



**POLITÉCNICO  
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR  
DE EDUCAÇÃO  
E CIÊNCIAS SOCIAIS

# A rádio local como espaço de discussão da atualidade: o projeto «Paradoxo Local» para a Benedita FM

Relatório de projeto

Diogo Agostinho Honório

Trabalho realizado sob a orientação de

Leonel Brites, Professor Doutor

e Catarina Menezes, Professora Doutora

Leiria, setembro de 2025

Mestrado Comunicação e Media

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA

## AGRADECIMENTOS

Aos professores Leonel Brites e Catarina Menezes pela orientação, apoio e contributos para a elaboração deste trabalho.

À rádio Benedita FM, na pessoa de Sandra Fonseca, pela confiança e disponibilidade para a execução do projeto.

Aos convidados do Paradoxo Local pela colaboração e dedicação no programa: Beatriz de Sousa, Bruno Letra, José Marques Serralheiro, Mónica Alexandre, Nuno Ferreira, Patrícia Santos e Sandra Lourenço Amaro.

Ao Miguel pelo desenvolvimento da sonoplastia, à Cláudia pelo “empréstimo” da sua voz ao projeto e ao Pedro pela revisão.

Ao João por ter fotografado os programas e os ter acompanhado na ótica do ouvinte mas, sobretudo, pela paciência nestes últimos dois anos.

Às minhas amigas Sónia e Sofia, não só pelo apoio incondicional como também por todas as conversas e opiniões trocadas. São uma inspiração.

Aos que se cruzaram no meu percurso, desde professores a colegas de turma ou profissionais.

E para o final deixo a morcela: aos meus pais, Fernanda e Luís, a força motora que me fez chegar aqui; à minha irmã, Diana, e ao meu amigo Martim, pela ajuda e as observações analíticas.

A todos, o meu obrigado.

## RESUMO

Desde a sua criação que a radiodifusão tem como eixos centrais a informação e o entretenimento. Ainda que a sua história remonte ao início do século XX, as rádios locais (tal como as conhecemos) tiveram origem nos movimentos revolucionários que ambicionaram penetrar os monopólios existentes no setor, na Europa da década de 1960. Em Portugal, as «rádios piratas» multiplicaram-se após a queda do Estado Novo e cedo apresentaram uma íntima relação com o jornalismo de proximidade. Já depois da sua legalização, a evolução tecnológica do século XXI desvaneceu as fronteiras geográficas, e a *internet*, descrita na altura como uma forte concorrente da radiotelefonia, gerou também novas oportunidades. As emissoras procuraram ajustar-se aos novos contextos digitais, adotados pelo público, e adaptar as suas transmissões ao *online*. Recentemente os *podcasts*, popularizados pelo baixo custo e foco em nichos sociais ou culturais, permitiram que se atraíssem ou fidelizassem novos ouvintes. Ainda assim, o atual contexto da rádio e do jornalismo locais é marcado por uma crise que advém das dificuldades financeiras e conseqüente falta de recursos humanos. Na prática, isso resulta num menor investimento do setor em informação ou debates relacionados com temas de proximidade. É neste contexto que se apresenta o projeto «Paradoxo Local», um produto radiofónico de debates realizado na rádio Benedita FM. Distribuído entre plataformas tradicionais e digitais – procurando atender a atual convergência dos *media* – este projeto tem o objetivo de suscitar uma discussão pública entre personalidades locais e a comunidade, em torno de temáticas sociopolíticas relacionadas com a região Oeste. O projeto evidencia que, ainda que surjam aspetos críticos sobre os quais é necessário refletir, as rádios locais se mantêm relevantes para as suas populações, tirando partido do potencial das plataformas digitais.

### **Palavras chave**

comunidade; informação; *podcast*; proximidade; rádio local.

## ABSTRACT

Since its inception, radio broadcasting has focused on information and entertainment. Although its history dates back to the early 20th century, local radio stations (as we know them) originated in the revolutionary movements that sought to break the existing monopolies in the sector in Europe in the 1960s. In Portugal, “pirate radio stations” multiplied after the fall of the Estado Novo and soon developed a close relationship with local journalism. After their legalization, the technological evolution of the 21st century blurred geographical boundaries, and the internet, described at the time as a strong competitor to radio, also created new opportunities. Broadcasters sought to adjust to the new digital contexts adopted by the public and adapt their transmissions to online platforms. Recently, podcasts, popularized by their low cost and focus on social or cultural niches, have made it possible to attract and retain new listeners. Even so, the current context of local radio and journalism is marked by a crisis stemming from financial difficulties and a consequent lack of human resources. In practice, this results in less investment by the sector in information or debates related to local issues. It is in this context that the project «Paradoxo Local» is presented, a radio program of debates broadcast on Benedita FM. Distributed across traditional and digital platforms – seeking to address the current convergence of media – this project aims to spark public discussion between local personalities and the community on socio-political issues related to the Western region. The project shows that, even though there are critical aspects that need to be reflected upon, local radio stations remain relevant to their populations, taking advantage of the potential of digital platforms.

### **Keywords**

community; information; podcast; proximity; local radio.

# Índice Geral

AGRADECIMENTOS .....	ii
RESUMO .....	iii
ABSTRACT .....	iv
Índice de Figuras .....	vi
Índice de Tabelas .....	viii
Índice de Anexos .....	ix
Abreviaturas.....	x
1. Introdução .....	1
2. Enquadramento Teórico .....	6
2.1. Introdução da Rádio em Portugal .....	6
2.2. A Evolução da Rádio Local em Portugal .....	8
2.3. A Proximidade na Era da Globalização.....	11
2.4. O Jornalismo na Radiodifusão Local.....	14
2.5. A Pertinência do Espaço Virtual .....	17
2.6. A Nova Sonoridade dos <i>Media</i> .....	19
3. Enquadramento Contextual .....	22
3.1. Objetivos da Intervenção .....	25
4. Metodologia.....	28
5. Mapeamento do Território Informativo.....	31
5.1. As Rádios Locais da Região Centro Oeste .....	31
5.2. Projetos Informativos de Debate .....	38
6. O Projeto «Paradoxo Local».....	47
6.1. Conceito e Estrutura do Projeto.....	49
6.2. Operacionalização do Conceito .....	54
6.3. Implementação do Projeto .....	62
6.4. Avaliação do Projeto .....	67
7. Considerações Finais .....	77
8. Referências Bibliográficas.....	84
9. Outras Referências.....	90
10. Anexos .....	93

# Índice de Figuras

Figura 1. Mapa representativo de cobertura da frequência da rádio Benedita FM, 2024	24
Figura 2. Capa do programa «Um Olhar Sobre a Semana»	40
Figura 3. Capa do programa «Fora do Baralho»	41
Figura 4. Capa do programa «Fórum TSF»	42
Figura 5. Capa do programa «Contraditório»	43
Figura 6. Capa do programa «The Europeans»	44
Figura 7. Capa do programa «Community Voices»	45
Figura 8. Identidade gráfica provisória	53
Figura 9. Identidade gráfica final	53
Figura 10. Recorte do alinhamento da primeira emissão	56
Figura 11. Exemplo de sequência de <i>frames</i> , no YouTube	60
Figura 12. Emissão de 01 de outubro de 2024	62
Figura 13. Emissão de 08 de janeiro de 2025	62
Figura 14. Perfis das redes sociais (Facebook e Instagram)	65
Figura 15. <i>Frames</i> de conteúdo audiovisual, para anúncio dos temas no Instagram	65
Figura 16. Carrossel de imagens, para anúncio dos temas no Facebook	66
Figura 17. Exemplos de divulgação do <i>podcast</i> , nas redes sociais	66
Figura 18. Número de reproduções nas plataformas de <i>streaming</i> , por episódio	68
Figura 19. Retenção do público (percentagem do tempo de reprodução, por episódio)	69
Figura 20. Localização da audiência, ao longo do semestre, por distrito (em percentagem)	70
Figura 21. Percentagem da variação mensal de utilizadores, por mês (género)	71
Figura 22. Percentagem da variação mensal de utilizadores, por mês, (faixa etária)	72
Figura 23. Média de Visualizações e Alcance mensais, das redes sociais	73

Figura 24. Total de interações com conteúdos, por rede social (mensal)	74
Figura 25. Número de Visualizações das imagens estáticas dos episódios 1, 13 e 21, por rede social	75
Figura 26. Número de Visualizações dos vídeos curtos dos episódios 6, 11 e 21, por rede social	75

## Índice de Tabelas

Tabela 1. Objetivos da intervenção projetual	27
Tabela 2. Modelos publicitários adotados pelas emissoras auscultadas	33
Tabela 3. Caracterização dos noticiários das Rádio Nazaré, Rádio Cister e Benedita FM	35
Tabela 4. Caracterização dos noticiários das 91 FM, 102 FM e Hiper FM	35
Tabela 5. Distribuição das emissoras pelas plataformas digitais	37
Tabela 6. Caracterização do programa «Um Olhar Sobre a Semana»	40
Tabela 7. Caracterização do programa «Fora do Baralho»	41
Tabela 8. Caracterização do programa «Fórum TSF»	42
Tabela 9. Caracterização do programa «Contraditório»	43
Tabela 10. Caracterização do programa «The Europeans»	44
Tabela 11. Caracterização do programa «Community Voices»	45
Tabela 12. Cronograma de operacionalização	55
Tabela 13. Elementos que compõem a identidade sonora	57
Tabela 14. Planeamento para produção dos programas	58
Tabela 15. Plano de comunicação para as plataformas digitais	61
Tabela 16. Temas abordados em cada programa, de acordo com a agenda mediática local	63
Tabela 17. Resultados gerados a partir das Impressões, no YouTube	70

