hertzianas quer seja na *web*. Desde a entrada da rádio na Internet que se têm multiplicado os estudos sobre a evolução do meio no ambiente *web*, mas sem uma perspetiva global e cronológica que siga a evolução da rádio na Internet e, em concreto, do jornalismo e do som nos conteúdos jornalísticos.

Neste cenário há questões que emergem: que lugar ocupa o som nos sites das rádios e, em concreto, no jornalismo radiofónico? Nas notícias do dia-a-dia quais as características e

as funções do áudio? Comparativamente ao jornalismo radiofónico, alteraram-se significativamente? Como evoluíram as notícias nos sites das rádios? O que há de novo?

Parece-nos, pois, útil perceber como a rádio na Internet está a evoluir, em concreto no que se refere aos conteúdos jornalísticos com áudio, uma vez que o som é o que define a rádio e é um elemento central no jornalismo radiofónico ou sonoro. Nesse sentido, partimos de um estudo prévio efetuado em finais da primeira década deste século para, quinze anos depois, estabelecer uma linha de evolução. Numa primeira perceção pode adiantar-se que as rádios não fizeram alterações de fundo na estrutura dos seus sites, e que mantiveram as estratégias iniciais. No foco desta análise, as notícias com som, pode concluir-se que nos últimos 15 anos a palavra escrita e falada é ainda o recurso dominante nas notícias em destaque nos sites das três rádios portuguesas de âmbito nacional.

2. O som e o jornalismo sonoro

Diz-se que a rádio, o meio invisível, é o mais visual de todos os meios porque produz imagens acústicas, mentais. O som ‘pinta quadros’, escreve Curado Ribeiro em 1964. E esses quadros são espoletados pela imaginação de cada um dos ouvintes, resultado das suas memórias sonoras. Como se cada um guardasse numa biblioteca sonora os sons que fixou num dado momento. Apesar de se poderem diferenciar os vários ‘objetos’ de uma imagem sonora, os ouvintes apreendem-na e tendem a tomar o som como um todo, e aqui reside o seu poder: a incapacidade dos ouvintes em separar o som nas diferentes partes que o constituem o que pode facilmente produzir aquilo a que Holman chama “willing suspension of disbelief in the audience”, abrindo caminho para o envolvimento emocional da audiência (Holman, 2010, p.xi). Herreros invoca o “som visual” (1995, p.306), e considera o som como o grande sistema sugestivo da imaginação humana, o som como gerador de um mundo de imagens que invocam um filme narrativo. É isso que a sonoplastia trabalha e explora. É o som que apela aos sentidos, às emoções, que cria sensações, envolve intimamente o ouvinte colocando-o numa espécie de bolha sonora. Uma bolha levada ao extremo nos dias de hoje em que cada um, de auscultadores dentro dos ouvidos, voluntariamente se isola do que o rodeia.

Os códigos da rádio são puramente auditivos, Crisell (1994, p.5) denomina-os de “surrounding messages” que ajudam o ouvinte a dar sentido ao que ouve. Com os ouvidos estamos no centro do mundo porque é “o mundo que vem até nós” (Kerckhove, 1995, p.148), “ressoa dentro de nós” (Meditich, 1999, p.253). Essa escuta íntima e intimista reforça a ligação à reprodução do mundo sonoro e que também encontra um espaço próprio na rádio e no jornalismo. Apesar da condição objetiva do jornalismo radiofónico, os recursos sonoros estimulam a imaginação e são usados para reproduzir e reconstruir a realidade e os acontecimentos.

Para concretizar esse objetivo, emissor e recetor têm de partilhar um código sonoro comum que lhes permite, por um lado, sistematizar e codificar a mensagem, e outro lado decodificar, compreender e interpretar a mensagem apreendida auditivamente. Armand Balsebre situa esses códigos no âmbito da linguagem radiofónica e das suas componentes quando escreve sobre as imagens acústicas e o sistema semiótico radiofónico:

o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação é determinada pelo conjunto de recursos técnico-expressivos de reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de perceção sonora e imaginativo-visual dos radiouvintes. (Balsebre, 2004, p.27)

O código sonoro é composto pelos quatro elementos da linguagem radiofónica ou sonora enunciados por Balsebre (2004): palavra, música, efeitos e silêncio. Todos os recursos fundamentam o sentido simbólico, estético e conotativo da linguagem radiofónica.

Balsebre alertava para o facto de haver uma sobrevalorização da função da rádio como meio de difusão sobre a sua função expressiva. Embora aludisse à criação sonora, o alerta é igualmente válido para o jornalismo radiofónico e, em particular, para a reportagem quando escreve que “também involuntariamente, o profissional do meio que considera que a rádio é principalmente um transmissor de informação” (2014, p.14). O carácter imediatista do meio, segundo Balsebre, acaba por gerar uma conceção puramente funcionalista que cerceia o potencial expressivo da rádio. A palavra, assume um papel mais relevante do que os restantes elementos. A capacidade expressiva da linguagem radiofónica não pode ser reduzida a um simples sistema semiótico da palavra. Balsebre reconhece-o, mas também Meditsch (1999, p.172) quando escreve que o “jornalismo depende muito mais do uso da palavra” e exemplifica citando Arnheim:

O mundo auditivo à disposição do ouvinte é pobre em características ilustrativas. A audição prima pela transmissão de palavras e música, isto é, produtos do espírito; pouco nos transmite da realidade física. Sem a ajuda de um comentador ou de um repórter, o acontecimento que a rádio se propõe a transmitir seria fragmentário a ponto de se tornar incompreensível. (Arnheim, 1957 in Meditsch, 1999, p.155)

A palavra assume, então, um papel naturalmente fundamental na compreensão do jornalismo sonoro. O que coloca em segundo plano os restantes elementos, música, efeitos e silêncio.

Para Balsebre (2014) a palavra é o “instrumento habitual de expressão direta do pensamento humano” e um “veículo da nossa socialização” (p.33). A música é enunciada numa dupla função: enquanto “fonte criadora” de imagens auditivas, que encontra na rádio uma

“caixa de ressonância” (p.89); e enquanto suporte estético que através de códigos sonoros situa o ouvinte nos espaços de programação através das denominadas inserções musicais que têm uma função semântica e transmitem ao ouvinte mensagens precisas. Os efeitos constroem uma objetiva sensação de realidade, ou seja, cumprem uma “função de verosimilhança” (p.117) decisiva para a visualização de paisagens sonoras. Por último, o silêncio, aparentemente sem valor comunicativo, confundido com ruído ou definido como ausência de som, entre a presença-ausência, o silêncio pode ter algum significado. O autor lembra que “no processo linguístico, a palavra não teria significado se não pudesse ser expressa em sequências de signos constituídos em unidades silêncio/som/silêncio” (p. 135). No caso do jornalismo esta percepção ganha outra dimensão quando se analisa a expressão não verbal em que o silêncio pode ter diversas e mais reveladoras interpretações.

