



# Emerging Research Information

Indexing journals for preprint publication since 2020

**Caso você identifique desvios éticos ou graves problemas de conteúdo neste preprint, por favor, clique aqui para apresentar, por e-mail, uma denúncia ao Comitê EmeRI de Ética e Integridade. O assunto do e-mail deve ser o DOI abaixo e a questão ser descrita de modo suficientemente detalhado.**

**Para verificar a publicação de uma versão revisada por pares deste preprint, visite a revista [clcando aqui](#).**

Data de envio ao EmeRI: 2020-06-17

DOI: 10.25200/preprint2020001

## Um convite (para preprints recentemente adicionados)

Você está interessado em atuar como parecerista (revisor científico) deste artigo? Os editores terão prazer em aceitar sua colaboração. Por favor, entre em contato pelo e-mail da revista, informado adiante.

## Brazilian Journalism Research

Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo, Brasília/DF, **Brasil**

ISSN 1981-9854 e-mail: [mbjreditor@gmail.com](mailto:mbjreditor@gmail.com)

[bjr.sbpjor.org.br/bjr](http://bjr.sbpjor.org.br/bjr)

## Rádio local sem fronteiras: a experimentação de uma pequena emissora portuguesa na Internet

Jorge\*, Thais de Mendonça; Batista. Paula Cristina Brito

\*Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília/DF, **Brasil**

Recebido pela revista em 2020-05-31

Aprovado na revisão de conformidade em 2020-06-22

Aprovado na revisão de conformidade por **Laura Storch**

Jorge, Thais de Mendonça; Batista. Paula Cristina Brito (2020). Rádio local sem fronteiras: a experimentação de uma pequena emissora portuguesa na Internet (*preprint* submetido a: Brazilian Journalism Research). *EmeRI - Emerging Research Information*. DOI: 10.25200/preprint2020001.

**Resumo** O jornalismo hiperlocal, compreendido como o tipo de jornalismo praticado em pequenas comunidades, faz parte do ecossistema mediático, mas raramente tem sua importância reconhecida. Com a retirada das grandes empresas de mídia das localidades de menor tamanho, no início do século XXI, o jornalismo hiperlocal vem retomando seu espaço graças à Internet, explorando o filão das notícias comunitárias com vistas a alcançar audiências transfronteiras. Este estudo tem como foco Portugal e investiga como estão sendo feitas notícias hiperlocais numa rádio do interior do país – a Rádio Cova da Beira (RCB). Os resultados de análise de conteúdo no site, de entrevistas e observação participante na redação da emissora com sede em Fundão mostram que este modelo de jornalismo local valoriza a cultura, mas enfrenta sérios problemas estruturais e financeiros.

## Termo de isenção de responsabilidade

O texto a seguir é um *preprint*. Para ser incluído no *EmeRI*, a revista depositante o examinou *preliminarmente* e avaliou a sua contribuição científica como *suficiente* para que ele fosse aceito para revisão por pares. Poderá ou não ser aprovado para publicação definitiva.

A responsabilidade pelo conteúdo e pela publicação do *preprint* é integral e exclusivamente de seus autores e autoras. Assim sendo, nem a revista depositante, nem a Associação Brasileira de Editores Científicos, nem o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, nem a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, *nem qualquer pessoa vinculada a qualquer dessas instituições* o endossam ou respondem por quaisquer consequências de sua eventual utilização, seja qual for ou tenha sido a finalidade.

Este trabalho é distribuído sob uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.



20200619v13

# Rádio local sem fronteiras: a experimentação de uma pequena emissora portuguesa na Internet

THAIS DE MENDONÇA JORGE

*Universidade de Brasília, Brasília – DF – Brasil*

ORCID: 0000-0002-7995-7838

PAULA CRISTINA BRITO BATISTA

*Universidade de Beira Interior, Covilhã – Portugal*

**RESUMO** – O jornalismo hiperlocal, compreendido como o tipo de jornalismo praticado em pequenas comunidades, faz parte do ecossistema mediático, mas raramente tem sua importância reconhecida. Com a retirada das grandes empresas de mídia das localidades de menor tamanho, no início do século XXI, o jornalismo hiperlocal vem retomando seu espaço graças à Internet, explorando o filão das notícias comunitárias com vistas a alcançar audiências transfronteiras. Este estudo tem como foco Portugal e investiga como estão sendo feitas notícias hiperlocais numa rádio do interior do país – a Rádio Cova da Beira (RCB). Os resultados de análise de conteúdo no site, de entrevistas e observação participante na redação da emissora com sede em Fundão mostram que este modelo de jornalismo local valoriza a cultura, mas enfrenta sérios problemas estruturais e financeiros.

Palavras-chave: rádio; jornalismo hiperlocal; jornalismo local; Portugal; site.

## **LOCAL RADIO WITHOUT BORDERS: the experimentation of a Portuguese community broadcaster on the Internet**

**Abstract** – Hyperlocal journalism, understood as the type of journalism practiced and undertaken in small communities around the world, is part of the media ecosystem, but it is rarely recognized for its importance. With the withdrawal of media companies from smaller locations, in the beginning of the 21st century, hyperlocal journalism has resumed its space thanks to the Internet, exploring the streak of community news with a view to reaching audiences in various parts of the world. This study focuses on Portugal and investigates how hyperlocal news is being made on a radio in the interior of the country - Rádio Cova da Beira (RCB). The results of content analysis on the website, interviews and participant observation in the newsroom of the broadcaster based in Fundão show that this model of local journalism values culture, but faces serious structural and financial problems.

**Keywords:** radio; hyperlocal journalism; local journalism; Portugal; website.

## **RADIO LOCAL SIN FRONTERAS: la experimentación de una pequeña estación de radio portuguesa en Internet**

**Resumen** – El periodismo hiperlocal, entendido como el tipo de periodismo practicado en pequeñas comunidades, es parte del ecosistema de los medios, pero rara vez se lo reconoce por su importancia. Con la retirada de las grandes empresas medianas de las ciudades más pequeñas, a principios del siglo XXI, el periodismo hiperlocal se ha hecho cargo gracias a Internet, explorando la racha de noticias de la comunidad con miras a llegar a audiencias transfronterizas. Este estudio se centra en Portugal e investiga cómo se producen noticias hiperlocales en una radio en el interior del país: Rádio Cova da Beira (RCB). Los resultados del análisis de contenido en el sitio web, las entrevistas y la observación participante en la sala de redacción de la emisora con sede en Fundão muestran que este modelo de periodismo local valora la cultura, pero enfrenta serios problemas estructurales y financieros.

**Palabras-clave:** radio; periodismo hiperlocal; periodismo local; Portugal; sitio web.

## 1 Introdução

A Internet significa um grande, talvez o maior desafio na história do rádio, não só como meio de transmissão, como de produção, consumo e fruição social de notícias via ondas hertzianas<sup>1</sup>. Ao examinar a maneira pós-moderna de consumir rádio e a presença dos dispositivos móveis na contemporaneidade, Belau (2001, p. 16) observa que o cenário é complexo, “merece dedicação, reflexão e observação” e entende que a situação envolve perigos maiores do que aqueles que a chegada da televisão propiciou. O coração do rádio está a ser atingido e mudado em essência.