## Índice de Anexos

Anexo 1. Transcrição de entrevista com Sandra Fonseca	93
Anexo 2. Transcrição de entrevista com Nuno Ferreira	98
Anexo 3. Grelha de programação da Rádio Nazaré	102
Anexo 4. Grelha de programação da Rádio Cister	103
Anexo 5. Grelha de programação da Benedita FM	104
Anexo 6. Grelha de programação da 91 FM Rádio	105
Anexo 7. Grelha de programação da 102 FM Rádio	106
Anexo 8. Grelha de programação da Rádio Hiper FM	107
Anexo 9. Identidade visual provisória	108
Anexo 10. Recortes de imprensa	110

## Abreviaturas

ALEB	Área de Localização Empresarial da Benedita
APR	Associação Portuguesa de Radiodifusão
EM	Emissora Nacional
ERC	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
MHz	<i>Megahertz</i>
PDM	Plano Diretor Municipal
RCP	Rádio Clube Português
RDP	Radiodifusão Portuguesa
RM	Registo Magnético
RR	Rádio Renascença
RSS	<i>Really Simple Syndication</i>
RTP	Rádio e Televisão de Portugal
TGV	<i>Train à Grande Vitesse</i> (Comboio de Alta Velocidade)
TSF	TSF – Rádio Notícias

# 1. Introdução

Este projeto de mestrado resulta no desenvolvimento de um programa de debates sociopolíticos com o objetivo de contribuir para a valorização da agenda mediática regional, no setor. Inserido na rádio – um espaço mediático, plural e isento – o projeto pretende promover a discussão entre comunidades e agentes locais, servindo de reflexão para questões sociais da sua área de abrangência. O programa reúne condições para se ajustar à programação das emissoras locais portuguesas que mantêm os seus princípios identitários fundadores: diversidade, pluralismo, coesão social ou territorial, proximidade e independência (Taborda & Pestana, 2023). Na prática, o projeto-piloto que aqui se apresenta foi implementado na grelha de programação da rádio Benedita FM, emissora local sediada no concelho de Alcobaça.

A radiodifusão é apontada por diversos autores como *media* omnipresente e educativo, fonte de informação e entretenimento. Cordeiro (2011, p. 123) recordou que ela “é um produto e deve ser encarada enquanto tal”. Se existe uma forte aposta na investigação em torno dos *media* regionais – com maior incidência sobre a imprensa – o mesmo não acontece com a radiodifusão local (Oliveira, 2013). No setor português, embora não haja uma justificação concreta, isto pode estar relacionado com três fatores: a baixa produção documental anterior à sua legalização, em 1989; as dificuldades de medição das audiências; e as dificuldades na fixação de um corpus de análise. Desde cedo que a sua característica sonora conquistou os públicos menos literatos e, com os avanços tecnológicos, desenvolveu aptidões para se ajustar às necessidades das comunidades. Ao longo da sua história, e sobretudo com a viragem do milénio, adquiriu uma capacidade enquanto *media* secundário caracterizado pelo *multitasking* (Cardoso et al., 2016). Para entender a sua importância junto das comunidades, é útil enquadrar a tecnologia criada por Marconi, introduzida em Portugal por curiosos.

Adotada pelas Forças Armadas portuguesas no início do século XX, nunca deixou de ser explorada por iniciativas privadas. No entanto, e até à queda do Estado Novo, o setor foi dominado por três grandes estações: a Emissora Nacional, a Rádio Clube Português e a Rádio Renascença. Com a revolução do 25 de abril de 1974, a vontade de levar a palavra e o som até às comunidades locais – fosse nos moldes informativos, de entretenimento ou culturais – motivou o governo a tomar medidas para regular o setor. A primeira surge em

1988, com a criação da Lei da Rádio, que autorizou a continuidade de diversos projetos que até então estavam em exercício clandestino. Apesar de ter sido ajustada por algumas vezes, nem sempre suprimiu as carências da radiodifusão e do jornalismo locais.

O contexto atual das rádios de proximidade apresenta (cada vez mais) um panorama marcado por redações empobrecidas, projetos que transitam para simples modelos de negócio – por questões financeiras, limitam-se à retransmissão ou à programação baseada em *playlists* – e pela perda de localismo, em função de uma busca utópica de audiências. Esta não é uma questão recente ou exclusiva do setor radiofónico, mas veja-se como exemplo a distribuição das emissoras, nos últimos anos, que tem privilegiado as regiões do litoral – mais povoado e com maior poder económico – ao contrário do interior (Taborda & Pestana, 2023). Em 2023, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social notou que grande parte da população portuguesa – com 15 ou mais anos – ouve rádio, apesar de só 43% desse grupo assumir que escuta emissoras locais (Taborda & Pestana, 2023). Assim, e em sintonia com Bonixe (2019), podemos entender que o verdadeiro desafio do setor passa por descobrir novos paradigmas, ajustando-se a uma realidade globalizada. A par das sucessivas crises na rádio portuguesa, também o jornalismo tem vindo a apresentar um desgaste que ganhou maior expressão na imprensa em papel, registando-se um decréscimo no número de tiragens ao longo dos últimos anos. Com o objetivo de contornar esta situação, os *legacy media* têm-se ajustado a novos modelos de produção e difusão informativa, procurando manter o conceito de que o jornalismo deve ser exercido por jornalistas (Sousa, 2022). Esses modelos têm por base a digitalização, que facilita o acesso à informação e torna necessário redefinir o ideal de proximidade: a noção tradicional da cobertura local passou a englobar regiões, identidades socioculturais e o debate público que caracteriza o jornalismo (Correia, 2023).

A radiodifusão local tem vindo a adquirir uma vantagem, perante a sociedade, que se relaciona com a abordagem de um lugar-comum. Não obstante, o Observatório da Comunicação (Cardoso et al., 2018) destaca que nos últimos anos tem havido uma tendência crescente nos pedidos para alteração de projetos – de generalistas para temático musicais. No seu relatório *As Rádios Locais em Portugal. Caracterização, tendências e futuros*, o observatório nota que a concentração de grandes grupos de comunicação tem vindo a retirar o valor localista a diversas emissoras, por consequência da aquisição dos pequenos *media* para retransmissão em cadeia. Atendendo que as rádios locais surgiram

com o intuito de ser um espelho da sua comunidade, refletindo sobre a realidade social da região em que se inserem, podemos assumir que o seu conceito inicial está a sofrer por consequência de questões económicas. Entre os diversos especialistas, autores e investigadores consultados para este relatório, há uma conclusão que se considera unânime e transversal: a necessária redefinição da atual Lei da Rádio, no contexto português, que permita uma atualização dos contextos tecnológicos e defenda os princípios básicos do setor local (Cardoso et al., 2018). Independentemente das suas valências, as novas tecnologias também deram espaço à perda de uma mediação, até então trabalho dos jornalistas. Ou seja, as plataformas digitais vieram possibilitar que a população criasse as suas próprias iniciativas «jornalísticas»<sup>1</sup>, sem que fossem exigidas a isenção, a independência ou a investigação que caracterizam o jornalismo – “os cidadãos podem ser inequivocamente criadores de conteúdos (...), mas esses conteúdos não podem ser classificados como notícias se dispensarem os profissionais” (Cunha, 2022, p. 11). Isto resulta numa maior desconfiança pela informação, disponibilizada em contextos digitais, conforme apontam os dados publicados pelo *Digital News Report Portugal 2023*.

Paralelamente, o desenvolvimento tecnológico apresenta pontos positivos, tanto para a radiodifusão como para o jornalismo (eg. a instantaneidade ou a mobilidade). Com ele é possível adquirir um sentido bidirecional entre os produtores e a audiência – facilita a participação cívica das comunidades – e permite que os próprios *media* se multipliquem por diversas plataformas, alcançando comunidades interessadas nos seus conteúdos. Mas Silveirinha (s.d.) alerta que deve existir uma contextualização das tecnologias nos novos modelos sociais, sem nunca se esperar que elas mantenham a neutralidade. Com a criação da *internet* e dos contextos digitais, a rádio adaptou-se a um sistema de receção e transmissão *online* que, apesar de não descurar a importância da sua presença nos meios tradicionais, sugeriu uma convergência dos *media*. Esta realidade estabeleceu uma rápida proliferação da informação a partir da quebra das fronteiras geográficas e do conceito de globalização, nos mercados mediáticos e das indústrias culturais (Cordeiro, 2010). A verdade é que Portugal não tem a capacidade populacional de outros países para desenvolver, ou estudar com propriedade, modelos de captação de massas. Por outro lado, os *media* digitais vieram proporcionar um espaço público capaz de alcançar a diáspora, por exemplo, em tempo real. Isto tornou-se uma oportunidade para as estações, que aqui

---

<sup>1</sup> «Jornalismo cidadão» é resultado de um trabalho idêntico ao jornalístico, embora não seja produzido por profissionais credenciados. A sua existência é negada pela generalidade dos investigadores (Cunha, 2022).

tanto encontraram um espaço para comunicação à distância como para captar interesses singulares ou de menor expressão na grelha de programação – “a reflexão da rádio contemporânea decorre de uma análise que combina o analógico e o digital, compreendendo os seus diferentes contextos e a apropriação igualmente diferenciada, que a audiência faz dos dois sistemas” (Cordeiro, 2010, p. 70). Assim, este projeto pretende explorar o interesse de cada público (tradicional ou digital) pelo debate de uma agenda mediática local, partindo da mediação de um programa radiofónico.