Para Merayo Pérez todos os elementos compõem a “arte da expressividade radiofónica” (1992, p.21). É a articulação e integração numa única mensagem de todas as componentes da linguagem radiofónica que desencadeia o processo de percepção por parte do ouvinte. Neste processo é sublinhada a importância da interação entre quem emite e quem recebe. O emissor e o receptor têm um código comum mediado pelos recursos técnicos. O jornalismo radiofónico pretende “expressar, por sons, a realidade” (Meditich, 1999, p.169) mediada pelo jornalista/repórter. E se o jornalismo radiofónico é uma reconstrução sonora da realidade, o som é a sua espinha dorsal. Sem som, o jornalismo radiofónico não reflete o mundo em que vivemos.

O mundo sonoro da rádio “evoca a totalidade das dimensões da nossa experiência do mundo” — as palavras de Adriano Duarte Rodrigues (1986) exprimem a ligação umbilical do som no mundo que nos rodeia, e reporta-nos para a importância do som no jornalismo. Mas não basta usar ou combinar os diferentes elementos. Há outros fatores decisivos para a construção das narrativas e do jornalismo sonoro. O carácter auditivo dos meios sonoros determina a forma como as narrativas são construídas, como os textos são escritos e ditos. A estrutura e a linguagem são condicionadas pela escuta e, por isso, adaptadas ao dizer e ao ouvir. Tem-se em conta a percepção e compreensão imediata da narrativa, a captação e manutenção da atenção assim como a memorização. Para isso, o jornalismo radiofónico ou sonoro recorre a elementos que sejam eles próprios condutores de conteúdo ou auxiliares, e que têm a dupla função de conterem valor-notícia e estabelecerem um ritmo cadenciado que prenda continuamente a atenção de quem ouve; e a vocalização da notícia. O entendimento é de que a notícia de rádio não é lida, é dita. Levar a notícia ao microfone é encarado como um ato jornalístico determinante para a construção e receção da notícia, sendo um veículo de sentido. É a voz que dá sentido ao texto. Em cada momento adota-se um ritmo, um tom, uma postura diferente. E tudo isso influencia não só os conteúdos como a sua descodificação.

Para Cebrián Herreros (1995, pp.181-184) os sons são “a matéria-prima da informação radiofónica” que procura, essencialmente, fazer o tratamento sonoro de factos e opiniões. No jornalismo radiofónico o som tem um papel que vai muito além do recurso ilustrativo.

A utilização no campo da informação de códigos sonoros próprios do meio radiofónico determina a representação que a rádio faz da realidade, na medida em que é nela que vai buscar os elementos que lhe permitirão ‘recortar’ essa realidade. (...) Os jornalistas da rádio procuram sons que melhor possam significar o referente real, sejam resultado de declarações de protagonistas, ou dos sons de ambiente captados numa reportagem radiofónica. O som surge, por isso, como o elemento fundamental que estabelece a ligação entre a realidade e a reconstrução sonora dessa realidade. (Bonixe, 2012, p.45)

Como refere Bonixe, o som é um valor-notícia e um critério editorial (2012, p.47). Informa, credibiliza, introduz ritmo e emotividade (Meneses, 2016, p.53). O som é inerente ao jornalismo sonoro cuja matriz é ir ouvir e dar a ouvir. No jornalismo *online*, desligado da rádio e num novo ambiente hipermédia, o som tem, igualmente, um lugar central. É o som “das coisas a acontecerem” como escreve Paul Bradshaw (2007). O autor enumera cinco razões para se privilegiar o áudio no jornalismo *online*: a atualidade porque transmite a sensação de ter estado lá; o debate pela interposição das diferentes vozes; a emoção transmitida pela expressividade das vozes; a contextualização proporcionada pela escuta de, por exemplo, uma conversa na íntegra; e o *podcast* por ser uma forma de distribuição cómoda. Canavilhas (2003, p.67) atribui ao áudio um papel fundamental na mensagem jornalística do *online*, enquanto elemento que lhe confere credibilidade e objetividade uma vez que proporciona a audição direta da voz dos envolvidos na notícia.

Ainda nesta linha, Antón (2004, pp.8-9), defende a combinação dos elementos da linguagem radiofónica para reforçar a expressividade do som e a sua relevância na Internet. E define quatro funções básicas que vêm ao encontro das enumeradas por Bradshaw:

- 1) Função objetiva ou funcional quando o som serve para espelhar, reforçar ou provocar um contraste com uma determinada realidade
- 2) Função subjetiva quando se reforçam ‘estados de alma’ ou emoções
- 3) Função descritiva quando os elementos sonoros ‘desenhem’ um ambiente ou o cenário onde se desenrolou a ação
- 4) Função narrativa quando os sons ajudam a estruturar a história

A relevância do som no jornalismo é reconhecida, seja na rádio seja no jornalismo *online*. As funções enunciadas vão além das notícias mais imediatas e em permanente atualização, são também direcionadas para os géneros nobres do jornalismo, a entrevista e a reportagem quer sejam emitidas pelas ondas hertzianas quer sejam publicadas na Internet.

A reportagem é o género em que o som é o “elemento âncora” (Oliveira, Santos & Van der Kellen, 2021, p.147). O uso dos sons que nos rodeiam são um dos seus requisitos, e um imperativo quando se fala da reportagem enquanto narrativa sonora:

Faz-se com apuro na captação dos sons. Atinge o ideal quando o fio afetivo da narração consegue reproduzir a atmosfera sonora que transporta quem a escuta para esse lugar do acontecimento. A ambição do repórter, como testemunha profissional, é essa de, ao mediar, dar a ver e a ouvir, portanto, compartilhar com quem escuta, a vivência nesse lugar da reportagem. A mobilização dos sentidos do ouvinte requer que a reportagem articule, em doses certas, a “expressão sonora” com a “expressão falada”. A expressão sonora agrupa a diversidade dos sons que constituem a vida e a atmosfera do lugar. Requer a melhor sensibilidade auditiva do repórter para a captar com acurácia. A expressão falada é formada pelas intervenções verbais necessárias para enquadrar e dar sentido à expressão sonora. (Oliveira, Santos & Van der Kellen, 2021, p.153)

Essa narrativa é enriquecida por vários recursos expressivos que, quando combinados, formam a mensagem sonora. A alternância de elementos tem funções específicas na produção e receção. Se do lado do produtor de mensagem gera ritmo e tem significado, do lado do ouvinte, capta a sua atenção, desperta a curiosidade e a imaginação, contribui para a criação de empatia.