Antigamente, o rádio era a plataforma de lançamento e divulgação de álbuns musicais. Desde a chegada do MP3, a oferta de conteúdos e sua disponibilização foram alteradas e agora há ofertas personalizadas na rede. As emissoras dedicadas à programação musical competem com aplicativos e sites de música por demanda. Já as rádios noticiosas tiveram que se adaptar às exigências do público, ampliando a participação ao vivo e correndo muito mais do que o normal para dar informações ao minuto e em primeira mão. Soma-se a tudo isto a apresentação multiplataforma, em que o rádio entra no panorama da convergência (Bianco, 2010) por força dos recursos oferecidos pela tecnologia digital (Belau, 2001).

Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 2) defendem que a integração do meio às plataformas digitais, num cenário convergente, teria reconfigurado a lógica do rádio: “Em todas as etapas do processo de comunicação, inclusive a que se refere à produção de conteúdo, o rádio da era da Internet não é mais o mesmo de antes do surgimento e da consolidação da rede mundial de computadores”. Os autores adaptaram o conceito de convergência digital à situação do rádio na contemporaneidade, antevendo várias vertentes:

- a) Tecnológica: infraestrutura de produção, distribuição e recepção de conteúdos em suportes digitais, desde computadores até redes de fibra óptica;
- b) Empresarial: origem e composição dos capitais que controlam os grupos de comunicação;
- c) Profissional: integração de estruturas para produção de conteúdos, mudança nas rotinas e na cultura dos trabalhadores da indústria de notícias radiofônicas;
- d) Conteudística: produção e exploração de novas linguagens e formatos (FERRARETTO & KISCHINHEVSKY, 2010, p. 176).

Além da possibilidade de transmissão em várias plataformas, a interação com o público por múltiplos meios faz parte deste rádio dos tempos de hoje, que já ultrapassou fronteiras. Ele encontrou novos caminhos para difundir conteúdo e conversar com o público. A entrada no ar de ouvintes ao vivo por telefone – modalidade explorada pelo meio desde a origem – é hoje substituída por mensagens eletrônicas em texto, imagem e som. Aliás, em regiões onde as taxas de alfabetização são altas, o meio continua a se manter ativo, agora mais com a possibilidade de enviar arquivos sonoros, vídeos e fotos via Internet. O rádio também deixou de ser privilégio de quem possui concessões públicas. Em muitos lugares – setores desfavorecidos e de baixa renda no Brasil e em outros países – comunidades organizadas como as de indígenas e moradores em favelas, desenvolvem seus próprios canais de criação, produção e distribuição de conteúdos radiofônicos, graças às plataformas digitais.

Se o transístor já havia deslocado o rádio da sala de estar, empurrando-o para o quarto, a cozinha e as ruas, agora o rádio a pilha tem novos companheiros, que permitem não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 279).

Qual o significado destas mudanças no jornalismo e como elas impactam o exercício cotidiano da profissão? Segundo estudiosos, o jornalismo local, como o jornalismo em geral, muda porque está inserido numa transformação estrutural do ambiente de mídia, e esse movimento é impulsionado pelas novas tecnologias digitais (Pereira & Adghirni, 2011). Os câmbios atingem a maneira como nos comunicamos, como compartilhamos conteúdo, como nos informamos e como nos divertimos. As alterações no entorno digital desafiam os modelos de negócio herdados e as rotinas jornalísticas da mídia estabelecida (Charron & Bonville, 2016).

O jornalismo hiperlocal, compreendido como o tipo de jornalismo praticado e empreendido em pequenas comunidades ao redor do mundo (Pavlik, 2011), faz parte do ecossistema midiático (Canavilhas, 2010), mas raramente tem sua importância reconhecida. No entanto, com a retirada das grandes empresas de mídia das localidades de menor tamanho no início do século XXI, o jornalismo hiperlocal vem retomando seu espaço e explorando o desenvolvimento de operações de notícias comunitárias lideradas por cidadãos em várias partes do mundo.

Este estudo tem como foco Portugal, embora suas descobertas falem de problemas comuns encontrados nos sistemas de mídia locais de outras democracias ocidentais. O trabalho investiga como estão sendo feitas notícias hiperlocais numa rádio do interior de Portugal – a Rádio Cova da Beira (RCB) – e de que maneira, além das práticas de produção, modelos de jornalismo comunitário e participativo estão a dar vida à economia das operações hiperlocais.

Quando foi oficialmente criada, em 1988, a RCB, com sede na cidade de Fundão e licença de emissão para Covilhã, Belmonte e Penamacor, escolheu como lema “Uma rádio entre a Beira e o mundo”, pois abrangia a região da Beira Interior, uma área de 12 740 km<sup>2</sup>, com 383 995 habitantes (Instituto Nacional de Estatística, 2018). Porém, somente a área da Cova da Beira possui 42.546 habitantes (Portugal, 2013). Por um lado, a instalação da rádio foi resultado de um processo de mobilização social, por outro, correspondia a uma espécie de antevisão da representatividade de uma iniciativa restrita que atinge, nos dias de hoje, âmbitos para fora das fronteiras, com a criação de um site na Internet ([www.rcb-radiocovadabeira.pt](http://www.rcb-radiocovadabeira.pt)), e alcance de 1 milhão 554 mil 331 visualizações/ano, em lugares improváveis do mundo lusófono e globalizado, o que dá uma média de 4.258 page views/dia (Assembleia Geral Ordinária, 2019).

Como área de estudo, o jornalismo hiperlocal, ao observar holisticamente as notícias da comunidade, é capaz de mostrar uma imagem vívida dos cidadãos que criam e alimentam os próprios serviços de notícias, de forma a manter o poder de fiscalizar as contas públicas, corrigir distorções a respeito da população, desenvolver contatos e a cultura local e contar histórias cotidianas. Vista como uma experimentação no terreno do digital, a atividade de uma rádio local na Internet pode ser encarada como nova possibilidade em termos de produção de conteúdo multimídia e interativo, com inovadores formatos de narração e até de transmissão e engajamento de audiências.

## 2 A expansão do rádio

Bolter e Grusin (2000) analisam que os meios se influenciam uns aos outros e mudam sempre, embora este fato não se dê numa trajetória histórica. Autor (2013, p. 158) entende que a notícia e o jornalismo atravessam um processo de mutação, em que “o estado de percepção, captação e processamento dos fatos provoca diferenças nas rotinas, nos produtos e subprodutos” de comunicação. Após influenciar a TV, agora é o rádio que se encontra sob o guarda-chuva das mídias digitais, potencializando as características de interatividade e imediatismo e introduzindo novos padrões para a memória, os multimeios e a personalização (Palacios, 2004). Seguindo o raciocínio, Lopez (2010, p. 139) vê a convergência como agente essencial no desenho da gestão de uma emissora radiofônica em moldes atuais, bem como na delimitação de suas características, da grade de programação e das rotinas produtivas das redações. A autora lembra os primórdios da Internet, quando muitos dos órgãos de imprensa se limitavam a fazer transporte de conteúdos (*shovelware*) do meio original para a nova plataforma: “O rádio (...) foi inicialmente incorporado à web de maneira transpositiva. Neste momento, o redesenho foi duplo: tanto a web assumia, aos poucos, elementos sonoros, quanto o rádio passava a incorporar em suas definições estratégias multimídia e hipertextuais”.