Será importante sublinhar que o mundo virtual não é apenas feito de instantaneidade. Um dos desafios mais recentes da radiodifusão (e dos seus ideais basilares) passa pela reconfiguração da escuta ativa, motivada pelos serviços de *podcast*. Com características *on-demand*, têm sido eles os promotores de uma reflexão entre o setor: qual deve ser a atuação dos *media*, nas plataformas digitais, e em que sentido estas devem ser tomadas como oportunidades (Cordeiro, 2010). Na mesma linha de pensamento, Paiva & Morais (2020, p. 132) afirmam que “o crescente consumo de formatos sonoros, associados à expansão dos *podcasts*, mostra não apenas o poder do áudio, mas abre também novos caminhos para a rádio se reinventar”, recorrendo a estas plataformas como repositório dos seus conteúdos. Por conseguinte, neste trabalho é abordada a realidade e o contexto do *podcasting*, na rádio e no jornalismo, aproveitando daí as capacidades asseguradas pelo som (*multitasking*) e pela tecnologia (multicontexto).

Este documento está dividido em seis secções: [1] o enquadramento teórico, composto por uma contextualização da rádio e do jornalismo de proximidade, em Portugal; [2] o enquadramento contextual, para situar os objetivos da intervenção e do seu processo; [3] as metodologias do trabalho; [4] a análise empírica, onde são analisados os dados da realidade sob observação; [5] a proposta projetual, para apresentar os passos desde a construção do programa à avaliação da implementação; e [6] as considerações finais. Com uma metodologia baseada numa pesquisa documental, de sentido exploratório, é proposto o desenvolvimento de um produto para a Benedita FM – implementado entre outubro de 2024 e março de 2025, período em que foram emitidos 23 episódios. Esta emissora enquadra-se na definição do que é um serviço de radiodifusão local e situa-se num contexto geográfico específico: o Litoral Oeste. Na análise empírica são observadas as grelhas de programação das emissoras da região e os produtos digitais idênticos a este projeto, num exercício de compreensão do que é atualmente produzido, em que moldes e

com que conteúdos. Na sequência deste levantamento, pretende-se adquirir uma perspetiva clara sobre a presença da informação de teor local, analisando os diferentes contextos em que cada produto se insere – o que difere na abordagem entre os *media* tradicionais e os novos *media*. O projeto tem como objetivo principal criar uma relação entre a comunidade beneditense e a sua agenda informativa, abrindo espaço para a interação entre a população e os agentes ativos da localidade. Assim é proposta a incrementação de um produto de rádio que promova o debate saudável, em torno de temáticas sociopolíticas atuais, e uma cidadania ativa, *online* ou *offline* (os conteúdos são disponibilizados nas plataformas de *podcast* e promovidos nas redes sociais).

O conceito e estrutura do projeto indicam os elementos considerados na sua execução, tais como o nome, o painel de convidados, o alinhamento do programa e a sua identidade enquanto marca. Após este processo, a operacionalização do produto visa a sua implementação na grelha de programação da rádio, divulgação e distribuição (tanto nos meios tradicionais como nos canais digitais). Concluído o projeto-piloto e apresentada a sua implementação, com a duração de um semestre, são destacados os resultados obtidos nesse período. Não sendo possível monitorizar a audiência da emissão *online*, esta observação foca-se nas métricas dos serviços de *streaming* e redes sociais. Em jeito de conclusão, são tecidas as considerações finais, que apontam a pertinência do produto apresentado, a possibilidade de integração noutras emissoras locais e possíveis futuras investigações no seu âmbito.

## 2. Enquadramento Teórico

### 2.1. Introdução da Rádio em Portugal

Desde cedo, a rádio tomou liberdade para informar e entreter a sociedade, a partir de noções trazidas pelos seus profissionais (alguns vindos da imprensa tradicional) e por meio da ‘palavra falada’. A sua história começou no século XIX, quando o cientista inglês James Clerk Maxwell previu ser possível emitir ondas de rádio, teoria que foi comprovada pelo físico alemão Heinrich Hertz, em 1888 (Maia, 1995). A partir daí, e de tecnologias como o telégrafo ou o telefone, a radiodifusão começou a ganhar forma. Em 1894 foi realizada a primeira experiência prática da propagação de ondas hertzianas, pelo jovem italiano Guglielmo Marconi que, em dezembro de 1901, captou o primeiro sinal de rádio transatlântico – entre Terra Nova (Canadá) e Poldhu (Reino Unido) (Maia, 1995). Embora a primeira emissão com palavra e música tenha sido realizada cinco anos mais tarde, a partir de Massachusetts, Maia (1995, p. 45) considera que “o grande início da rádio começou quando, a 2 de Novembro de 1920, a estação KDKA, de Pittsburgh (...) transmitiu uma reportagem sobre a eleição presidencial de Warren Harding”, cunhando a radiodifusão como um meio informativo.

No contexto português, a integração deste modelo de comunicação deu-se pela mão de curiosos, por volta de 1902 (Maia, 1995). A Armada Portuguesa viu nele um potencial meio facilitador para troca de mensagens, adquirindo em 1909 os primeiros dispositivos Marconi, instalados no Arsenal da Marinha e Vale do Zebro (Rollo & Queiroz, 2009). A primeira experiência de radiodifusão, em Portugal, só veio a acontecer em 1914, com a transmissão de um concerto de Wagner para três pessoas, providas de rádios de galena, sob iniciativa particular de Fernando de Medeiros (Sousa, 2022). Tudo isto culminou nas primeiras emissões, em 1924, do pioneiro posto emissor P1AA – Rádio Lisboa (mais tarde, denominado por CT1AA – Rádio Portugal) que, em março do ano seguinte, iniciou um trabalho regular no território nacional (Sousa, 2022). A 7 de maio de 1925, o governo determinou pela primeira vez que todos os emissores fossem silenciados, acusando-os de serem responsáveis pela difusão de notícias falsas sobre a tentativa do golpe militar de 18 de abril desse ano – a medida foi revertida três meses depois (Maia, 1995). Tendo em conta que a taxa de analfabetismo da época seria muito superior à que vivemos atualmente, compreende-se por que a rádio se conseguiu transformar num *media* de intervenção junto da população menos literata. A simplificação da linguagem não agradou

as classes altas da sociedade, devido à fuga do rigor característico da escrita (Portela, 2011). Consciente desta relação, o regime ditatorial português encontrou no setor uma plataforma propagandista e decretou, em 1930, um controlo estatal baseado no monopólio dos serviços de radiodifusão. Este foi o primeiro ato legislativo sobre o setor, que chegou a incluir artigos tão insólitos como o que o principiava: “os serviços da radiotelegrafia, radiotelefonía, radiodifusão, radiotelevisão e outros que venham a ser descobertos e que se relacionem com a radioelectricidade são monopólio do Estado em todo o território da República” (Decreto n.º 17899, 1930, p. 194). Ainda assim, esta imposição não impediu a atribuição de licenças a iniciativas privadas: a mais conhecida, em funcionamento desde 1928 sob a designação CT1DY, adaptou diversas vezes o seu nome e fixou-se como RCP em 1931 (Maia, 1995). Fundado por diversos empresários, entre os quais Jorge Botelho Moniz e Alberto Lima Basto, “o Rádio Clube Português tornou-se uma das emissoras mais relevantes no Estado Novo” (Sousa, 2022, p. 47).

No decorrer deste processo, e após diversas emissões experimentais desde 1932, a estação pública Emissora Nacional<sup>2</sup> foi inaugurada a 1 de agosto de 1935 sob a presidência do capitão Henrique Galvão (Maia, 1995) e da censura estatal. A par com a modernização, também os católicos portugueses consideraram importante criar uma estação que preenchesse as suas necessidades. A 1 de fevereiro de 1933 esta ideia foi explanada num artigo da revista *Renascença*, assinado pelo jornalista Zuzarte Mendonça, onde o próprio assumiu que “compreendem os leitores sem esforço as incalculáveis vantagens que uma estação *nossa* nos traria a todos” (Rádio Renascença, 2022a). A prontidão do jornalista Lopes da Cruz permitiu que, em maio do mesmo ano, fosse iniciado um projeto profissional de carácter católico: um processo demorado que concluiu a fase experimental no primeiro dia de 1937, dando lugar a emissões regulares a partir daí. Este só veio oficialmente a ser denominado Rádio Renascença a partir de 10 de abril de 1938 (Rádio Renascença, 2022a).

Com a II Guerra Mundial, o setor atingiu o seu auge internacional, tanto na qualidade de meio de informação como de contrainformação ou propaganda. Isto levou-o a perder destaque enquanto fonte de entretenimento para dar lugar ao que Portela (2011) chamou

---

<sup>2</sup> “A 2 de Dezembro de 1975 é determinada a nacionalização das emissoras, criando-se a Empresa Pública de Radiodifusão EP pelo Decreto-Lei n.º 674/75, que mais tarde viria a denominar-se Radiodifusão Portuguesa EP (RDP) (...)” (Maia, 1995, p. 139). Só em janeiro de 1994 é que se tornou sociedade anónima.

de «rádio-necessidade» – “a informação acelerada ajudou a reduzir o mundo a uma *aldeia*, tornando virtualmente *próximos* os acontecimentos do outro lado do globo e *íntimos* os protagonistas sociais mais relevantes” (Matta, 2005, como citado em Portela, 2011, p. 37). Esta necessidade de manter o público informado deu lugar à criação do «Diário da Emissora Nacional» que, apesar de “sensaborão, monocórdico, propagandístico e, por vezes, de difícil compreensão” (Sousa, 2022, p. 48), permitiu pela primeira vez o acesso da informação a um elevado número de cidadãos. Na década de 1940, o Secretariado Nacional de Informação passou a ser responsável pela produção de conteúdo jornalístico, para as rádios locais e regionais, devido à escassez de meios humanos e técnicos. O seu trabalho baseava-se na concentração de publicações da imprensa, que seriam anunciadas ao microfone sem qualquer adaptação textual para a oralidade. Nesse momento, os noticiários da EN começaram a explorar novos e inovadores modelos, com intervenções da população ou personalidades e a partir de entrevistas ou depoimentos (Santos, 2020). A importante adaptação da escrita para a oralidade, que implicou o encurtar das frases e a disposição de informação sintética, só veio a ser desenvolvida no nosso país nos anos 1960 por Luís Filipe Costa (no RCP). Tomando partido da fragilidade dos noticiários da emissora estatal, foi ele quem produziu blocos noticiosos com cerca de três minutos e informação elaborada pelo locutor de serviço (Sousa, 2022).