“O envolvimento sonoro e a hiperestesia do ouvido ajudam a explicar a empatia provocada na comunicação radiofónica” (Meditsch, 1999, p.254) ou, de forma geral, em toda a comunicação sonora.

Apesar de todos estes conceitos se aplicarem à rádio, meio exclusivamente auditivo, sem qualquer outro suporte, irrepetível e etéreo, aplicam-se também ao áudio que se ouve na Internet. É certo que há outros suportes que acompanham o conteúdo sonoro, e é certo que a escuta pode ser parada e repetida, mas os indicadores continuam a apontar para um consumo áudio em escuta secundária enquanto se fazem outras coisas, uma escuta seletiva e selecionada, mas igualmente distraída e em segundo plano — tal como na rádio tradicional. O dispositivo recetor pode mudar, mas o modo de ouvir não.

3. Metodologia

O objetivo a que nos propomos é o de caracterizar o áudio dos conteúdos jornalísticos nos sites das rádios portuguesas de âmbito nacional: TSF, Rádio Renascença e Antena 1, emissoras hertzianas de âmbito nacional com presença na *web*, que privilegiam a informação e têm conteúdos jornalísticos com áudio nos seus sites. Essa caracterização assenta numa recolha de dados e análise em 2023 e a sua comparação com dados obtidos nos 15 anos anteriores de forma a poder traçar uma linha de evolução.

O primeiro estudo foi efetuado em 2008 às principais notícias em destaque na *homepage* dos sites da Rádio Renascença, TSF e notícias áudio da Antena 1 no site da RTP. Esse estudo tinha um objetivo mais amplo e, por essa razão, foram isolados os resultados obtidos apenas em alguns parâmetros relacionados com o áudio e as duas características e num período de tempo menor. O mesmo processo foi aplicado à recolha de dados efetuada em 2013. Em 2023 foram apenas recolhidos os dados que permitiam traçar uma linha de evolução nesses parâmetros.

Para a amostra foram analisadas as rádios que fizeram parte do primeiro estudo e se mantêm até hoje. Por essa razão, foram excluídas as rádios que deixaram de emitir e as que surgiram entre 2008 e 2023, como por exemplo o Rádio Clube e a Rádio Observador. Foram igualmente excluídas as rádios de temática musical, as rádios locais ou com emissão local, e as *webrádios*.

O período de análise nos três anos abrangeu oito dias em maio de 2008, em abril de 2013 e em final de fevereiro e início de março de 2023, com duas consultas diárias: 10h/11h e 19h/20h, períodos seguintes aos do *prime-time* da rádio hertziana e que coincidem com um dos períodos de maior consulta aos sites, segundo os dados do Netpanel Marktest¹. A consulta incidiu apenas nas principais cinco notícias em destaque nos sites das três rádios.

Primeira nota metodológica: conforme a atualidade e o impacto das notícias os sites alteram a ‘arrumação’ da *homepage*, e nem sempre aparecem em lugar de destaque cinco notícias. Segunda nota metodológica, foram contabilizadas, mas excluídas da análise, as notícias que apenas tivessem vídeo ou outros recursos associados e em que nenhum fosse áudio.

Terceira nota metodológica: foram incluídas as notícias de texto por ser relevante para o estudo aferir a quantidade de notícias sem áudio que os sites das rádios publicam.

Em 2008 a amostra é constituída por 273 notícias, em 2013 foram analisadas 315 notícias, e em 2023 foram recolhidas 240 notícias.

Com a presente análise pretendemos verificar qual a morfologia dos áudios, a sua duração, a forma como são integrados na notícia, mas também se os elementos expressivos da linguagem radiofónica estão presentes. Assim, para a peça com ambiente sonoro e para a reportagem com ambiente sonoro foram tidas as em conta as componentes da linguagem

1 <http://netpanel.marktest.pt/>

radiofónica segundo Balsebre: palavra, música, efeitos e silêncio. Quanto à duração, optou-se por espaços temporais que assentam na duração média que serve de orientação nas redações como limite ideal aproximado para cada morfologia. Na forma como o áudio se integra na notícia foram igualmente considerados outros recursos, como a fotografia, vídeo, e a infografia. A forma como esses recursos estão a ser utilizados ou combinados sofreram alterações entre 2008 e 2023, pelo que, foram sendo ajustadas ou acrescentadas tipologias.

A análise é desenvolvida a partir dos dados mais atuais referentes ao ano de 2023 para, a partir daí, estabelecer uma comparação evolutiva com os anos anteriores.

4. Breve contextualização dos sites das rádios

As principais emissoras lançaram os seus sites na segunda metade dos anos 90 do século passado, mas só se assiste a uma efetiva aposta já no início do século XXI quando diversificaram conteúdos e funcionalidades a par de um maior fluxo de publicações.

Da amostra deste estudo fazem parte três rádios de âmbito nacional que privilegiam a informação e cujos sites estejam ativos no período de análise, ou seja, entre 2008 e 2023: Antena 1, Rádio Renascença (RR) e TSF.

A Antena 1 é a estação de rádio pública. O serviço público de rádio foi iniciado em 1935, ano em que a Emissora Nacional (EN) foi oficialmente inaugurada. No pós-revolução a EN deu lugar à Rádio Difusão Portuguesa, a RDP. Atualmente, a rádio e televisão públicas fazem parte do grupo RTP. O grupo estatal abrange os vários canais de televisão e estações de rádio públicos: Antena1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira, várias *webrádios* e uma plataforma *on demand* que disponibiliza os conteúdos áudio, a RTP Play. Em 1995 o site da RDP é registado oficialmente como domínio (Granado, 2002 in Bastos, 2023) e em 1998 a RDP volta a ter página na Internet no endereço rdp.pt. (Bastos, 2023). Atualmente o site da RTP — Rádio e Televisão de Portugal (<http://www.rtp.pt>) agrega todas as rádios e canais de televisão do grupo, embora a estação se mantenha no site-mãe, em 2022 foi lançado um site exclusivamente para a Antena 1 com o endereço autónomo <https://antena1.rtp.pt/>.

Na Ilustração 1 pode observar-se a evolução dos *players* do áudio e da forma como as notícias foram sendo ‘arrumadas’ na página das notícias áudio do site da RTP.



Ilustração 1
 Site das notícias áudio da Antena 1 no site da RTP em 2008, 2013 e 2023

A Rádio Renascença, emissora católica, foi criada em 1936. Atualmente agrupa mais duas rádios com diferentes perfis: RFM, Mega Hits. A rádio Sim foi, entretanto, descontinuada. Em 1997 a Renascença regista o seu primeiro domínio (Granado, 2002 in Bastos, 2023). Posteriormente o grupo formado altera o nome para r/com, uma alteração que reflete a tendência multimédia do grupo e não apenas a radiofónica. Na internet cada rádio tem a sua própria página, autónoma, mas com ligações entre si. A RR está na internet no endereço <http://www.rr.pt/>.