Lopez (2010) analisa três níveis de convergência no rádio, em paralelo com o processo que se deu nas organizações de mídia por todo o mundo: 1) fase de informatização das redações; 2) fase de tecnologização, com impactos nas ferramentas de apuração, produção e transmissão, sem, no entanto, influenciar o produto final, que ganha mais agilidade; 3) fase de configuração do veículo, com redefinição de papéis, funções e novas estratégias de linguagem, em que a produção multimídia se faz sentir. Como a convergência não é estanque nem funciona dentro de padrões determinados, cada empresa adapta as

tecnologias à sua realidade, de forma a garantir que as novas características não afastem o rádio da função básica, de estar próximo aos ouvintes. A entrada de um repórter ao vivo pertence à essência do rádio informativo. Ele “atua como mero transmissor com o objetivo de respeitar com a maior fidelidade possível o que ocorre no local dos acontecimentos” (Herreros, 2001, p. 337).

Depois de observar a convergência nas rádios brasileiras CBN e BandNews FM, Lopez (2010, p. 124) cunhou o conceito de “Rádio Hipermediático”: “Ao explorar os potenciais da rede buscando manter sua identidade, o meio passa a reconstruir-se e definir-se como um novo rádio: o hipermediático”. Seria uma fusão de rádio e Internet, em que ambos compartilham as características próprias de cada meio. No Rádio Hipermediático, o emprego da estética sonora como estímulo expressivo é muito importante, favorecendo a reedição de transmissões em antena, a reconstituição de fatos, as reportagens especiais, assim como as crônicas. Nesse novo tipo de rádio, um dos formatos mais populares recentemente tem sido o podcast, programa que pode ser disponibilizado em sites e aplicativos para ser consumido sob demanda.

Já Kischinhevsky (2012, pp. 410-437) prefere falar em “rádio expandido”, argumentando que, antes, o rádio era medido apenas pela audiência em institutos de pesquisa, mas hoje alcançou uma expansão para além das ondas hertzianas. Nos tempos modernos, o meio é avaliado também pelos “gostos” (likes) nas redes sociais, pelo número de engajamentos e compartilhamentos que consegue provocar, pelos conteúdos baixados e copiados, pelos podcasts que divulga, pelos infográficos, games e blogs que alimenta, formando uma rede de consumidores vorazes, que exigem atenção 24 horas por dia e usam o rádio como ferramenta social.

Neste leque de possibilidades convergentes, Lopez (2010) acha que o foco do rádio permanece o mesmo e é no áudio que ele se calca. O ouvinte *ouve* e por isso interage. Se as ferramentas de que dispõe para tanto lhe dão outras oportunidades de se manifestar, o áudio continua a ser a raiz de tudo e é por intermédio dele que acontece o processo de cálida identificação que caracteriza esse relacionamento. Ser multiplataforma e hipermediático são decorrências daquele contato primordial.

(...) não se trata da desconfiguração do jornalismo de rádio, transformando-o em webjornalismo, mas do uso das ferramentas multimídia e da produção multiplataforma (Martínez-Costa, 2001) como uma complementação ao conteúdo que vai ao ar na emissora. O áudio, em rádio hipermediático, se mantém como a ferramenta central de transmissão de informações. Mas agora se permite lançar mão, sem temer perder espaço ou identidade, de novas ferramentas e estratégias, compondo uma narrativa própria (LOPEZ, 2010, p. 120).

Em cenários distintos daquela imagem da família reunida em volta do aparelho de rádio, as emissoras se acercam de um só objetivo: seduzir o novo perfil de ouvinte, que possui outras demandas, busca atualização, é jovem (pode ser até um nativo digital) e espera do rádio mudanças e adaptação (Martínez-Costa, 2001). A interatividade, que sempre existiu no rádio, ganha novas características na medida em que o público se torna mais ativo. Ele ouve rádio no *smartphone*, seja pela própria Frequência Modulada (FM), seja via internet, lê textos para comprovar dados, envia mensagens, fotografias e vídeos, conversa nas redes sociais.

O contexto da convergência cultural e midiática tem reflexos diretos na prática, na técnica, nas rotinas de produção, nos formatos do rádio e mesmo em sua deontologia. O jornalismo em rádio precisa estar atento às demandas de integração ao ambiente do ouvinte-internauta – e nisso é obrigatório participar com assiduidade de blogs, Twitter, Facebook e outras redes sociais –, além de fazer investimentos em criação e numa nova estética sonora, como maneira de oferecer novos conteúdos, surpreender e cativar esse consumidor pós-moderno.

Veículo móvel, o rádio não perde a característica principal de ser “itinerante”, como destaca Herreros (2001), com sua grande capacidade de deslocamento, não apenas para as ruas e outros ambientes onde os acontecimentos se dão, mas também para o ciberespaço. Os estudiosos do meio (LOPEZ, 2010) (Martínez-Costa, 2001) (Herreros, 2001) pensam que a concentração do consumo em dispositivos móveis pode ser interpretada como caminho para o rádio se rejuvenescer, sacudir a poeira dos séculos e atingir as jovens plateias.



Ao longo da história, a prática jornalística passou por diversas fases, a alternar momentos de estabilidade com outros de violenta transição. A invenção dos tipos móveis por Gutenberg, por volta de 1450, foi um desses instantes de grande revolução na trajetória da comunicação como um todo. Outro, parece ser a introdução da Internet em nossas vidas. Para Deuze e Witschge (2017), no presente momento, o jornalismo deixa de ser uma indústria coerente para se tornar um conjunto de práticas variadas e diversificadas. Ao discordar dessas irrupções de mudanças aqui e acolá, Kischinhevsky (2016, pp. 124-125) opina que “os meios de comunicação encontram-se em permanente reconfiguração, como quaisquer outros empreendimentos capitalistas, tateando em busca de novos mercados, de públicos-alvo cada vez mais específicos”.

É verdade que essa transformação do analógico para o digital, a partir dos anos 2000 principalmente – com mudanças nos anos 1990 ou até antes – incidiu mais ainda no radiojornalismo. As emissoras de rádio fizeram a travessia para a rede mundial de computadores; incrementaram a produção de conteúdo em texto e imagem para complementar as informações; e surgiu o jornalista multimídia no rádio, capaz de estender o conteúdo sonoro para websites, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. São novas exigências e novas tecnicidades colocadas ao lado da abrangente função do rádio expandido, hipermediático, hiperlocal e global.

## 2.1 Hiperlocal e mundial

Segundo Pavlik (2011), as notícias hiperlocais são reportagens, “tipicamente on-line, sobre eventos e questões localizadas dentro de uma comunidade geográfica especialmente bem definida”. Nos Estados Unidos, onde o conceito de hiperlocalidade prosperou em termos financeiros e sociais, “os websites hiperlocais servem principalmente aos residentes locais, e muitas vezes são produzidos por repórteres locais ou residentes locais”.