## **2.2. A Evolução da Rádio Local em Portugal**

As rádios livres – ou piratas – surgiram no final da década de 1960 e multiplicaram-se um pouco por toda a Europa, a partir de movimentos revolucionários que tentaram penetrar os monopólios estatais do setor da radiodifusão (Guattari, 2005, como citado em Portela, 2011). Nas perspectiva de Cordeiro (2010, p. 50), “um movimento de desenvolvimento da rádio como meio de proximidade”. Desprovida de preconceitos em relação a regionalismos, a rádio local caracterizou-se por acolher pessoas cuja curiosidade pelo setor as colocou atrás dos microfones. Deu a oportunidade de promover o comércio local, grupos culturais, desportivos ou de outro âmbito e permitiu uma aproximação dos poderes locais à sua população. Desta forma criou uma ligação única, de confiança entre o público e os locutores, que deixava os ouvintes confortáveis para fazer denúncias, pedidos de auxílio ou de informação e desenvolver conversas intimistas (Oliveira, 2014).

Embora a descrição até aqui elaborada não o tenha demonstrado, é um facto que o contexto português tem recebido reformas que pecam por um retrato precário e tardio. Até à revolução do 25 de abril de 1974, o domínio do setor esteve a cargo das três grandes estações supracitadas: a EN, a RCP e a RR. Com a queda do Estado Novo, e o intuito de estender às comunidades locais os direitos consagrados pela Constituição da República Portuguesa – concretamente os da liberdade de expressão, da independência e do pluralismo (Taborda & Pestana, 2023) – começaram a surgir as primeiras iniciativas de «rádios piratas».

(...) o movimento português aproxima-se do que sucedeu em Espanha (Alboredas & Bonet, 2013) e é sinónimo de um novo cenário político que considerava a liberdade de expressão. (...) Aliado a este contexto, que consideramos determinante, o fenómeno deve-se também a um desejo de acompanhar o movimento que então se criara na Europa e que se caracterizava (...) por um desejo de criar um discurso alternativo nos média ao mesmo tempo que se afirmava contra a posição dominante do Estado no setor da rádio (Bonixe, 2019, p. 39).

Numa análise sobre “As Rádios Piratas Portuguesas”, Bonixe (2019) divide o setor em dois períodos temporais: o primeiro, entre 1977 e 1984, caracterizado pelo amadorismo dos seus profissionais e a escassez de recursos técnicos; e o segundo, de 1985 a 1988, com projetos que perspetivavam uma futura legalização do sistema e reuniam em si profissionais da comunicação social. A 31 de maio de 1988, a aprovação da Lei da Rádio impôs o silenciamento de todas as emissoras piratas, com a garantia da abertura de um concurso para a distribuição de 402 frequências para estações locais e regionais (Sousa, 2022). O seu licenciamento, no ano seguinte, teve o objetivo de alargar as programações aos “interesses, problemas e modos de expressão de índole regional e local, preservar os valores das respetivas culturas, difundir informações de interesse para a área geográfica de cobertura e incentivar as relações de solidariedade entre as populações locais” (Bonixe, 2019, p. 60). O diploma deixou estabelecidos os fins concretos para o exercício da atividade radiofónica, fosse ela de âmbito local ou regional, notando que a programação se devia comprometer com os interesses da sua área de abrangência, a divulgação dos valores culturais e difusão de informações – no âmbito geográfico do seu público-alvo – e o incentivo do convívio e solidariedade entre comunidades (Lei n.º 87/88, 1988).

Resumindo, a sua legalização em Portugal resultou do reconhecimento das diversas potencialidades que a radiodifusão foi desenvolvendo, seja a partir do discurso alternativo ou da proximidade com as populações. Ainda que tenham sido efetuadas alterações à lei, desde a sua implementação, a característica de localismo foi-se perdendo com a produção de conteúdos em localidades que pouca ou nenhuma relação tinham com a zona de atuação de algumas emissoras (Taborda & Pestana, 2023). Portanto, em 1996 foram aprovadas alterações que definiram: a obrigatoriedade de conteúdos próprios, como a difusão de notícias da sua área abrangente ou o mínimo de seis horas de programação da sua autoria; a admissão da classificação de «rádio temática»<sup>3</sup>; e a permissão para as estações se associarem entre si, até três, e difundirem programação simultânea. Na sua sequência, a viragem dos séculos XX para XXI ficou marcada pelo surgimento de rádios focadas na temática musical, pela criação de cadeias informativas regionais – ou seja, noticiários produzidos em conjunto para comunidades comuns, com vista a uma rentabilização de custos – e pela cedência de publicidade institucional do Estado, até então aplicada apenas à imprensa regional (Bonixe, 2019).

Em 2006 a lei voltou a ser revista, tendo sido aplicadas quotas obrigatórias de música portuguesa, fixas entre os 25% e 40% e que geraram contestação entre os especialistas (Santos, 2006). A par dessa medida, foi igualmente imposto o mínimo de uma rádio generalista por concelho, para que fosse permitida a existência de uma temática. Esta ação deu lugar ao crescimento de solicitações para alteração de tipologia – em menos de dois anos foram aprovados dez pedidos – e a ERC manifestou preocupação, assumindo ser necessário preservar o propósito inicial da rádio local (Bonixe, 2019). As dificuldades financeiras agravavam-se num setor já fragilizado e Bonixe (2006, p. 167) notou que as emissoras subsistiam “a maior parte das vezes, com grandes dificuldades económicas, que criam constrangimentos às suas práticas, quer ao nível da programação quer no campo da informação”. Mais tarde, o mesmo autor detalhou – e atualizou – que “a média de jornalistas nas redações é de apenas 1,57 profissionais, sendo que em termos absolutos as redações oscilam em média entre 1 e 4 jornalistas” (Bonixe, 2019, p. 101). Com esta nota é compreensível que a escassez de profissionais, nas estações locais, tenha conduzido as emissoras a uma linha editorial simplificada. Porém, não se confirmou um desinteresse

---

<sup>3</sup> São considerados “serviços temáticos os que apresentam um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros radiofónicos específicos, tais como o musical, informativo ou outro, ou os que sejam dirigidos preferencialmente a determinados segmentos do público.” (ERC, 2022, p. 108)

do público por este tipo de conteúdo radiofónico. Conheça-se, por exemplo, o estudo analisado no artigo “Resiliência e crise – a rádio portuguesa na pandemia do novo coronavírus”, dirigido a jornalistas de rádios portuguesas, em que “82,1% dos respondentes consideraram que a importância da informação radiofónica para os ouvintes aumentou entre março e maio de 2020 (...) [devido] ao facto de a rádio continuar a representar uma fonte de informação credível para os indivíduos” (Bonixe, 2021, p. 85).

O novo milénio trouxe consigo uma nova dinâmica para a difusão de conteúdos, que as emissoras encararam como desafiante: a *internet*. À semelhança do que aconteceu com o surgimento da televisão, depressa a rádio se demarcou na sociedade civil com “a imediatidade, o baixo custo, ou a mobilidade” (Santos, 2014, p. 102) que a caracterizam. Sabendo que “num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras” (Chantler & Harris, 1998, p. 21), devido à proximidade com os protagonistas das notícias, os *media* digitais vieram permitir que noticiários, entrevistas ou rubricas fossem recuperados a qualquer momento. Deste modo, as plataformas digitais acabaram por beneficiar as pequenas emissoras, tratando-se “de um caminho viável para o renascimento da rádio local e da criação de laços de proximidade para com as comunidades locais” (Bonixe, 2015, p. 31).

### **2.3. A Proximidade na Era da Globalização**

Midões (2023, p. 101) identificou Straubhar (2003) como sendo o autor pioneiro da “definição do conceito de proximidade cultural através dos *media*, quando verificou a existência de uma tendência para preferir conteúdos relacionados com uma cultura específica do indivíduo ou com culturas bastante similares”. Esta noção apresenta uma relação democrática, que se pode dividir entre duas vertentes: seja [1] focando e estabelecendo uma ponte entre os acontecimentos e os seus públicos ou comunidades alvo; seja [2] a partir do distanciamento da promoção dos interesses locais, seguindo um ideal pré-modernista de comunidade. Assim, “o público passa a ser entendido como forma de agrupar em função da controvérsia acerca de um problema de interesse comum” (Correia, 2023, p. 36).

De acordo com Taborda & Pestana (2023), a ERC acredita que devem ser as próprias comunidades locais a avaliar o modelo para o qual as emissoras precisam de se ajustar,

em alternativa ao atual contexto de radiodifusão. Esta discussão é pertinente, sobretudo no contexto digital em que os “espaços virtuais assumiram um papel essencial na vida coletiva da sociedade, desenhando uma estrutura do saber, da comunicação e da informação” (Midões, 2023, p. 102). Foram eles que abriram caminho às rádios comunitárias<sup>4</sup>: as primeiras surgiram no início do século XXI, em contextos académicos, mas rapidamente o espectro foi alargado a projetos sociais que pretendiam disponibilizar um lugar para grupos específicos (ou de nicho). Como nota Midões (2023), em *Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade*, apesar da realidade portuguesa ainda não ter reconhecido estes projetos comunitários, há esforços por parte da União Europeia e da UNESCO para a implementação de legislação e apoios a estas emissoras. Contrastando com os *legacy media* nacionais, como sugere Carpentier (2017), estes projetos permitem tanto uma participação social como uma interação do público a partir dos seus conteúdos. Nesse sentido, Midões (2023) considera pertinente avaliar a radiodifusão local portuguesa – concretamente as emissoras que mantêm o ideal de proximidade, alheias ao conceito de cadeias de rádio ou *playlists* musicais – propondo que estes *media* possam ser considerados projetos comunitários.