Na Ilustração 2 pode observar-se a evolução dos *players* do áudio e da forma como as notícias com áudios foram sendo apresentadas no site da Rádio Renascença.



Ilustração 2
 Site das notícias áudio da Rádio Renascença em 2008, 2013 e 2023

A TSF Rádio Jornal nasceu como rádio pirata no início da década de 80 sendo legalizada no concurso de atribuição de frequências para as rádios locais em 1989. A TSF é uma rádio privada e tem um formato *all news*. Inicialmente surge com o estatuto de cooperativa e mais tarde integra um dos mais importantes grupos de media nacionais, a Global Notícias-Media Group, S.A, que detém também outros órgãos de comunicação social. A TSF online surgiu em 1996 (Bastos, 2002) e está no endereço <http://www.tsf.pt>.

Na Ilustração 3 pode observar-se a evolução dos *players* do áudio e da forma como as notícias com áudios foram sendo apresentadas no site da TSF.



Ilustração 3
Site das notícias áudio da TSF em 2008, 2013 e 2023

Ao longo destes quinze anos, os sites renovaram as suas páginas e foram introduzindo novos conteúdos e funcionalidades. A aposta no multimédia, no vídeo e nos novos dispositivos de escuta são destacados de cada vez que as rádios anunciam a renovação dos seus sites ou inovações. A linha de evolução tem-se pautado por períodos de investimento e desinvestimento não apenas na rádio, mas em todo o cenário dos media *online* (Bastos, 2023).

5. O domínio da Palavra

A presente análise incide sobre os resultados obtidos em 2023 e tem por amostra as notícias nos sites das três rádios de âmbito nacional. A partir desses resultados é estabelecida uma comparação com os resultados dos anos de 2013 e 2008 de forma traçar uma linha de evolução nos últimos 15 anos do áudio nas notícias.

Quando analisada a tipologia das notícias, das 240 notícias da amostra de 2023, o resultado tende para o recurso mãe, ou seja, há, manifestamente, mais notícias com som. Mesmo assim, a distância para as notícias só de texto (com ou sem fotografia) é pequena: 102 apenas de texto (42,5% do total) e 125 com áudio (52%). Registo ainda para 13 notícias sem áudio (5,4%), mas com outros recursos multimédia (vídeo, infografia, galeria fotográfica).

Nas notícias com áudio, 125, a esmagadora maioria tem apenas som e um número residual apresenta o som integrado com outros recursos:

- Texto+áudio+fotografia — 96,8%
- Texto+áudio+vídeo — 0,8%
- Texto+áudio+fotografia+vídeo — 1,6%
- Texto+áudio+vídeo+infografia — 0,8%
- Texto+áudio+fotografia+infografia — 0%
- Texto+áudio+fotografia+vídeo+infografia — 0%

Não foi identificado um padrão no que diz respeito aos critérios para as notícias só de texto ou com som. Tanto podem ser notícias de última hora ou recentes como não, e uma vez publicadas, podem ser atualizadas com informações, mas raramente acontece o áudio ser integrado posteriormente. O único ponto em comum encontra-se nas notícias que apresentam mais recursos multimédia e que, geralmente, tratam assuntos da atualidade de forma mais aprofundada.

Em termos comparativos, nos últimos 15 anos registam-se algumas alterações (Gráfico 1). As notícias de texto+áudio praticamente desapareceram porque passaram a incorporar a fotografia, embora isso não tenha tido reflexos no número de notícias de texto, áudio e fotografia.

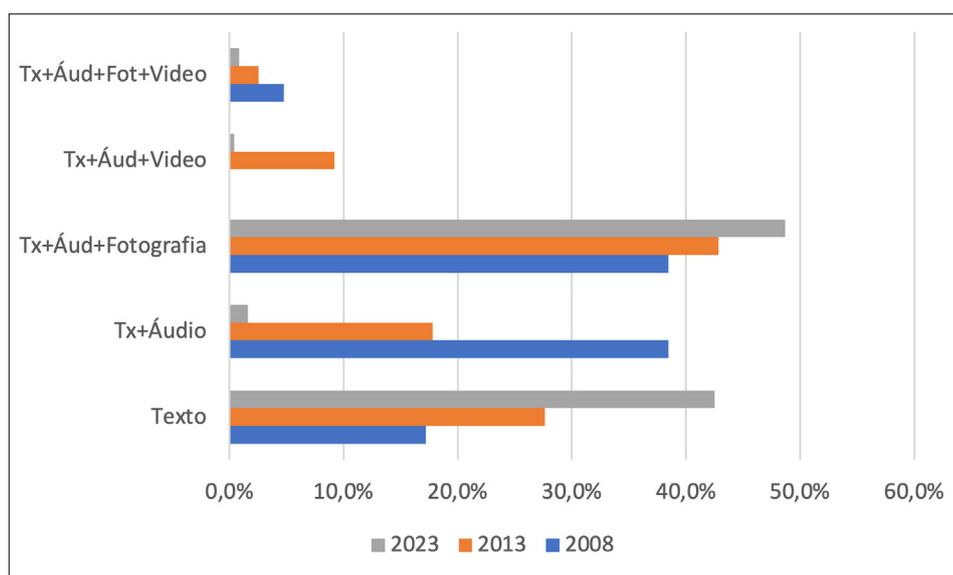


Gráfico 1
Evolução da tipologia das notícias segundo os recursos

Mas há um aumento significativo nas notícias apenas de texto, sem qualquer som ou outro recurso que não seja o da fotografia. Esta evolução regista-se nos sites da RR e TSF já que a Antena 1 não possui notícias sem áudio. Uma análise comparativa estação a estação (Tabela 1) demonstra que é sobretudo a Renascença a responsável por este aumento. Paralelamente assiste-se a uma diversificação da tipologia das notícias e a uma flutuação das que têm vídeo. Esse facto poderá estar relacionado com as alterações introduzidas pela Renascença que, entretanto, descontinuou os jornais diários em vídeo que habitualmente apareciam nos destaques.