Um site pioneiro é o Red Bank Green ([redbankgreen.com](http://redbankgreen.com)), fundado em 2016 no estado de Nova Jersey (EUA), que tem como slogan “*a town square for an unsquare town*”. O dístico forma um jogo de palavras só compreensível em inglês. Em português, a tradução livre seria: “uma praça para uma cidade não-quadrada”. Ele bem retrata o localismo, já que se entende como um espaço onde as pessoas viriam conversar e interagir ou, como dizem os fundadores, “um lugar onde os moradores se encontram para trocar novidades e opiniões e fazer negócios”. Além do fundador John T. Ward e sua mulher, Trish Russoniello, encarregada da parte gráfica, o site tem jornalistas experientes, que usam o celular como ferramenta de apuração de notícias e conhecem bem a comunidade.

Geralmente, os assinantes dos sites hiperlocais desejam ver notícias sob medida, personalizadas e com histórias dos cidadãos, textos, fotos e vídeos. Funcionando como a extensão de uma pracinha de cidade do interior, a página na Internet também alimenta fóruns de discussão para os leitores on-line e não deixa de atender aos pedidos de sua audiência, oferecendo jornalismo de qualidade (Ward & Russoniello, 2016). Porém, nos Estados Unidos, esse jornalismo hiperlocal também ultrapassou fronteiras e se tornou um negócio. A organização [patch.com](http://patch.com) é uma empresa jornalística que desenvolve notícias on-line comunitárias em 1.226 cidades, de 50 estados norte-americanos (Patch Network).

As emissoras de rádio fazem parte deste contexto de hiperlocalismo onde quer que estejam, pois uma de suas características é a inserção na comunidade. “Num mundo onde a comunicação é cada vez mais global, por via da emergência da Internet, as rádios locais procuram adaptar-se a esse desafio de conciliação entre o local e o global”, observa Xosé López García (2008, p. 10), destacando que o local deve ultrapassar a dimensão e o âmbito territorial dos conteúdos. Com efeito, no relatório do Ofcom (2011), o público dedicava especial sentimento às rádios locais:

Os ouvintes têm um carinho real pelos serviços em pequena escala. Esse carinho parecia peculiar às pequenas estações locais, já que eles não demonstravam ter a mesma aproximação e afeição ao falar das outras estações de rádio que ouviam. Porém, esse afeto não era apenas derivado da escuta, mas também de um sentimento de pertencimento criado pela emissora - os ouvintes sentiam que eram parte de algo (OFFICE OF COMMUNICATIONS, 2011).

Bonixe lembra que o fenômeno europeu das rádios, que tentam a promoção do local a partir de cidades fora dos grandes eixos econômicos principais, apresenta um “palco para a promoção da proximidade ao gerarem condições para que a comunidade se reveja nelas” (Bonixe, *As rádios locais portuguesas na transição para a Internet*, 2011, pp. 47-86). O autor aponta três características da radiodifusão localizada:

- 1) Dimensão democrática – desde a sua gênese (ainda como rádios-pirata), as pequenas rádios permitiram que outros protagonistas da vida social pudessem aceder a este meio;
- 2) Dimensão alternativa – emitiam sem licença, fornecendo uma visão alternativa do mundo, como a rádio Alice (1974-1977), vinculada ao movimento autonomista em Bolonha (Itália), que inaugurou um estilo de fazer cobertura: os repórteres iam a manifestações fantasiados, eram iconoclastas, passavam trote a autoridades. A rádio dizia transmitir: “música, notícias, jardins floridos, conversa fiada, invenções, receitas, horóscopos, filtros mágicos, amores, boletins de guerra, fotografias, mensagens, massagens, mentiras” (Costa, 2004). Já a Rádio Caroline (Reino Unido), foi criada em 1964 para fugir ao controle das gravadoras sobre a música popular no Reino Unido e o monopólio da BBC na transmissão de rádio;
- 3) Dimensão de proximidade – função de promoção da identidade local.

Nesta última dimensão, os média locais e regionais afirmam-se como meios especializados geograficamente e, no que é considerado uma vantagem competitiva, sugerir-se-ia apostar em estratégias que reforcem essas características, gerando espaços e discursos para sua audiência específica.

Com profundas raízes populares, as rádios locais portuguesas aparecem como um movimento que procurou sublinhar o local enquanto território de afirmação e de distinção face aos média de cobertura nacional. As rádios locais portuguesas têm como fundamentos constituir-se como um palco para a expressão das vivências das comunidades onde se inserem, promovendo um discurso alternativo face às propostas apresentadas pelos meios de comunicação de maior dimensão.

Além do mais, a tecnologia dá oportunidade a que as rádios se aproximem ainda mais das comunidades, incrementando valores de cidadania e democracia. Em Portugal, o setor, hoje, encontra-se dividido entre as rádios nacionais (o que inclui as de serviço público); regionais – em relação às regiões Norte e Sul do país; e locais. Bonixe (2011) catalogou 328 emissoras no total, classificando-as em: generalistas, temáticas informativas, musicais, universitárias. Inexistem rádios comunitárias. Muitas rádios integravam grandes grupos de comunicação, enquanto algumas eram apenas retransmissoras, sem conexão com as comunidades em que se instalavam.

Em 2012, uma alteração na lei portuguesa facilitou a mudança na tipologia das rádios e os principais grupos de rádio mudaram sua função de rádios locais generalistas para rádios eminentemente musicais. Isso ocasionou uma grande demissão de profissionais. O estudo *Jornalismo e Jornalistas das Rádios Locais Portuguesas* (Bonixe, 2014) apontou várias dificuldades das emissoras: redações com mão de obra reduzida (entre um e quatro jornalistas); salários baixos (abaixo de 650 euros/mês); pouco trabalho de reportagem, pela falta de recursos financeiros e de jornalistas. Além disso, a concorrência com estações de porte maior tornava difícil a captação de publicidade. As emissoras padeciam de problemas na organização – a maioria microempresas – e seus negócios não excediam os 2 milhões de euros/ano.

No entanto, a Internet significava um alento. Foi então que o rádio tornou-se multiplataforma. “As empresas de rádio em Portugal estão presentes com maior ou menor dedicação nas plataformas digitais. Criaram sites, estão no Twitter e no Facebook e iniciaram a produção para dispositivos móveis como Ipad ou telemóveis”, constata Bonixe (2011, pp. 47-86). Relatório da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2009) apontou em 2009 que 62% das rádios locais estavam na internet. À época, apenas 13 das 124 rádios locais usavam podcast, poucas usavam blogs, e os ouvintes preferiam contato pessoal ou o telefone:

A utilização da internet para a difusão dos conteúdos radiofónicos, um suporte que ultrapassa as barreiras físicas da difusão hertziana, coloca aos operadores, independentemente do âmbito de cobertura geográfica, novas abordagens nas respectivas estratégias empresariais que, naturalmente, se irão reflectir nos conteúdos e serviços disponibilizados. No caso das rádios locais, as audiências

deixaram de se circunscrever aos concelhos de origem. Muitas já produzem a pensar numa audiência mais vasta que inclui, sobretudo, os naturais dos respectivos concelhos que habitam em locais distantes ou mesmo no estrangeiro, fornecendo-lhes programas e informação que lhes permita manter a proximidade com as suas raízes (2009, p. 149).