Muito embora a definição de comunicação social local ou regional esteja associada a um conteúdo editorial, definido por uma fração geográfica concreta (Camponez, 2002), Taborda & Pestana (2023) consideram que a perda do localismo radiofónico adveio das alterações à Lei da Rádio, em 2010. A crescente criação de cadeias de rádio e a permissão para alteração da tipologia dos projetos – de generalistas para temático musicais – resultou numa redução dos recursos humanos e, conseqüentemente, afetou as redações jornalísticas de modo significativo. Numa entrevista para o relatório *A Rádio Local na Sociedade Portuguesa*, Madalena Oliveira considerou que o setor reside atualmente na ambigüidade:

(...) é um meio muito importante para conferir valor àquilo que é o ambiente acústico em que nos inscrevemos, às nossas memórias sonoras, porque dá acesso à voz de determinadas comunidades, porque regista músicas e sons característicos, quer por trabalhos mais ligados ao entretenimento, quer mais ligados à

---

<sup>4</sup> Iniciativas sem fins lucrativos, formadas por grupos de cidadãos que participam ativamente na sua gestão, com o objetivo de dar voz a minorias, salvaguardando os interesses locais, a diversidade cultural e o desenvolvimento local. (Midões, 2023)

informação... mas aquilo que faz é efêmero (Oliveira, *in* Taborda & Pestana, 2023, p. 11).

Questionados neste documento da ERC, os diversos especialistas entendem que a salvaguarda do setor deve passar por políticas de incentivo à proximidade com as comunidades, ou a sua integração na construção de conteúdos. São exemplo disso as possíveis parcerias entre emissoras e instituições, ou mesmo a criação de projetos inseridos em âmbito escolar. O objetivo destas atividades foca-se numa procura constante de renovar o público e a futura classe profissional, destas estações (Taborda & Pestana, 2023). Para tal, também é importante considerar a literacia mediática<sup>5</sup> da população, destacando a agilidade do setor e a sua capacidade para acompanhar as tendências socioculturais. A aplicação deste conceito deve ter em conta, sobretudo, que o retrato da rádio, do século XXI, passa pelo acompanhamento da inovação tecnológica a par com o seu público. Entre diversas valências, a *internet* quebrou fronteiras e contribuiu para que os emigrantes mantivessem uma ligação direta com as suas origens: ainda que distantes, podiam continuar informados acerca dos acontecimentos locais (Ricarte & Ramos, 2023). Este fundamento sustenta-se na teoria de Cardoso et al. (2016), que fundem três conceitos – «digital», «mobilidade» e «personalização de conteúdos» – para notar que a prioridade “não será a plataforma tecnológica em si mesma, mas sim o seu conteúdo intrínseco – de qualidade e adaptado aos diferentes públicos e diferentes tecnologias” (p. 218). Existe, no entanto, uma diferença entre a digitalização dos *mass media* e o conceito dos novos *media*: os primeiros apresentam uma tendência para replicar a linguagem do seu suporte tradicional no meio *online* (Vicente, 2017); enquanto os segundos recorrem aos suportes digitais, como plataforma principal, para a distribuição dos seus conteúdos. Nas palavras de Cordeiro (2011, p. 126), “o financiamento da rádio, na era digital, continua a ser, acima de tudo, criatividade: esta não diz respeito apenas à criação publicitária, mas principalmente à forma criativa como o mercado pode ser abordado”. Até porque a publicidade digital, baseada em métricas projetadas à escala global, pode dificultar a atuação de um meio de comunicação local (Ricarte & Ramos, 2023). Contudo, é importante o setor manter a função de «desenvolvimento local» que, na perspetiva dos

---

<sup>5</sup> Conceito associado à atividade cívica, que habilita a sociedade para a sua participação em contextos mediáticos, servindo de contributo para a agenda social – “que não se restringe à aprendizagem técnica mas que apela à necessidade de um maior dinamismo interpretativo nos processos de constituição de sentido.” (Correia, 2002, p. 1)

especialistas, é fundamental para reforçar a relação com o tecido económico, como estruturas associativas, escolares, entre outras (Taborda & Pestana, 2023). Em suma, o modelo de negócio da radiodifusão local tem sido permanentemente renovado, apesar de Cordeiro (2011) ter entendido que este processo deve integrar instituições locais e aquelas com que as emissoras se relacionam.

Na perspetiva de Luís Bonixe, outro dos problemas do setor pode residir no excesso de licenças atribuídas em certas localidades, presumindo que o mercado publicitário possa não ser vasto o suficiente para manter a sustentabilidade das estações locais: “o Portugal de hoje não é o mesmo de há 30 anos. Se há 30 anos se entendeu que um determinado concelho ia ter duas frequências locais, se calhar hoje isto já não faz sentido” (Bonixe, *in* Taborda & Pestana, 2023, p. 17). Observando os dados dos Censos 2021, é possível compreender o ponto de vista do investigador: a população tem apresentado uma tendência para o envelhecimento, sendo que “os idosos são cada vez mais e os jovens cada vez menos. Em termos numéricos, e segundo este recenseamento, há 182 idosos por cada 100 jovens” (Ricarte & Ramos, 2023, p. 168). Assim, e à semelhança do que afirma Midões (2023, p. 112), a generalidade dos especialistas considera que “a atual lei da rádio não serve o contexto atual de radiodifusão português e é evidente a necessidade de repensar o setor da rádio em Portugal”. Até porque a produção de conteúdo geograficamente pertinente para uma comunidade local pode promover um crescimento dos modelos de negócio emergentes, permitindo às estações locais uma diferenciação entre si (Cardoso et al., 2016) e que não depende apenas do setor.

#### **2.4. O Jornalismo na Radiodifusão Local**

De um modo geral, e no contexto nacional, o jornalismo tem conseguido acompanhar os paradigmas ocidentais, embora o regime ditatorial – de 1926 a 1974 – tenha influenciado o retrocesso da livre expressão. Apesar do cenário de repressão com que este período é geralmente retratado, Sousa (2022) sublinhou que, por outro lado, também esses tempos trouxeram conquistas:

Foi durante o Estado Novo que o jornalismo português conquistou a rádio – em grande medida por causa da criação da Emissora Nacional pelo regime – e a televisão (com a RTP). Foi também durante o Estado Novo que os jornalistas

portugueses se profissionalizaram, devido à legislação regulamentadora do trabalho promulgada pelo regime, que conduziu à criação do Sindicato Nacional de Jornalistas (Sousa, 2022, p. 278).

Sabendo que as valências desta época eram limitadas, é evidente que a livre prática do jornalismo só foi possível após o 25 de abril de 1974. Assim, a radiodifusão local converteu-se num privilégio para as populações que, embora não sabendo ler, se podiam manter a par das notícias da sua região. A informação de proximidade – ou informação local – é um conceito amplo, no campo das ciências da comunicação. De acordo com Camponez (2002), este remete para uma questão territorial que desvanece quando são abordados temas como a “difusão e cobertura; a vocação e intencionalidade da publicação; o tratamento dado aos conteúdos; a percepção do jornal sobre o leitor; e a relação com as fontes de informação institucionais” (p. 109). Quer isto dizer que, com a evolução da tecnologia, a necessidade de adaptação dos *media* tradicionais e o surgimento dos novos *media*, a «proximidade» deixou de se cingir a um território, abrindo espaço para a temporal (diferença entre o consumo da informação e o momento do seu acontecimento), a psicoafetiva (ao encontro dos valores do consumidor) e a social (associada à família, profissão, classe social, entre outras). Já seria a isto que Dijk (1990) se referia, quando detalhou que ela se dividia entre proximidade ideológica – resultado de uma concordância comum – e local – que pressupõe relevância, a partir de uma experiência pessoal ou coletiva (sobre uma cidade, concelho, país ou continente). Com uma opinião semelhante, Jerónimo (2015) e Correia (2023) alertam que a dependência deste jornalismo para com as agendas institucionais, autárquicas ou até mesmo de obsessão bairrista, pode resultar num problema de definição face aos ideais éticos da classe profissional. Sendo a independência um dos valores do jornalismo, pressupõe-se que os seus técnicos (e especificamente num contexto de proximidade) apresentem a “capacidade de estabelecer uma distância reflexiva” (Correia, 2023, p. 39), manifestando isenção de opinião relativamente ao acontecimento noticiado.

Não deixa de ser curiosa a estreita relação que a radiodifusão local portuguesa tem com o jornalismo (Bonixe, 2019), apresentando-se como um *media* fundamental, baseado na «palavra falada» e que desde cedo, conforme já identificamos, permitiu atingir o público menos literato, dando “ouvido não apenas [à] notícia do fim da rua mas também a música mais popular” (Oliveira, 2014, p. 80). Entre as conclusões dos especialistas, entrevistados

por Tabora & Pestana (2023), é consensual que a informação seja a função mais relevante da rádio. Ainda assim, a ERC ressalva que “informação significa não só valorizar conteúdos informativos de natureza jornalística quanto de natureza utilitária” (Tabora & Pestana, 2023, p. 9). Entre os diversos projetos que foram surgindo desta relação, aquele que tomou maior relevância foi a TSF – Rádio Notícias. Embora a sua criação remonte ao ano de 1981, a primeira emissão «pirata» só foi para o ar três anos depois – com a presença do então Presidente da República, Ramalho Eanes – e a primeira após a atribuição de alvarás aconteceu a 29 de fevereiro de 1989. Meneses (2003) explicou que o radiojornalismo ficou marcado por um antes e um depois do surgimento da TSF, porque o conceito de imediatismo informativo tomou o lugar do carácter lúdico a que o público se tinha habituado. Outro aspeto, referido pelo mesmo autor, nota que existe uma incompatibilidade entre a linguagem radiofónica e a da imprensa, assumindo “que quanto melhor for o texto de rádio mais ilógico se torna para um jornal” (Meneses, 2003, p. 16).