Tabela 1
Evolução da tipologia das notícias por site de rádio — RR e TSF

	2008	2013	2023		2008	2013	2023
Recursos	RR	RR	RR	Recursos	TSF	TSF	TSF
Texto	16	50	70	Texto	31	37	32
Texto+audio		0	1	Texto+audio		0	2
Texto+audio+fot	53	28	1	Texto+audio+fot	52	58	37
Texto+audio+video		26	0	Texto+audio+video		3	1
Texto+audio+fot+video	12	1	0	Texto+audio+fot+video	1	7	2
Texto+audio+video+info		0	1	Texto+audio+video+info		0	0
Texto+audio+fot+info		0	0	Texto+audio+fot+info		0	0
Texto+audio+fot+video+info		0	0	Texto+audio+fot+video+info		0	0
texto+foto+info	3	0	1	texto+foto+info		0	1
texto+foto+info+video			2	texto+foto+info+video			
texto+foto+audio+info			1	texto+foto+audio+info			1
texto+foto+video				texto+foto+video			4
texto+video			2	texto+video			
texto+info			1	texto+info			

O áudio associado a vídeos teve um pico em 2013 que dez anos depois caiu para valores residuais, o que não significa que tenha desaparecido. O lugar do vídeo nos sites das rádios foi-se deslocando para espaços autónomos ou alguns dos conteúdos que existiam foram descontinuados. A RR renovou o site em 2010 anunciando uma maior aposta nos recursos audiovisuais, sobretudo no vídeo. Foi aberta uma secção na página principal da Informação só para esse tipo de notícias, e o resultado desta estratégia foi visível na evolução significativa nas notícias com recurso aos meios audiovisuais, em especial ao vídeo. Em 2023, a análise efetuada não nos permite avaliar a evolução das notícias com vídeo isoladamente, mas apenas constatar que nos cinco principais destaques diminuíram significativamente a sua presença.

De 2013 para 2023 regista-se uma diversificação na combinação de recursos multimédia que excluem o áudio, mas articulam numa mesma peça texto, vídeo, infografia e fotografia. No entanto, não encontramos exemplos de galerias fotográficas ou *slideshows* sonorizados.

No geral, é notório o subaproveitamento dos recursos audiovisuais nas notícias em destaque nos sites em análise. A Antena 1 não tem vídeo, embora seja a componente mais visível no site do grupo dominado pelos conteúdos de vídeo da RTP. E, apesar de ter desde 2022 uma página autónoma, os conteúdos áudio mantêm-se no site do grupo.

Em 2008, a TSF não tinha vídeo nas notícias em destaque e, apesar de ter sido anunciado como a grande aposta do site na remodelação do ano seguinte, os vídeos passaram a estar associados, regra geral, às grandes reportagens (que eram publicadas em áudio e com uma versão em vídeo) e a alguns programas específicos. Em 2023 o vídeo aparece sobretudo em entrevistas feitas em parceria com os jornais do grupo Global, jogos de futebol e conteúdos que nem sempre estão entre as cinco notícias em destaque.

Quanto à morfologia, em 2023 há um claro predomínio da declaração:

Declaração — 53 (41%)
Peça de texto — 10 (7,7%)
Peça com som — 9 (6,9%)
Peça com ambiente sonoro — 0
Reportagem — 24 (18,6%)
Reportagem com ambiente sonoro — 25 (19,3%)
Entrevista Integral — 7 (5,4%)
Entrevista em blocos — 1 (0,7%)

A opção de adicionar a declaração ao texto reflete o alinhamento do noticiário na rádio hertziana e que é transposto para a página na Internet. Assim como as peças de texto, escritas e lidas ao microfone por um jornalista (normalmente quando as fontes são documentais), e as peças com som (em que um jornalista intercala o seu texto com a declarações de entrevista feitas à distância, por telefone ou outro meio idêntico). A reportagem surge em segundo lugar se considerarmos o total com e sem ambiente sonoro: 37,9%.

A entrevista em blocos é praticamente inexistente, a opção continua a ser a de publicar um único bloco com a entrevista na íntegra. É ainda de registar que, com exceção da Antena 1, as entrevistas são, por vezes, transcritas em formato de pergunta-resposta sem que haja qualquer excerto de som ou a publicação do áudio completo.

Em termos de evolução, regista-se um aumento significativo da reportagem com ambiente sonoro, logo, do uso da linguagem radiofónica (Gráfico 2). Mas neste ponto há que referir que esse aumento em muito se deve a uma rádio, a Antena 1, que habitualmente canaliza para o *feed* de notícias do site as reportagens, por exemplo, dos enviados a acontecimentos

internacionais e as de cultura, duas editorias, sobretudo a última, em que o recurso a ambientes sonoros é recorrente.

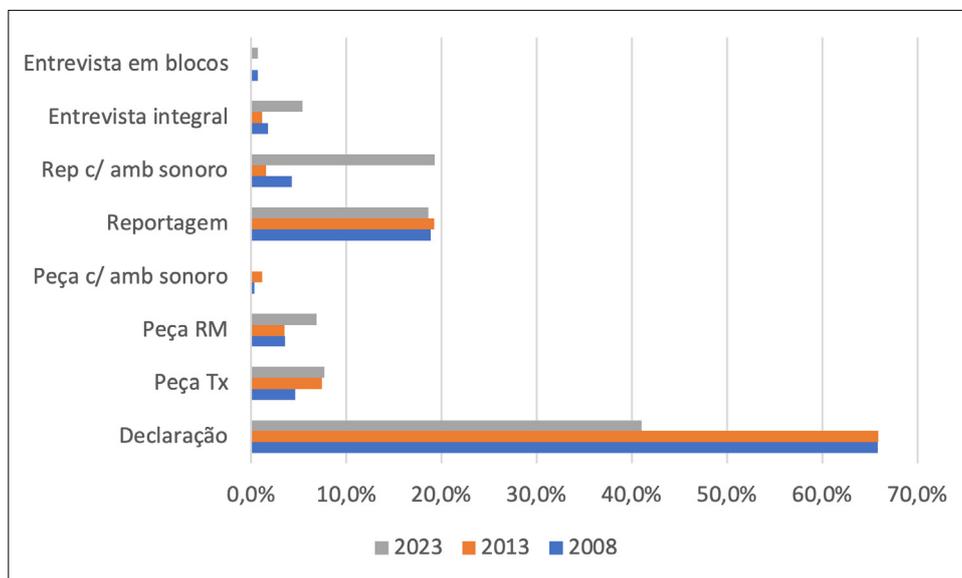


Gráfico 2
Evolução da morfologia das notícias

Neste período de análise, a RR não publicou nas notícias em destaque qualquer reportagem com ou sem ambiente sonoro, e das 80 notícias em destaque da amostra 70 são apenas de texto, 7 têm outros recursos e apenas 2 têm áudio agregado. A estratégia da Renascença de aposta no multimédia mantém-se em detrimento dos conteúdos sonoros. O número elevado de publicações em texto já tinha sido registado em 2008 e em 2013 consolidando essa linha de evolução. O que acontece com frequência é que as reportagens áudio são transcritas, assim como o conteúdo dos sons das notícias e das entrevistas que foram emitidas no FM. A opção é, pois, a de não agregar som às notícias em destaque que são, quase maioritariamente, para ler e ver. Os conteúdos sonoros encontram-se noutras categorias do site. O topo de página em que são publicadas as notícias em destaque é reservado para as *hardnews* e para destacar alguns trabalhos multimédia de maior envergadura.