A Internet oferece outros recursos que as emissoras viriam a utilizar em maior ou menor escala: a memória (sob a forma de arquivos) e a interação, fazendo o ouvinte mais ativo, quando os sites abrem espaços para fóruns de discussão e comentários às notícias. “A Internet tornou global a escuta da emissão da rádio o que, no caso particular das rádios locais, é muito importante”, destaca o estudioso (Bonixe, 2011, pp. 47-86). Hoje, a rede é encarada, no contexto da política de rádio local, como uma forma de expansão da emissão para além das fronteiras geográficas, embora restrita ao sinal hertziano.

Em regiões onde há grande mobilidade transfronteiras – de Portugal para Espanha e França, por exemplo – a programação informativa passou a destinar espaço às comunidades de origem dos emigrantes e assim prestar mais um serviço público. Trata-se do Rádio Hipermediático e do Rádio Expandido de que nos falavam Kischinhevsky (2012) e Lopez (2010), o que é confirmado por Bonixe: “Chegar aos muitos emigrantes portugueses residentes fora de Portugal é uma das principais vantagens que as rádios locais portuguesas possuem com a sua presença online.”

### 3 O panorama radiofônico na Europa e a Rádio Cova da Beira

O aparecimento das rádios em Portugal ocorreu em paralelo à escalada europeia. Segundo Santos (2013), na Bélgica e na Itália, como em outros países europeus, as rádios locais começaram a surgir ligadas a grupos ativistas, como os ecologistas e outros movimentos libertários ou contracultura. Já na Grécia, um decreto presidencial que tornou possível o aparecimento de rádios locais, permitindo a criação de cerca de oito centenas de rádios locais, que ainda hoje se mantêm, na sua maioria.

Na Dinamarca existem cerca de 250 estações de rádio e na Suécia, uma centena. Na Finlândia o panorama é um pouco diferente: este país nórdico tem 20 emissoras regionais de rádio ligadas à estação estatal, que competem com 70 rádios regionais privadas. Na Suíça há 50 rádios locais, que emitem nas três línguas do país (alemão, francês e italiano). Apesar do reduzido número, a sua força e penetração no mercado obrigou a rádio nacional a regionalizar-se e a espalhar seus estúdios pelos principais centros do país (Santos, 2013).

O caso francês é emblemático. Também aqui o Estado teve que ir atrás dos cidadãos para regular o setor onde, a partir dos anos 1970, começaram a brotar rádios locais como cogumelos. A rádio estatal (Radio France) foi forçada a criar canais regionais para competir com as rádios locais, que são já cerca de um milhão. O fato de, na França, existirem várias comunidades de emigrantes, levou ainda ao aparecimento de emissoras em língua estrangeira, o que acontece com a Rádio Alfa, que emite exclusivamente em português para a comunidade de emigrantes portugueses a residir em Paris (Pierre & Tudesq, 1981).

De acordo com a Autoridade Nacional das Comunicações (Anacom), em Portugal estão licenciados 347 operadores de radiodifusão local FM, situando-se 311 no continente, 14 na Madeira e 22 nos Açores. A região do país com maior número de estações de rádio locais é o Algarve (7%), seguida da Grande Lisboa (6%) e do Grande Porto (6%). As demais emissoras se espalham pelo país (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2009, pp. 65, 69). As rádios locais acompanharam a evolução tecnológica e fizeram sua transição para a Internet graças ao projeto ROLI, iniciado em 2005 e com financiamento da União Europeia e apoio da Associação Portuguesa de Radiodifusão. Com isso, 174 rádios locais (50%) passaram a disponibilizar emissão on-line.

A RCB surgiu em 1986, quando em Portugal emergia o fenômeno das rádios livres, associadas a projetos privados, associativos, cooperativos ou religiosos. A Rádio Cova da Beira nasceu a partir de um desses projetos e ainda hoje, passados 34 anos, mantém o estatuto de cooperativa. Do ponto de vista legal, o aparecimento de centenas de emissoras, na segunda metade da década de 1980, obrigou o governo português a intervir para regulamentar o setor, e em 1988 foi aprovada, na Assembleia da República, a Lei da Rádio. A RCB emite em duas frequências: 92.5 e 100.5, a fim de atingir rincões afastados desta área ao centro do território português.



#### 4 O longe perto: análise em tempos de Covid-19

A proposta incluída neste trabalho é a de examinar, por um método de análise de conteúdo, durante sete dias, a produção do site da Rádio Cova da Beira ([www.rcb-radiocovadabeira.pt](http://www.rcb-radiocovadabeira.pt)) e avaliar as reportagens publicadas em relação ao nível de visualização, a fim de verificar seu alcance. Além disso, investigar, por meio de entrevistas e de observação participante, como a publicação do site na Internet alterou a rotina dos jornalistas da rádio. As entrevistas foram feitas de forma a complementar os dados sobre a emissora e a observação realizou-se nos estúdios localizados no Centro da cidade de Fundão (Portugal). Optamos por um questionário semi-estruturado, a fim de deixar os entrevistados mais à vontade para falar de sua experiência. Começaremos o relato da parte empírica da pesquisa pelas entrevistas e observação participante.

A observação participante foi realizada com uma apresentadora (Entrevistado 1, 2020) e um repórter (Entrevistado 2, 2020). Também foi ouvido o Coordenador de Informação da rádio, Paulo Manuel Rocha Pinheiro (2020). Em razão de conduta ética na pesquisa, foram omitidos os nomes dos entrevistados. Manteve-se, entretanto, o do Coordenador de Informação, porque ele fala institucionalmente. Na RCB a equipe é composta por cinco jornalistas, sendo quatro efetivos e um estagiário. Os jornalistas trabalham oito horas por dia, têm flexibilidade de horário, mas costumam estender a jornada em dias, noites e fins de semana.

O ambiente transparece grande camaradagem entre os funcionários, apesar de ser uma unanimidade a queixa quanto à remuneração. Os quatro jornalistas têm mais de 10 anos de casa. A explicação sobre os baixos salários está na própria existência da RCB, que é mantida por uma cooperativa de 600 associados. A verba de publicidade não é suficiente para equiparar os profissionais ao mercado e as autoridades municipais, por lei, não podem ajudar. Apresentadora de um programa de grande audiência nas manhãs da Beira interior, Entrevistado 1, na realidade uma jornalista com 30 anos de carreira, define:

Sempre fomos uma rádio local. Somos uma instituição de utilidade pública, (...) uma rádio de proximidade, falamos da doceira que faz os melhores doces do Fundão, do último afiador de facas. Somos os que ouvem as pessoas, estamos próximos da população. No meu programa não há um dia em que não tenha uma visita. Recebo telefonemas desde as sete da manhã. A pessoa precisa daquela palavra. Somos catalisadores de problemas (ENTREVISTADO 1).