Ao contrário do que se verificou no final dos anos 1980, Bonixe (2015) considera haver atualmente um menor espaço dedicado ao jornalismo, nas rádios locais portuguesas, consequência da crise dos anos 2010. Ela afetou os conceitos fundadores destas emissoras (democrática, alternativa e proximidade) pelo fecho, venda ou mudança de formatos, quando se viram com dificuldades de atuação no mercado publicitário (Bonixe, 2019). Se, por um lado, Berry (2006) já teria comentado a necessidade de problematizar o estado da arte da rádio – procurando saber o que pretendiam ouvir os novos públicos, que impacto teria a digitalização do setor e de que forma as emissoras poderiam enfrentar os seus contratempos – por outro lado, a *internet* possibilitou que se ultrapassassem as barreiras impostas pelas ondas hertzianas. Esta globalização permitiu que as emissoras potenciassessem, por exemplo, “a sua dimensão de proximidade criando espaços de programação e informação dirigidas para a comunidade emigrante” (Bonixe, 2019, p. 116). A evolução do *streaming* contribuiu para a qualidade do produto radiofónico, acompanhando a fragmentação das audiências e admitindo que as emissoras se multipliquem por diversos espaços virtuais – nas palavras de Cordeiro (2011, p. 118), “o conceito de receptor é substituído pelo de indivíduo consumidor, num sistema em que a comunicação mediática funciona ela própria num mercado livre de produção e consumo”. No sentido oposto ao esperado, mesmo com os avanços tecnológicos dos últimos anos, o jornalismo tem-se vindo a caracterizar pela evidente precariedade do setor, que Pereira

(2020) associa a uma crise na relação entre as estações e as novas fórmulas de mediação. Isto é visível nos dados apresentados pelo *Digital News Report Portugal 2023* (Cardoso et al., 2023), onde consta que cerca de sete em cada dez portugueses assume uma preocupação face ao que é real ou falso, nos meios digitais. No fundo, é necessário promover uma filtragem de conteúdos – capacidade habitualmente atribuída às redações jornalísticas – sabendo que o mesmo estudo revela que “38,0% dos respondentes concordam que receber histórias selecionadas para si por editores ou jornalistas é positivo” (Cardoso et al., 2023, p. 16).

## 2.5. A Pertinência do Espaço Virtual

A evolução da rádio tem sido pautada pela sua resistência às adversidades e adaptação à inovação. A sua adesão aos meios digitais tem permitido ao público um consumo *multitasking* – sobrepondo tarefas ou atividades à escuta radiofónica – e multicontexto – num dispositivo fixo ou móvel, de modo *offline* ou *online* (Cardoso et al., 2016). Atenta a estas alterações do contexto virtual, e numa tentativa de amplificar as audiências das emissoras em território nacional, a Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR) promoveu em 2005 o projeto ROLI<sup>6</sup> (ERC, 2007). A sua pertinência mostrou-se indiscutível e o seu sucesso foi confirmado pela longevidade do projeto que, até junho de 2025, apresentava 94 estações registadas. No capítulo “Rádio, Tendências e Prospetivas”, da obra *Modelos de Negócio e Comunicação Social*, os seus autores destacam dois fatores que consideram ter moldado o setor:

Um primeiro fator (de natureza técnica) é a noção de rádio trans-hertziana. (...) Por um lado, novos sistemas de produção apenas em parte substituem os tradicionais. Por outro, as novas tecnologias potenciam muitas vezes recursos antigos (...). Esta versatilidade multiplataforma é um atributo que favorece a sua permanência num terreno tecnológico (...). Um segundo fator (de natureza sociológica) é a emergência do indivíduo-em-rede. (...) Os indivíduos não são “ilhas informacionais”, mas antes elementos de “arquipélagos comunicacionais” (Cardoso et al., 2016, pp. 193-194).

---

<sup>6</sup> Programa cofinanciado pela União Europeia, com o objetivo de disponibilizar a emissão das rádios portuguesas na *internet*. Em 2007, a plataforma registava 195 serviços radiofónicos (ERC, 2007).

Portela (2011) notou que a importância dos *media* se relaciona diretamente com as audiências, pois elas são imprescindíveis para o exercício da participação cívica. Com um papel central no cotidiano da sociedade civil, as plataformas digitais – estruturadas pelo saber, pela comunicação e pela informação (Midões, 2023) – foram tomando relevância no setor comercial. A facilidade na monitorização de consumos e o impacto do produto junto dos consumidores são alguns dos motivos: os conteúdos antes considerados demasiado alternativos para os *legacy media* têm, agora, a oportunidade de estabelecer a sua comunidade (Cardoso, et al., 2016). Aproveitando isso, o jornalismo móvel<sup>7</sup> integrou uma noção de *transmedia*, onde a mensagem se adapta aos formatos de cada plataforma e possibilita a participação do público (Duarte, 2020). Em contrapartida, Ramos & Torre (2023) sublinham que o grande obstáculo do jornalismo de proximidade, na *internet*, reside no monopólio de empresas como a Google ou a Meta: elas baseiam a sua receita em cliques e visualizações, aproveitando os conteúdos dos *legacy media*. Com a diminuição das audiências e a fuga publicitária para as plataformas digitais, o tema da sustentabilidade económica tem vindo a ser debatido na praça pública, com apelos à consciencialização das adversidades que o jornalismo tem enfrentado. Exemplo disso são as diversas intervenções sobre o setor português e a programação desenvolvida em torno do tema, que se foram intensificando a partir de 2023 na sequência do caso mediático do grupo Global Media – a dispensa de 150 a 200 profissionais (Expresso, 2023).

Numa índole nacional, apesar dos estudos indicarem que “a rádio enquanto fonte informativa continua a chegar a cerca de um terço dos portugueses” (Cardoso et al., 2023, p. 91), o consumo de notícias nas redes sociais tem aumentado – veja-se que, em 2023, 43% dos jovens portugueses na faixa etária dos 18 aos 24 anos se informava através do Instagram. A escassa investigação sobre as rádios portuguesas de proximidade não permite compreender o verdadeiro impacto do setor junto do seu público. Porém, o *Digital News Report 2023* (Cardoso et al., 2023) aponta que nos tópicos que os portugueses menos evitam estão as «notícias locais ou regionais». Nesse sentido, os contributos tecnológicos devem ser encarados como uma necessidade urgente perante a crise jornalística: uma das soluções pode passar pelo alargamento das audiências até às comunidades emigrantes (Taborda & Pestana, 2023) ou às camadas mais jovens, a partir da metamorfose dos *media*. As movimentações geracionais são pertinentes porque, no

---

<sup>7</sup> Instituído na década de 2010, é caracterizado por um espaço noticioso, capacitado para uma habituação de consumo multiplataforma (Duarte, 2020).

contexto da digitalização, os modelos de consumo mantêm uma constante mutação (coexistindo em função da multiplicidade de canais ou das opções de conteúdos) e assistem a fórmulas inovadoras na comunicação de *marketing* – “ouvintes de rádio manifestam interesse por conteúdos novos e interactivos, que lhes permitam fazer parte da história” (Cordeiro, 2011, p. 121). Dito isto, Cardoso et al. (2016) identificam três estratégias para abordar as novas linguagens comunicacionais, que podem funcionar em simultâneo numa só rádio: *narrowcasting* ou hiper-segmentação, que apresenta uma elevada especialização na ligação às audiências, abrindo um espaço à construção e participação do público na edição de conteúdos; *drone station* ou rádios automáticas, onde os conteúdos são personalizados e baseados na monitorização dos ouvintes; e *cloud radio*, onde a especialização dos aparelhos passa para segundo plano, diluindo-se na paisagem tecnológica.

## **2.6. A Nova Sonoridade dos *Media***

Teoricamente, a cobertura da diáspora portuguesa e o contorno das barreiras geográficas já vem a ser desenvolvido pelos *legacy media*, com a exportação das publicações ou, no caso da rádio, desde 1920 com a transmissão em onda curta (Cordeiro, 2010). Ferreira (2003, p. 37) assumiu que “a partir do momento em que as fronteiras geográficas tradicionais se tornaram permeáveis à penetração da informação tecnologicamente mediatizada, assistimos à aceleração do processo de redefinição de novas formas de sociabilidade”. Paiva & Morais (2020) confirmam isso mesmo, observando que a revolução tecnológica tem adaptado novos hábitos de consumo e de interesse a partir de “novos conteúdos de áudio para ouvir de formas distintas, quase sempre através dos *smarphones* (...) e frequentemente com recurso a *headphones*, numa experiência de consumo cada vez mais individualizada, móvel e personalizada” (p. 141). No seguimento do que temos vindo a evidenciar neste enquadramento teórico, a *internet* deu origem a uma globalização que permitiu à rádio ajustar audiências e critérios de segmentação. De acordo com Cordeiro (2010), esta convergência dos *media* – introduzida por Jenkins (2006) – permitiu, de algum modo, que o setor da radiodifusão acrescentasse novos instrumentos às tradicionais ferramentas, como o telefone, e permitisse uma rápida interação com os profissionais por mensagem, *e-mail* ou redes sociais.