No caso da TSF os números revelam uma aposta equilibrada: 32 notícias de texto e 39 com som. Muito diferentes são os resultados da Antena 1, o que se deve à estratégia adotada desde o início e que se mantém: a de publicar apenas notícias com som. Assim, neste período, todas as notícias, tal como em 2008 e 2013, correspondem a notícias com som. Os áudios repartem-se, essencialmente, entre a declaração e a reportagem: 25 com declaração, 23 de reportagem com ambiente sonoro e 19 reportagens sem ambiente sonoro. A Antena 1 é ainda

a que apresenta um maior número de peças com som, normalmente com excertos de entrevistas não presenciais.

No geral, há também uma evolução quantitativa da publicação da entrevista integral. A entrevista em blocos áudio não é habitual ao contrário do que acontece, por exemplo, com a entrevista em vídeo frequentemente dividida em excertos.

A morfologia influencia diretamente a duração dos áudios, sendo a declaração a mais frequente, o tempo do som entre os 40 e os 60 segundos é igualmente o que tem registo idêntico. A reportagem e a peça com som ou texto variam entre o minuto e meio e os dois minutos. Com duração superior foram encontrados apenas dois casos que rondavam os cinco minutos, reportagens com ambiente sonoro que desenvolviam um tema que, por vezes, também estava sintetizado numa reportagem mais curta. Esta opção estará relacionada com o espaço em antena onde será transmitida, mais curta para os noticiários, mais longa para os segmentos informativos entre noticiários ou outros espaços de informação.

A utilização dos recursos expressivos da linguagem radiofónica (palavra, música, ruído ou efeitos e silêncio) apenas se encontra na reportagem com ambiente sonoro, havendo uma maior ou menor presença de cada um dos recursos mediante o tema. E o tema, apesar de não fazer parte da análise em curso, situa-se sobretudo em três editorias: cultura (peças de teatro e concertos), internacional (dos enviados, por exemplo, à Ucrânia) e sociedade.

Relativamente ao número de áudios por notícia, em 2023, tal como nos anos anteriores, a estratégia de publicação de cada uma das rádios acaba por condicionar os resultados desta categoria. Enquanto a TSF e a Rádio Renascença apresentam notícias que podem ter mais do que um áudio, a Antena 1 mantém a publicação de 1 notícia = 1 som, isolando um tema por notícia mesmo que o som seja sempre do mesmo protagonista ou acontecimento, como por exemplo uma conferência de imprensa que pode desdobrar-se em uma ou duas notícias com temáticas diferentes, mas com a mesma origem. Assim, encontramos uma larga maioria de notícias com apenas 1 som:

- Notícias com 1 áudio — 113 (88,2%)
- Notícias com 2 áudios — 6 (4,6%)
- Notícias com 3 áudios — 0
- Notícias com 4 áudios — 1 (0,7%)
- Notícias com 5 áudios — 0
- Notícias com mais de 5 áudios — 8 (6,25%)

As notícias que têm mais de 5 áudios são peças mais extensas que incluem vários pontos de vista sobre um mesmo assunto que tenha marcado a atualidade, como se de um especial se tratasse. A estrutura da peça e a falta de informação sobre a atualização da notícia, parecem indicar que são publicadas já com todos os áudios agregados. Ou seja, os sons não são

acrescentados conforme a notícia vai sendo desenvolvida com a voz de outros protagonistas.

A linha de evolução quanto ao número de áudios por notícia nos últimos 15 anos é clara: há um aumento das notícias com 1 único áudio (Gráfico 3). Mesmo que a sua temática sugira que provavelmente em antena foram incluídas vozes de outros protagonistas em reação ou contraditório, nem sempre são adicionadas à notícia no site ou, pelo menos, à mesma notícia, podendo ser publicada separadamente.

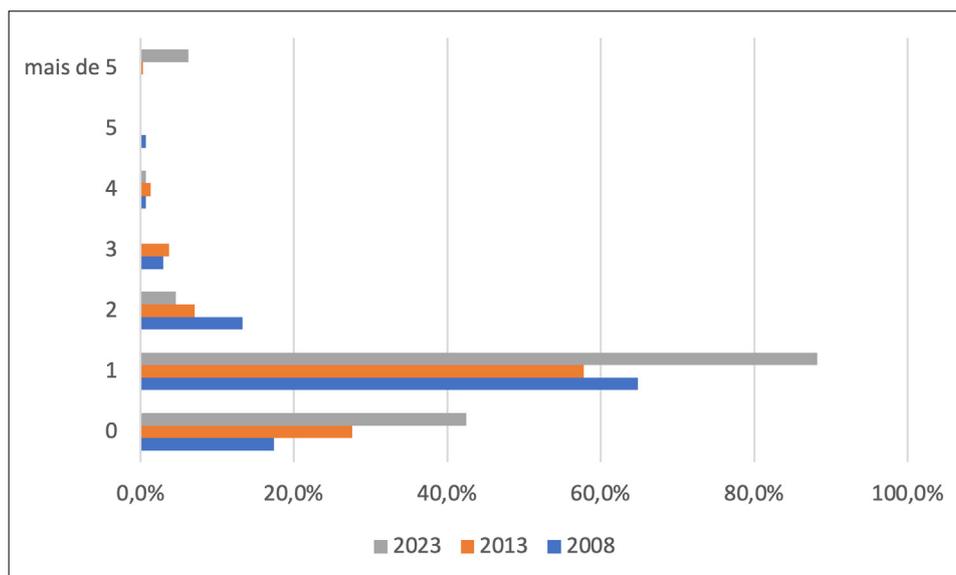


Gráfico 3
Evolução do número de áudios por notícia

As notícias com mais de 5 áudios são raras, mesmo assim, regista-se um crescimento positivo em 2023 que se deve à TSF. Nem a RR nem a Antena 1 apresentam esse tipo de publicação no último ano em análise.

Relativamente à complementaridade entre texto e som, mais uma vez, está relacionada com a estratégia de publicação de cada uma das emissoras tem para o seu site. Ela existe efetivamente na Antena 1 uma vez que o texto da notícia é uma síntese feita à imagem da notícia emitida no FM e que conduz obrigatoriamente para o áudio para se conhecer o seu conteúdo. Ou seja, a apreensão completa da notícia depende sempre da escuta do som.