"O longe perto", complementa o Coordenador de Informação, revelando que 80% dos ouvintes da RCB são portugueses, embora os 20% restantes estejam repartidos por França, Inglaterra, Estados Unidos, Brasil e Índia, "onde há fundanenses que não deixam o cordão umbilical", razão pela qual a emissora oferece uma programação abrangente. Pinheiro calcula que 40% do conteúdo sejam informação - "Para mim é informação dizer que vai faltar água na freguesia tal" -, mas a cada manhã a rádio abre com música portuguesa, dá espaço para as escolas, associações da sociedade civil, personalidades locais, cobre feiras, festas, marchas de toda a região, e tem no esporte um tópico importante. "Um microfone e uma antena", resume o Entrevistado 2, hoje com 19 anos de RCB, onde começou "quando ainda cursava o Liceu". "A rádio é para todos os que querem recorrer a ela", diz ele, lembrando a orientação do primeiro presidente da instituição.

Entrevistado 1 recebe uma poeta local em seu programa e se deixa ficar conversando no estúdio. Loquaz, orgulha-se de ser reconhecida nas ruas e de ser "jornalista, psicóloga, médica" e até "um meio para sacudir a solidão". Ela tem ouvintes fiéis, que todos os dias, "religiosamente", sintonizam o programa e acompanham as entrevistas que promove e os aconselhamentos que dá.

Somos região de emigrantes, não só os da década de 1960, a primeira fornada daqueles que foram embora. Muitos ainda, quando não encontram empregos por aqui, vão para a França. Hoje, as redes sociais não bastam. É muito bom saber que estou a ser ouvida em outros países, no Dubai (...). Dizem-me: 'Já chorei, já ri muito com seu programa!' ou 'Ah, como me lembrou a minha avó' (ENTREVISTADO 1).

Estes excertos das entrevistas demonstram, na absoluta impossibilidade de transcrevê-las na íntegra para este trabalho, que a Rádio Cova da Beira tem muito claros dois de seus objetivos: 1) fornecer informação para a comunidade local e ser um elo de ligação entre as pessoas; e 2) reter os vínculos com os portugueses que se afastam do país. Abordaremos, mais tarde, como a emissora se adaptou aos tempos de Internet.

A semana em análise situa-se entre os dias 9 e 15 de março de 2020. Durante estes dias, a RCB estampou em seu espaço 83 notícias, a uma média de 11 notícias por dia. O período escolhido coincidiu com o reconhecimento, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), da pandemia da Covid-19 (a 11 de março). Essa notícia, de interesse mundial, teve repercussões locais: a nota “Covid-19: CMF ativa plano de contingência” (Pinheiro P. , 2020), por exemplo, alcançou o mais alto índice de nossa amostra, com 7.917 visualizações. As informações sobre acessos foram fornecidas pelo administrador da página, a pedido da RCB.

Interessante é observar que os títulos a partir do dia 11 de março repetem os verbos adiar e suspender/cancelar, atestando a provisoriedade dos tempos: “AMCB adia iniciativas” (Miguel, 2020) ; “PS adia eleições” (Miguel, 2020); “Liga suspende provas” (Malaca, 2020); “Hospital suspende visitas” (Pinheiro P. , 2020) e “Mercado semanal do Fundão cancelado” (Pinheiro P. , 2020). Do total de notícias publicadas, elegemos para nossa análise as manchetes, que ocupam a parte superior da home page e que, de acordo com o sistema de hierarquização jornalístico, são as mais importantes. Do total de 28 manchetes, uma dezena são dedicadas à Covid-19, sobretudo a partir do meio da semana. Com a notícia mundial, o assunto repercutiu localmente, e a comunidade local foi respondendo e reagindo.

Entretanto, outros assuntos mereceram a atenção da população e da média rádio. Destacamos abaixo algumas das mais representativas para nosso estudo. “Quando o problema mora ao lado” (Rádio Cova da Beira Online, 2020) é uma reportagem feita com base em entrevistas aos moradores próximos de uma central de compostagem. O local foi visitado por uma deputada da Assembleia da República. A repórter ouviu as queixas dos moradores quanto ao ruído, o cheiro, o pó desprendido, e a deputada se comprometeu a pedir esclarecimentos ao governo. Esta foi uma das notícias mais vistas na semana, com 3.714 visualizações. No dia seguinte, o tema figurou em outros órgãos de imprensa.

A manchete “Embaixador confirma consulado em Belmonte” (Rádio Cova da Beira Online, 2020) é sobre a cobertura da visita do embaixador do Brasil a Belmonte, cidade da região. Ele anunciou que a vila berço do navegador Pedro Álvares Cabral iria abrigar um consulado honorário brasileiro ainda este ano. Belmonte recebe muitos turistas brasileiros, já que Cabral é tido como o descobridor do Brasil. A notícia local interessa à comunidade, mas também à área de Cova da Beira, ao país e ao contingente de brasileiros que vive na região, e foi vista por 1.616 pessoas.

Por vezes, a rádio não tem noção do seu próprio alcance. No dia 10 de março, o presidente da Câmara Municipal da Covilhã deu a notícia que seria importante para a cidade: “Há esperança para a torre de Santo Antônio” (Rádio Cova da Beira Online, 2020). Tratava de um edifício no bairro de Santo Antônio que, pelas dimensões e estado de abandono, sobressai na paisagem da Serra da Estrela. A notícia teve 3.235 visualizações.

## 5 Discussão dos resultados

Durante a semana em análise, o site da RCB registrou 8.100 visualizações, de 1.410 utilizadores, um aumento de 27% em relação à semana anterior. Em média, o leitor detém-se no site dois minutos e três segundos e a maioria (51,3%) utiliza o computador para aceder, seguido de 44,3% que utilizam um smartphone; o tablet é empregado por 4,4%.

Se analisarmos as notícias da semana 9-15/3 por editorias (chamadas localmente de secções), observamos que as classificadas sob a rubrica “Sociedade” aparecem em primeiro lugar em quantidade (45), seguidas de Política (17), Cultura (13) e Desporto (8), o que demonstra que o localismo predomina como fator de interesse no site da Rádio Cova da Beira. Quanto à fonte das notícias, a maioria (59%) chegou através de comunicado de imprensa (*press-release*), principalmente as que trataram da pandemia de coronavírus. Em segundo lugar vêm as fontes próprias (25%), descobertas em trabalho de reportagem,

quando o jornalista se desloca da redação, seja para fazer a cobertura de uma assembleia, seja para uma conferência de imprensa.

Em terceiro lugar, surgem as notícias de agenda, isto é, o que vai acontecer. Como, por exemplo, "Conselho de ministros reúne na Sertã" (Miguel, Rádio Cova da Beira, 2020) ou "Idanha apresenta agenda dos mistérios da Páscoa" (Miguel, 2020). Uma notícia de caráter local pode ser de extrema relevância para a população, como a que é destacada na manchete do dia 9 de março: "Missa ao domingo só na RCB" (Brito, 2020; Brito, Rádio Cova da Beira Online, 2020). Com o cancelamento dos cultos devido à pandemia, a rádio passou a ser o único veículo de transmissão da missa em direto, da igreja, a portas fechadas. Assim a emissora se afirma também no quesito religiosidade da população.

A maioria das visitas ao site tem origem em Portugal (86%). Dentro do país, a visualização vai muito além da Cova da Beira, área geográfica de abrangência da rádio FM. Em primeiro lugar surge a localidade de Fundão, onde a rádio está sediada, seguido da vizinha Covilhã mas, a partir daí, as visualizações rompem barreiras, aparecendo então Castelo Branco, capital do distrito; Gaia, no norte do país; como também outras cidades mais próximas ou distantes, como Guarda, Porto, Lisboa, Varzim, Coimbra, Guimarães e Amadora, por ordem decrescente.

A RCB também ultrapassa as fronteiras do próprio país: os restantes 14% de utilizadores que, durante essa semana, acederam ao site da RCB fora de Portugal, distribuem-se por dois continentes – Europa e América, sendo que os EUA surgem em primeiro lugar (4,1%), seguidos de França (4%), Noruega (2,7%), Suíça (1,9%), Reino Unido (0,9%) e Brasil (0,4%).

Se a renovação técnica e a profissionalização foram um caminho percorrido por grande parte das rádios locais portuguesas, ainda falta a aposta em redações sólidas, em que o número de jornalistas seja suficiente para permitir um trabalho para lá da agenda, a atualização permanente do site ou uma maior cobertura da região. Os repórteres observam que nem sempre podem sair à rua para fazer reportagens, presos à rotina de um grande número de assuntos a transformar em notícia.

A criação do site mudou a rotina da redação, que agora lhe dedica uma a duas horas por dia, preocupa-se com a imagem, isto é a fotografia, que até então não tinha qualquer importância numa rádio, e com coisas aparentemente simples como um título, que também não fazia parte das suas preocupações. Muitas vezes as notas publicadas no site se resumem a três linhas, com o link para a sonora da reportagem. O aparecimento do site transformou os jornalistas de rádio em jornalistas de escrita on-line e em fotojornalistas. E eles ainda têm que alimentar as redes sociais Facebook e Twitter. A mudança na rotina de produção é sentida pelos profissionais da RCB, que acreditam estar vivendo "um novo mundo, que precisa de uma nova linguagem" (Entrevistado 2, 2020).

## 6 Conclusões

A dimensão das mudanças impostas pelas tecnologias da informação e das comunicações afeta a estrutura conceitual do rádio, embora suas características permaneçam as mesmas. Orriwano (1985, p. 23) apontou oito atributos no que tange ao chamado rádio analógico: linguagem oral, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia.

Esses atributos ainda estão presentes no rádio on-line, mas Herreros (2001) chama a atenção para um processo de acomodação das emissoras, com mera transposição de conteúdos do meio analógico para o digital, como acontecia nos primeiros tempos da Internet, no meio radiofônico como no impresso. Assim, o desafio é dar impulso à criatividade e oferecer serviços distintos do rádio analógico, o que é propiciado pelas novas tecnologias.

Meditsch (2010, pp. 203-238) alerta que a natureza, a identidade do rádio e sua relevância no futuro não estão diretamente ligados aos suportes utilizados. Ao contrário, a existência e a manutenção das emissoras radiofônicas dependem mais "do uso social e da preservação da cultura local" que elas são capazes de empreender. Porém, como vem fazendo ao longo da história, o meio possui uma grande capacidade de adaptação e em tempos de convergência midiática não seria diferente.

Ao refletirmos sobre o rádio como meio de comunicação que integra o ecossistema mediático, precisamos estar atentos às novas lógicas de produção, difusão e recepção de conteúdos sonoros, como

à concorrência de mídias independentes, podcasts autônomos, blogs, emissoras on-line nas redes sociais, pois tudo isto constitui um processo de construção complexo. “A existência de rádios independentes deve-se sobretudo a que novos sectores da população adquiriram a possibilidade de dar a conhecer as suas opiniões e pontos de vista”, destaca Umberto Eco (1981), e o panorama do rádio não pode ficar alheio a isto.

É o caso da Rádio Cova da Beira, que atende aos atributos apontados por Ortriwano (1985): a emissora se destaca pelo bom emprego da linguagem oral; tem penetração local e extra-local, atendendo aos quesitos de imediatismo e instantaneidade; é mantida a baixo custo, e goza de autonomia na comunidade a que serve e pela qual demonstra sensorialidade, tanto no nível dos problemas como no dos valores da cultura regional. Se a rádio não tem mais mobilidade para se deslocar e fazer mais reportagens que interessem à população isto se deve à estrutura jurídica a que está submetida pois, sem recursos para contratar um número maior de jornalistas ou aumentar os estipêndios da equipe atual, não é possível fazer jornalismo investigativo.

Em relação às formas narrativas adotadas, assinalamos que uma nova estrutura narrativa multimidiática, que explore com razoável proveito outras plataformas, como as redes sociais, exige do profissional uma mudança nas rotinas, um investimento em novas competências e uma extensão de suas habilidades (Lopez, 2010). Esse “rádio hipermediático” ainda está longe da realidade da Rádio Cova da Beira, em que pesem os esforços da equipe para se adequar à era digital. Contudo, a RCB cumpre bem seu papel de preservação da cultura local e expande-se para outras audiências além de seu território geográfico. Bonixe (2014) igualmente constatou que “também os emigrantes gostam de estar a par sobre o que se passa na sua terra e mandam mails e mensagens a dizer que nos ouvem”.

Das 83 notícias da amostra do site da RCB, a maioria (56,6%) são notícias hiperlocais, isto é, feitas num e para um lugar muito específico, como um bairro, uma aldeia e, a partir do momento em que são publicadas nos meios digitais, suscitam o interesse local, regional, nacional e até internacional. Vimos isto na reportagem “Quando o problema mora ao lado” (Brito, 2020), quando um tema local ganha repercussão. Este é apenas um exemplo de como uma pequena rádio, no caso a RCB, funciona como uma espécie de agência de notícias locais, a pautar os grandes veículos.

Qual o significado destas transformações no jornalismo e como elas impactam o exercício cotidiano da profissão? O jornalismo local, num contexto geral, está imerso num panorama de mudanças do ecossistema mediático, como resultado das tecnologias digitais. Enquanto atravessamos violentas alterações na forma como nos comunicamos, como trabalhamos, como nos divertimos, todo esse entorno atua desafiando os modelos de negócios e as rotinas jornalísticas tradicionais.

Assim, partindo do exemplo da Rádio Cova da Beira, que extravasou as fronteiras, adequando-se à era da Internet e das novas formas de comunicação, podemos, em jeito de conclusão, afirmar que o jornalismo local pode ser simultaneamente global e alternativo à massificação da comunicação. Para isso, é preciso manter a sua gênese local, sem esquecer que pode levar uma região a qualquer parte do planeta. Foi o que aconteceu com a RCB, dando cumprimento ao auspicioso slogan com que iniciou as emissões em 1986: “Uma rádio entre a Beira e o mundo”.

## NOTAS

<sup>1</sup>As ondas de transmissão radiofônica, em frequência modulada (FM), ondas médias (AM) ou curtas, receberam o nome de ondas hertzianas em referência ao físico Heinrich Rudolph Hertz (1857-1894), alemão que começou os estudos sobre propagação radiofônica. Geralmente, quando se fala em ondas hertzianas, está se falando em rádio.