Quer na RR quer na TSF, texto e sons tendem a ser complementares, só muito pontualmente se encontraram exemplos em que o áudio está reproduzido no texto. A transcrição total apenas foi detetada nas notícias sem áudio. Também neste ponto, se confirma a linha de evolução sentida desde 2008.

Tal como em 2008, assiste-se a uma fusão de regras de redação e linguagem típicas da rádio com as do *online*, embora isso apenas possa refletir a transposição ou uma adaptação da notícia escrita para o noticiário da rádio que depois é apenas retocada para ser publicada no site.

Há uma nota relevante que não foi incluída no estudo presente, mas que deve ser referida porque difere de site para site: a atualização das notícias. RR e TSF têm uma permanente atualização do fluxo noticioso independentemente das horas tidas como as de maior consulta e no fim de semana. Mas no caso da Antena 1 isso não acontece. As notícias áudio no site da RTP, as que são emitidas na Antena 1, não são praticamente atualizadas nos dias de semana à noite, e ao sábado, domingo e feriados. Ao contrário do que acontece na *homepage* do grupo RTP em que há atualização nas notícias de texto e com vídeo. Só muito pontualmente isso acontece nas de áudio.

6. Discussão de resultados

Nas notícias analisadas há um predomínio da palavra, escrita e falada. Há um elevado número de notícias só de texto, a palavra escrita; e há um elevado número de declarações em áudio, a palavra falada.

Os áudios são, por larga maioria, vozes dos protagonistas e/ou dos intervenientes da notícia sintetizadas na declaração, ou seja, há um predomínio da palavra. As restantes componentes da linguagem radiofónica raramente são utilizadas nas notícias do dia-a-dia, as denominadas *hardnews*. Não se trata de um resultado isolado, mas de uma tendência que se consolidou nestes últimos 15 anos que pode revelar uma estratégia limitada à rapidez na publicação e na leitura e a uma colagem ao tempo mais imediato da rádio e da transmissão hertziana.

Se a notícia em texto pode anteceder a emissão em antena, com a notícia com som pode acontecer o oposto. O que nos leva a questionar se as rádios têm produção própria de notícias com áudio para o site. A perceção é que esse investimento pode ser feito noutras áreas, nomeadamente nos *podcasts*, mas que não abarcará a produção noticiosa diária, mais imediata. O carácter imediato não favorece um tratamento noticioso sonoro mais elaborado, guardado para trabalhos que são publicados fora das notícias em destaque ou para temas que pedem um aprofundamento maior, mesmo que ligados à atualidade.

A Internet permite ultrapassar uma das limitações que caracteriza a rádio hertziana, a do tempo. Assim, seria expectável que as notícias fossem ‘crescendo’, agrupando todos os sons que entram ao longo do dia numa mesma notícia, algo que não seria possível de conciliar com o défice de tempo nos noticiários da rádio hertziana. Apesar dessa possibilidade aberta pela Internet, a de transformar qualquer notícia num pequeno especial, os sites das rádios não a aproveitam. O número de sons colocado nas notícias corresponde, regra geral, aos que foram emitidos na primeira ou segunda vez em que a notícia foi para o ar. As notícias que têm

5 ou mais de 5 áudios registam os valores baixos. Mesmo tendo em conta a diferente estratégia de publicação da Antena 1, quer a RR quer a TSF não parecem apostar nesta possibilidade.

O aumento da reportagem com ambiente sonoro desenha uma disposição para o uso da linguagem radiofónica com toda a sua carga expressiva e simbólica. No entanto, essa tendência não pode ser generalizada aos sites das três rádios. O facto de se encontrar sobretudo num deles, apenas pode ser sinal de que as três rádios, na sua versão *online*, têm apostas diferentes. Umas destacam mais as notícias de última hora, caso da RR e da TSF numa lógica de atualização permanente e da informação para consumo imediato, enquanto a Antena1 tende a publicar mais frequentemente reportagens com ou sem ambiente sonoro. As notícias de última hora ou recentes são encontradas mais rapidamente na *homepage* ou no separador Notícias do site da RTP que agrega as notícias em texto, vídeo e áudio. Ou seja, há uma valorização do produto rádio feito para a emissão hertziana e rentabilizada no site deixando o fluxo contínuo para o site de notícias RTP.

A diminuição das notícias com a componente vídeo é substancial nas notícias em destaque, mas isso não pode ser interpretado como um arrefecimento no entusiasmo pelo uso da imagem nos conteúdos jornalísticos nos sites de rádio. O resultado apenas pode ser interpretado no contexto da amostra, ou seja, nas cinco principais notícias em destaque. A ausência de vídeo apenas pode indiciar a sua deslocação para espaços próprios ou a sua utilização em notícias que não sejam da atualidade pura, mais imediatas.

A fragmentação da entrevista é um dos conceitos que decorre da fragmentação dos conteúdos que parte do princípio de que a audiência não quer escutar toda a entrevista, mas apenas as partes que são do seu interesse. Apesar da lógica que lhe é inerente, as rádios nunca aderiram a este formato no áudio, mas curiosamente fazem-no nas entrevistas em vídeo. As de áudio são, muitas vezes, transcritas e visualmente formatadas para serem lidas com tudo o que isso implica na perceção da mensagem sem a voz e nas nuances da fala do entrevistado. Ou seja, há um empobrecimento do ponto de vista jornalístico.

A linguagem radiofónica na internet ainda se resume à palavra. Os outros elementos continuam a ser acessórios, sem que se valorize a função expressiva no conteúdo. A linguagem sonora, com toda a sua carga expressiva ainda é subaproveitada, embora se registre um crescimento notável da reportagem com ambiente sonoro, o que só enriquece os conteúdos jornalísticos dos sites. Se aquilo que é publicado no site corresponde ao que foi emitido no FM, podemos pressupor que também no éter o jornalismo sonoro é bem pouco sonoro e subaproveita as potencialidades do som.

Todos os sites analisados têm como referência a rádio que lhes deu origem. Em 2008, os sites refletiam a fase em que se encontrava a ciber-rádio: um período de transição da transposição para a produção própria de conteúdos jornalísticos. Quinze anos volvidos, não se detetam grandes alterações no que ao áudio diz respeito. Com mais ou menos adaptações, com diferentes estratégias e perfis, de forma geral, as notícias nos sites das três rádios em análise são

ainda recetáculos do que é emitido no FM. Um conceito de “prolongamento da antena”, que só encontra alguma autonomia e produção própria fora das notícias que abrem a *homepage*.

O áudio continua a ser o recurso mais usado em relação a todos os outros. O carácter hipermédia da internet não existe nas notícias em destaque e os recursos multimédia surgem por justaposição, compartimentados nas suas diferentes linguagens. Essa evolução contribui, assim, para a indefinição de uma narrativa única hipermédia prolongando na Internet a diferenciação entre meios em vez de apontarem para uma convergência progressiva.