## REFERÊNCIAS

- Assembleia Geral Ordinária. (2019, Abril 10). *Rádio Cova da Beira Online*. Retrieved Maio 29, 2020, from Rádio Cova da Beira Online: [rcb-radiocovadabeira.pt/ficheiros//RelatóriosContasde2018.pdf](http://rcb-radiocovadabeira.pt/ficheiros//RelatóriosContasde2018.pdf)
- Belau, Á. F. (2001). La radio en el entorno cambiante del siglo XXI. In M. Martínez-Costa, *Reinventar La Radio*. Pamplona, Navarra, Espanha: Eunete.

- Bianco, N. D. (2010). *O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital*. Retrieved Janeiro 4, 2020, from EPTIC: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/78>
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding news media*. Cambridge, USA: MIT Press.
- Bonixe, L. (2011). As rádios locais portuguesas na transição para a Internet. In P. Jerónimo, *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital* (pp. 47-86). Covilhã, Portugal: LabCom.
- Bonixe, L. (2014). *Jornalismo e Jornalistas das Rádios Locais Portuguesas*. Instituto Politécnico de Portalegre. Portalegre: Coordenação Interdisciplinar de Inestigação Inovação.
- Autor. (2020, Março 10). *Rádio Cova da Beira Online*. Retrieved May 28, 2020, from Rádio Cova da Beira Online: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59329>
- Autor. (2020, March 9). *Rádio Cova da Beira Online*. Retrieved May 28, 2020, from Embaixador confirma consulado em Belmonte: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59310>
- Autor. (2020, Março 10). *Rádio Cova da Beira Online*. Retrieved Maio 28, 2020, from Há esperança para a torre de Santo Antônio: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59322>
- Autor. (2020, Março 9). *Rádio Cova da Beira Online*. Retrieved Maio 28, 2020, from Missa de domingo só na RCB: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59422>
- Canavilhas, J. M. (2010). *O novo ecossistema mediático*. Covilhã, Portugal: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação.
- Charron, J., & Bonville, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis, Brazil: Insular.
- Costa, M. S. (2004). Rádio Alice Através do Espelho. Gilles Deleuze. Política e Poética Estóicas na Teoria do Rádio. In X. C. Comunicação (Ed.), *Anais da Intercom*. Porto Alegre: NP 06 – Rádio e Mídia Sonora - Intercom.
- Deuze, M., & Witschge, S. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19 (2), 165-181.
- Eco, U. (1981). Una nueva era en la libertad de expresión. In L. Bassets, *De las ondas rojas a las radios libres* (pp. 213-230). Barcelona, Spain: Gustavo Gili.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2009). *Caracterização do sector da radiodifusão local*. ERC. Lisboa: ERC.
- Entrevistado 1. (2020, Março 10).
- Entrevistado 2. (2020, Março 10).
- Ferraretto, L., & Kischinhevsky, M. (2010). Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. *Anais do 19o Encontro da Compós*. Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação.
- García, X. L. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla, Spain: Comunicación Social.
- Herreros, M. C. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona, Espanha: Gedisa.
- Instituto Nacional de Estatística. (2018). *Anuários Estatísticos Regionais*. Retrieved May 19, 2020, from Instituto Nacional de Estatística: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaquas&DESTAQUESdest\\_boui=354602662&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=354602662&DESTAQUESmodo=2)
- Autor (2013).
- Autor (2019).
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais*. Rio de Janeiro, Brazil: Mauad X.
- Kischinhevsky, M. (2012, Maio-agosto). *Rádio Social: mapeando novas práticas interacionais sonoras*. (PUC-RS, Editor) Retrieved Maio 19, 2020, from Revista Famecos, 19:2: [redalyc.org/pdf/4955/49551011007.pdf](http://redalyc.org/pdf/4955/49551011007.pdf)
- Lopez, D. (2010). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã, Portugal: LabCom.
- Malaca, M. (2020, Março 12). *FPP/LIGA/AFCB: Suspensão de Provas" 12 março 2020* <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59381>. Retrieved Maio 29, 2020, from Rádio Cova da Beira Online: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59381>
- Martínez-Costa, M. (2001). Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencia y divergencias digitales. In M. Martínez-Costa, *Reinventar la radio*. Pamplona, Espanha: Eunete.



- Meditich, E. (2010). A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In A. F. Magnoni, & J. M. Carvalho, *O novo rádio: cenários de radiojornalismo na era digital* (pp. 203-238). São Paulo, Brazil: Senac.
- Miguel, N. (2020, Março 12). *PS adia eleições*. Retrieved Maio 29, 2020, from <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59383>.
- Miguel, N. (2020, Março 12). *Rádio Cova da Beira*. Retrieved Maio 29, 2020, from AMCB adia iniciativas: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59384>
- Miguel, N. (2020, Março 11). *Rádio Cova da Beira*. Retrieved Maio 28, 2020, from Conselho de ministros se reúne na Sertã: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59354>
- Miguel, N. (2020, Março 11). *Rádio Cova da Beira*. Retrieved Maio 30, 2020, from Idanha apresenta agenda dos mistérios da Páscoa: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59341>
- Office of Communications. (2011). *The future of small scale radio – A Research Report of Ofcom*. Ofcom.
- Ortriwano, G. S. (1985). *A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo, Brasil: Summus.
- Palacios, M. (2004). Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. *Revista PJ: BR Jornalismo Brasileiro*, 4.
- Patch Network. (n.d.). *Patch*. Retrieved Maio 19, 2020, from Today's Top Local News: <https://patch.com/map>
- Pavlik, J. (2011). A tecnologia digital e o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7 (1).
- Pereira, F. H., & Adghirni, Z. L. (2011). O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. *InTexto*, 1 (24), 38-57.
- Pierre, A., & Tudesq, A.-J. (1981). *Histoire de la radio-télévision*. Paris, France: PUF.
- Pinheiro, P. (2020, Março 11). *Covid-19: CMF ativa plano de contingência*. Retrieved Maio 30, 2020, from Rádio Cova da Beira Online: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59337>
- Pinheiro, P. M. (2020, Março 10). Coordenador de Informação.
- Pinheiro, P. (2020, Março 14). *Rádio Cova da Beira*. Retrieved Maio 29, 2020, from Coronavírus: CHUCB suspende visitas: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59425>
- Pinheiro, P. (2020, Março 14). *Rádio Cova da Beira*. Retrieved Maio 29, 2020, from Mercado semanal do Fundão cancelado: <http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/pag/59424>
- Portugal, G. d. (2013). *Instituto Nacional de Estatística*. Retrieved May 19, 2020, from Instituto Nacional de Estatística: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_unid\\_territorial&menuBOUI=13707095&contexto=ut&selTab=tab3](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_unid_territorial&menuBOUI=13707095&contexto=ut&selTab=tab3)
- Santos, S. C. (2013). *Os media de serviço público*. Covilhã, Portugal: LabCom.
- Ward, J. T., & Russoniello, T. (2016). *Red Bank Green*. Retrieved May 17, 2020, from Red Bank Green: <https://www.redbankgreen.com/about-redbankgreen>