Nesta linha cronológica mantém-se a conclusão de total ausência de hiper-áudio, ou seja, a ligação através de links dos áudios disponíveis nos sítios online. Os áudios não conduzem a outros áudios, “não estabelecem um fio condutor sonoro entre si, nem utilizam a expressividade da linguagem sonora” (Reis, 2010, p. 16).

O que vemos, lemos e ouvimos nos sites das rádios leva-nos a questionar se resultam de estratégias e opções conscientemente delineadas para o meio digital, ou se serão fruto das rotinas de redação, das possibilidades ou limitações técnicas de cada empresa, das condicionantes logísticas e humanas de cada estação, e, apesar de tudo, da forma como o *online* ainda pode ser encarado internamente: entre o fascínio e a renitência, entre a sobrevalorização e a menorização, em que o meio tradicional continua a deter a primazia.

Apesar da ascensão do áudio, espoletado pelo *boom* do *podcast*, as rádios parecem canalizar o seu investimento não para as notícias, mas para outro tipo de produtos. A denominada economia criativa, desta vez centrada no áudio (Obercom, 2022; Reuters, 2022), representa também um novo conjunto de oportunidades para as rádios que, provavelmente, não passam pelas notícias imediatas.

Os sites das rádios situam-se, atualmente, na terceira fase enunciada por Helder Bastos (2023), a que dá conta de uma relativa estagnação, pontuada por investimentos a contracorrente.

Há duas notas a ter em conta quando se analisa esta realidade concreta dos sites das rádios. Cada site tem um perfil diverso, alinhado ou não com uma estratégia autónoma, independente ou integrada no grupo empresarial em que se insere e que tem um modelo de negócio que pode influenciar a forma como cada site se estrutura. A diversidade encontrada revela as diferentes possibilidades de cada estação se afirmar e construir um caminho na Internet e que não se encerra nos limites definidos para cada formato, para cada género, para cada meio. Apesar das diferenças, em todas há um ponto comum: dessa identidade faz parte o som, o recurso-mãe que a rádio tradicional prolonga para a Internet. O som ainda é o que define ambas.

Referências

- Amaral, S., Cardoso, G., & Espanha, R. (2006). *As rádios portuguesas e o desafio do (on) line*. OberCom. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/As-r%C3%A1dios-portuguesas-e-o-desafio-do-online-%E2%80%93-Set2006.pdf>
- Balsebre, A. (2004). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.
- Bastos, H. (2023). *História do Ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte e cinco anos*. LabCom.
- Bonixe, L. (2011). Jornalismo radiofónico e Internet — Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. *Comunicação e Sociedade*, 20, 29-42. [https://doi.org/10.17231/com-soc.20\(2011\).881](https://doi.org/10.17231/com-soc.20(2011).881)
- Bonixe, L. (2012). *A Informação radiofónica*. Livros Horizonte.
- Bradshaw, P. (2007). Five reasons for audio journalism: actuality, debate, emotion, background, podcast. *Online Journalism Blog*. <https://onlinejournalismblog.com/2007/02/28/five-reasons-for-audio-journalism-actuality-debate-emotion-background-podcast/>
- Canavilhas, J. (2003). Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na Web. Em A. Fidalgo, & J. P. Serra (Eds), *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online* (pp. 63-73). LabCom. <http://hdl.handle.net/10400.6/4358>
- Cardoso, G., & Baldi, V. (2022). *Media e Jornalismo. Tendências 2022*. OberCom. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2022/05/Tend%C3%82ncias-nos-media-e-jornalismo-2022_FINAL_3Maio.pdf
- Cébrían-Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Gedisa.
- Cebrián Herreros, M. (1995). *Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Editorial Síntesis.
- Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. Routledge.
- Holman, T. (2010). *Sound for Film and Television*. Routledge.
- Kerckhove, D. de (1995). *A Pele da Cultura*. Relógio D'água.
- Meditsch, E. (1997). *A Nova Era do Rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual electrónico*. BOCC. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.pdf>
- Meneses, J.P. (2016). *Jornalismo radiofónico*. CECS.
- Merayo Pérez, A. (2001). Formación, nuevos contenidos y creatividad sonora: apuestas para un tiempo de incertidumbre tecnológica. En M.P. Martínez Costa (Ed.), *Reinventar la radio* (pp. 281-291). Eunate.
- Newman, N. (2022). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202022%20FINAL.pdf>
- Oliveira, M., Santos, F.S., & Van der Kellen, M. (2021). O som elemento âncora da reportagem. Em P. Coelho, A.I. Reis, & L. Bonixe (Orgs.), *Manual de reportagem* (pp. 147-161). LabCom.
- Reis, A.I. (2015). *O Áudio nas Cibernotícias das Rádios*. Média XXI.
- Reis, I. (2010). O áudio nas notícias das ciber-rádios: do hipertexto ao hiper-áudio? *Prisma*, (12), 157-173. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2018>
- Ribeiro, F. C. (1964). *Rádio. Produção-Realização-Estética*. Arcádia.
- Rodero Antón, E. (2004). *La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red* [Presentación de ponencia]. Cuarto Congreso Latino Americano de Periodismo, Huesca, España.
- Rodrigues, A.D. (1986). *A Magia da Rádio. O campo dos Media*. Vega.
- Vieira, J., Cardoso, G., & Mendonça, S. (2010). *Os Novos Caminhos da Rádio — Radiomorphosis. Tendências e perspectivas*. OberCom. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Os-novos-caminhos-da-radio-Radiomorphosis.pdf>
- Zamith, F. (2017). Cibermeios portugueses: 10 anos de lenta evolução. Em A. I. Reis, F. Zamith, H. Bastos, & P. Jerónimo (Orgs.), *Livro de Atas do V Congresso Internacional de Ciberjornalismo*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. https://cobciber5.files.wordpress.com/2017/05/atas_5cobciber.pdf
- Zumeta, G. (2021). *La Radio: El acompañante silenciado*. Kailas Periodismo.

Biografia

Ana Isabel Reis é professora Associada na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e investigadora do Citcem. Tem desenvolvido trabalhos sobre a história da rádio e do jornalismo radiofónico, rádio e Internet, e Podcast. Iniciou a carreira profissional como jornalista de rádio, foi coordenadora do GT de Rádio e Meios Sonoros da SOPCOM.

ORCID ID: [0000-0002-9335-4574](https://orcid.org/0000-0002-9335-4574)

Morada institucional: Universidade do Porto Faculdade de Letras. Via Panorâmica Edgar Cardoso s / n, 4150-564 Porto, Portugal