Ainda no âmbito das novas tecnologias, também os *podcasts* tiveram um papel relevante. Definidos como ficheiros áudio com presença digital, possibilitam a escuta *online* ou a transferência para um dispositivo pessoal (como o computador ou telemóvel) e apresentam-se como serviços intuitivos e económicos – quer para os produtores, quer para os utilizadores (Santos et al., 2022). Eles permitem uma gestão individual dos consumos e servem de complemento à emissão linear das rádios a partir da digitalização dos conteúdos nas plataformas agregadoras ou repositórios *on-demand* (Portela, 2011) e, mais recentemente, de uma produção própria para o consumo digital (Martins & Vieira, 2021). O aumento da procura destes serviços, por parte do público, concedeu uma atenção especial dos *media* às plataformas de *streaming*, incentivando-os a produzir os seus próprios conteúdos que, sem expressão na grelha de programação, são procurados por um nicho de pessoas (Paiva & Morais, 2020). O relatório publicado em 2022, pelo Observatório de Comunicação (OberCom) – *Podcasting. Produção, distribuição e consumo em Portugal* – salienta que este novo *media* se apresenta como um fenómeno, para o consumo de informação digital, sendo evidente um crescimento expressivo desde 2019 (Cardoso et al., 2022). Isto confirma a continuidade do poder do áudio e uma consequente possibilidade de reinvenção na radiodifusão, reforçando que os *podcasts* não devem ser considerados concorrentes do setor, mas antes, sim, um serviço complementar ao mesmo (Paiva & Morais, 2020). A esta noção deve ser igualmente associada a necessidade de promover um mercado com capacidade para incentivar o surgimento de produtoras independentes, numa altura em que o *podcast* ainda está fortemente dependente da digitalização de conteúdos dos *legacy media* (Miranda et al., 2021) – uma posição sustentada por outros investigadores:

Interactiva por natureza, a rádio explora actualmente um novo sistema de comunicação. Conjuga a emissão hertziana com plataformas digitais, onde apresenta elementos que contrariam a instantaneidade da rádio e favorecem o desenvolvimento do arquivo sonoro da estação, para ser consultado de acordo com a disponibilidade da audiência (Cordeiro, 2010, p. 71).

O elevado ritmo de desenvolvimento do *podcasting* caracterizou-o como um meio de expressão individual – isto é, direcionado para comunidades específicas – e proporcionou às emissoras radiofónicas a possibilidade de criar canais alternativos para os seus conteúdos, sedimentando a relação entre a estação e a audiência (Cordeiro, 2010). E se

estas plataformas não se devem dissociar das rádios, por também basearem o seu produto no consumo auditivo, Sterne et al. (2008) reforçaram que os *podcasts* são um recurso alternativo ao *broadcasting* e capacitado a produzir conteúdos em contextos informativos, científicos ou educacionais. Tanto a radiodifusão como o jornalismo se podem enquadrar neste modelo sonoro, tirando partido da convergência dos *media* para testar novos formatos ou dinâmicas interativas (Miranda et al., 2021). No contexto português, a estação pública Antena 1 é um exemplo que integra na sua grelha de programação diversos conteúdos, distribuídos por diferentes serviços de *streaming*. Entre eles, o programa «Cinco à Quinta» adota o modelo *narrowcasting* de uma forma curiosa: rotativamente, a cada quinta-feira, uma de cinco personalidades fica responsável por conduzir um espaço que lhe permite abordar os temas e receber os convidados que considera pertinentes. O favoritismo do público por determinadas temáticas ou personalidades pode definir a audiência deste conteúdo, pelo que a sua presença digital se mostra fundamental. Num sentido menos convencional, o projeto Fumaça enquadra-se naquilo que Cwynar (2019) designa de *reality podcast*: uma série de programas com recurso a uma abordagem jornalística, que documentam processos do quotidiano e envolvem os participantes através do sentido auditivo. O sucesso deste género jornalístico pode revelar-se pertinente junto das audiências mais jovens, a partir de uma redefinição do discurso que não prejudique a qualidade do seu conteúdo, e das redes sociais, que devem ser encaradas como plataformas úteis à divulgação ou contacto com os ouvintes (Santos et al., 2022).

Atualmente, e segundo o *Digital News Report 2023*, o panorama de escuta nacional denota uma prevalência da adesão a estes serviços nas gerações mais novas, sendo que “60,8% dos jovens entre os 18 e os 24 anos escutaram algum podcast no mês anterior” (Cardoso et al., 2023, p. 28). Estes números decrescem à medida que a faixa etária sobe, sustentando a teoria de Portela (2011): é possível que os *podcasts* se transformem em concorrência, para as emissoras radiofónicas, caso sejam produzidos em condições equiparadas aos meios técnicos do setor e atraiam ou fidelizem a audiência, focando-se em nichos sociais ou culturais.

### 3. Enquadramento Contextual

As emissoras locais, que em tempos proliferaram pelo território nacional, têm vindo a extinguir-se desde os anos 2010 a partir da sua venda, encerramento ou alteração do propósito inicial do projeto – por exemplo, reduzindo a sua emissão a uma *playlist* musical. Ainda que o artigo 12.º da Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, 2010) determine como fins da atividade radiofónica o contributo para a informação, formação e entretenimento do público, isto não basta para salvaguardar a qualidade do jornalismo de proximidade no setor. Como tal, tem-se verificado uma redução nos conteúdos informativos das grelhas de programação, consequência do baixo número de profissionais que as redações recrutam (Bonixe, 2019). A partir daqui, é proposto o desenvolvimento de um programa de rádio que procure debater a atualidade sociopolítica de um território. O produto enquadra-se no género radiofónico informativo se considerarmos que, como explica a ERC (2018, p. 403), este grupo reúne “programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade”. Assim, e atendendo às alterações nos hábitos de escuta ou de participação atuais da sociedade, a convergência dos *media* pode criar condições para responder a esses desafios.

A estação definida para a execução do projeto é a rádio Benedita FM, localizada no concelho de Alcobaça (vila de Benedita). Esta empresa privada tem por objetivo contribuir para o desenvolvimento sociocultural da região centro Oeste. De acordo com o seu Estatuto Editorial, baseia a sua atividade numa programação radiofónica isenta, objetiva e rigorosa, focando-se em temáticas e acontecimentos locais ou nacionais (Benedita FM, 2023). Priorizando a difusão de cultura e música portuguesas, esta estação promove o “diálogo, informação, divulgação, discussão e esclarecimento, através do tratamento nas suas emissões de temas de interesse social, cultural e desportivo de âmbito local” (Benedita FM, 2023). Ela presta um serviço de utilidade pública, que abrange a região centro Oeste e parte do Ribatejo, transmitindo pela frequência 88.1 MHz ou através da emissão *online* (disponível no *website* e na *app* da emissora). Apesar de atualmente esta rádio não apresentar espaços de debate na sua grelha de programação, no passado foram produzidos programas que adotaram um formato semelhante ao deste projeto. Tal como eles, também este produto segue a linha editorial da emissora beneditense e tenciona suscitar uma discussão pública, entre a população, em torno das temáticas sociopolíticas relacionadas com a geografia em que se insere.

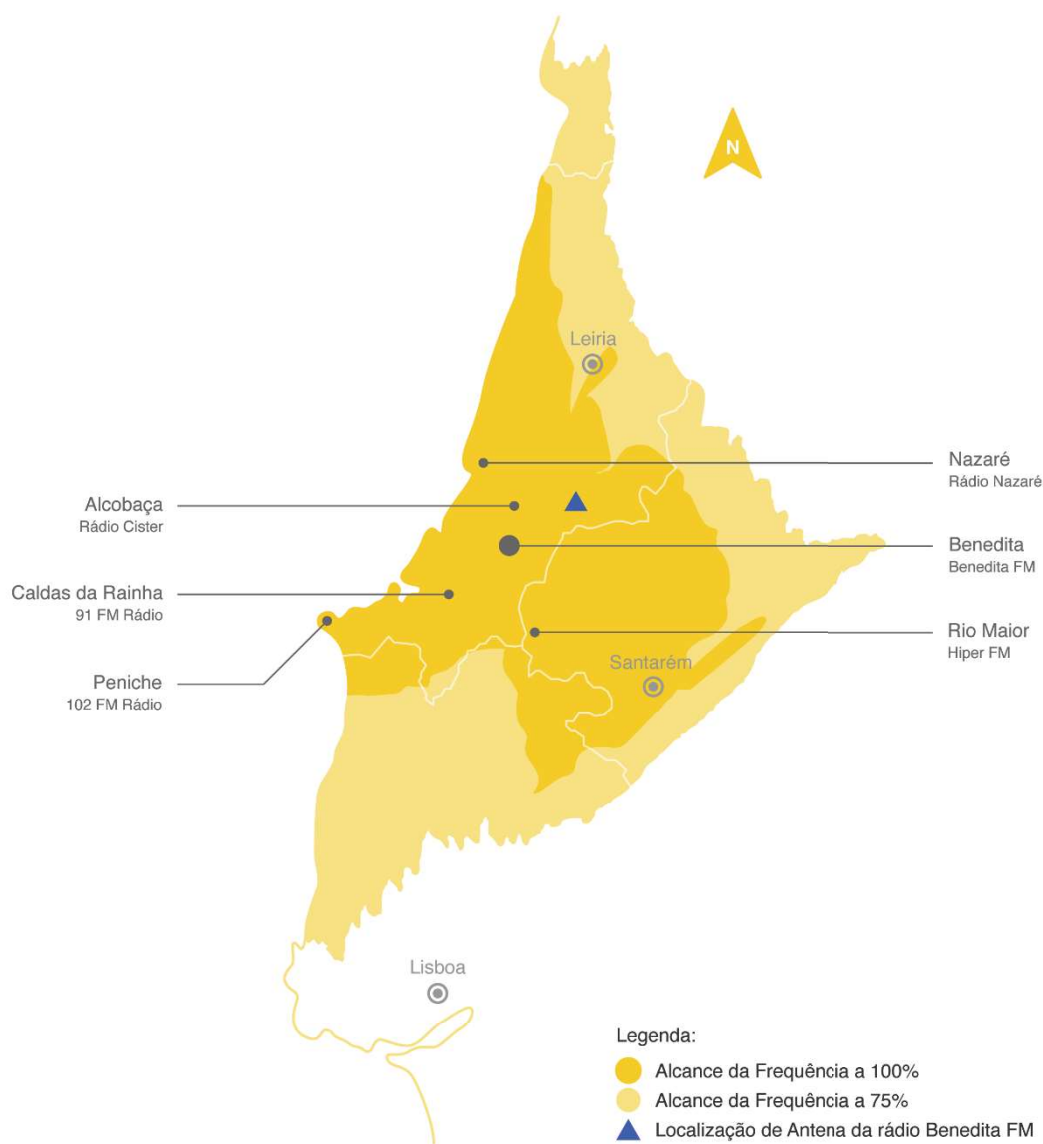
Na sua área de cobertura existem outras 28 estações, locais ou nacionais. Com o objetivo de identificar a presença da informação de proximidade nesta região – pontos fortes, limitações e necessidades – será pertinente caracterizar as grelhas de programação das emissoras. Tomando a Benedita FM como ponto de referência, são identificadas as cinco mais próximas:

- A Rádio Nazaré, localizada no concelho nazareno, está registada na ERC como generalista (deliberação 66/LIC-R/2009, 2009). Emite a partir dos 100.6 MHz e assume-se “orientada para a população em geral (...) tanto em termos musicais como temáticos” (Rádio Nazaré, 2024);
- A Rádio Cister, localizada na cidade de Alcobaça, está registada na ERC como generalista e a emissão está alojada nos 95.5 MHz (deliberação ERC/2024/270, 2024). Com uma cobertura sobre a região Centro, a estação ainda menciona deter uma microcobertura a emitir para as zonas de São Martinho do Porto e Alfeizerão, nos 102.5 MHz (Rádio Cister, 2024);
- A 91 FM Rádio, sucessora da Rádio Litoral Oeste (Jornal das Caldas, 2016), tem os seus estúdios em Caldas da Rainha e o emissor em Óbidos. Está registada na ERC como generalista, emite nos 91.0 MHz e dedica-se “a informar e entreter as populações” entre os concelhos de Nazaré e Cadaval (91 FM, 2025);
- A 102 FM Rádio, localizada no concelho de Peniche, está registada na ERC como generalista (deliberação 2811/2000, 2000). Detentora da frequência 102.0 MHz, assume “uma presença forte na Região Oeste de Portugal” (102 FM, 2025);
- A Hiper FM, localizada no concelho de Rio Maior, é a única destas rádios que se direciona para a faixa etária entre os 15 e os 34 anos. Está registada na ERC como generalista e emite através dos 104.6 MHz, registando valores de escuta expressivos no Litoral Centro (Hiper FM, 2025).

Todas elas partilham entre si o facto de serem generalistas, embora abordem a região de modos distintos. Para facilitar a sua localização geográfica, de seguida é apresentada uma figura que representa o alcance da frequência da Benedita FM e identifica as estações em análise, neste documento.

## Figura 1

Mapa representativo de cobertura da frequência da rádio Benedita FM, 2024



Fonte. Elaboração própria

Metodologicamente este trabalho inclui uma etapa dedicada à análise contextual, que será abordada mais à frente, quer no que respeita ao contexto geográfico em que a Benedita FM se insere (ilustrado na Figura 1) como no mapeamento de projetos digitais e idênticos ao que aqui se apresenta. Em resposta à transição do público para os meios digitais, é relevante observar alguns conteúdos que explorem o diálogo social (sobre diferentes formas ou formatos) e como são distribuídos *online*.

### 3.1. Objetivos da Intervenção

Pressupondo que a informação de proximidade é relevante para uma comunidade específica, o objetivo principal deste projeto concentra-se no desenvolvimento de um programa de rádio (para debates relacionados com a atualidade local) que sirva de ponte entre a agenda mediática da região e a comunidade beneditense. Partindo deste ponto, procuramos promover uma participação democrática, valorizar a discussão de temáticas relacionadas com a região Oeste, alcançar o público interessado por esta área geográfica e incentivar o desenvolvimento cívico da população (a partir de debates sociopolíticos). A pertinência deste produto é justificada pelas alterações nos hábitos de escuta e de participação, bem como pela necessidade de reforçar a oferta informativa no contexto da rádio Benedita FM. Assim, este programa visa atingir uma maior aproximação entre a estação e a comunidade, explorando a convergência dos *media* – emissão em antena, distribuição em *podcast* e promoção nas redes sociais.

Num primeiro momento é importante compreender o panorama da radiodifusão desta região e, sobretudo, a relevância que a informação de proximidade tem nas suas grelhas de programação. Tendo em conta que elas não estão disponíveis para consulta pública, deve ser realizada uma escuta integral das transmissões que identifique a diversidade de conteúdos que cada estação adota. Com a crescente digitalização, importa também compreender os modelos de projetos informativos que estejam disponíveis *online*, uma vez que eles introduzem lógicas de proximidade distintas das rádios locais: enquanto as emissoras se limitam à proximidade geográfica, os conteúdos digitais podem criar laços com a sociedade a partir dos conceitos propostos por Camponez (2002) – temporal, psicoafectiva ou social. Desta forma pretendemos observar o modo como estas iniciativas são estruturadas, a sua relação com o auditório e a sua multiplicação pelas plataformas digitais. Atendendo à acessibilidade e flexibilidade nos consumos, aos baixos custos ou à possibilidade de adotarem uma interação bidirecional (Meneses, 2003), estas redes *online* permitem promover o debate com a sociedade por via direta e de forma abrangente. No fundo, a utilização destas plataformas – como Facebook ou YouTube – visa estimular tanto a comunidade local (e dos residentes da diáspora) como outros cidadãos interessados pela zona Oeste (turistas ou empresários). Assim, com o propósito de captar uma audiência ligada a esta região, é viável gerar uma discussão em torno dos temas abordados pelos seus meios de comunicação locais e que se adapte aos novos *media*.

Outro dos objetivos passa por promover a participação e interação entre a comunidade beneditense (via *online* ou *offline*), tirando partido de uma proximidade territorial e psicoafetiva. Servindo de «ponte» entre a população e o jornalismo de proximidade, este projeto implica reforçar a coesão social e estimular a participação ativa dos cidadãos, algo em que as plataformas digitais (como o *streaming* ou as redes sociais) também podem ser úteis. Ainda que uma das suas prioridades passe pela promoção da agenda mediática regional, isso não significa que devam ser excluídos outros temas. A criação de um espaço plural e focado na informação local tem potencial para corresponder aos interesses do público mas, por vezes, aqueles que são considerados assuntos nacionais também podem incorporar um sentido local. Tomemos, por exemplo, «que impactos têm as alterações climáticas no concelho de Alcobaça?»: apesar do conceito desta questão ultrapassar fronteiras geográficas, ela aplica um teor localista e justifica a pertinência da sua discussão. Este diagnóstico permite identificar o que está a ser desenvolvido e em que moldes, sustentando algumas das opções tomadas na estrutura e execução do projeto.

Sabendo que a informação local ou regional é um dos conteúdos que os portugueses menos evitam (Cardoso et al., 2023), o projeto que aqui se apresenta procura apoiar o desenvolvimento cívico da comunidade em que se insere. Isso tanto pode passar pela habituação do público, estabelecendo uma rotina e evitando que a programação se torne inconstante, como pela presença nos contextos digitais. A distribuição do programa nos canais *online* abre uma janela de oportunidades para que o debate não se limite a uma área geográfica e permita captar os internautas (que se identifiquem com este género de conteúdos) ou os migrantes (desde a diáspora até aqueles que se mudaram para a região). Tendo por base os dados recolhidos, desde o enquadramento teórico à análise do contexto, são considerados os aspetos mais pertinentes – a abordagem da agenda mediática regional, a sua divulgação ou a interação com os ouvintes – e adaptados na execução do projeto-piloto. Após a implementação, é avaliado o processo da aplicação e realizada uma reflexão sobre os resultados, os pontos positivos ou negativos e as limitações do trabalho.

**Tabela 1***Objetivos da intervenção projetual*

Objetivo Geral	Objetivos Específicos
Desenvolver um programa radiofónico que permita criar um espaço de debate sobre a atualidade, com a comunidade beneditense.	Promover um espaço de debate em torno da agenda noticiosa local, junto da população;
	Apoiar o desenvolvimento cívico da população regional, a partir de debates sociopolíticos;
	Promover a interação e participação democrática entre cidadãos, recorrendo às plataformas digitais;
	Alcançar público internauta ou migrante, com interesse na região;
	Avaliação do processo de implementação e dos resultados obtidos.

*Fonte.* Elaboração própria

De um modo genérico, esta tabela esquematiza os objetivos que se pretendem atingir. Partindo da caracterização das rádios locais oestinas e de seis conteúdos informativos (disponíveis em *streaming*), é estruturado um produto com o intuito de desenvolver uma cidadania regional democraticamente participativa. Embora o programa possa alcançar públicos que estão fora da região, o seu fator distintivo será sempre a abordagem das temáticas locais. Inevitavelmente, um trabalho desta natureza envolve também a reflexão sobre o processo da implementação e a avaliação dos resultados obtidos no projeto-piloto.

## 4. Metodologia

Quando Hartley (2004) caracterizou os *media* identificou-os como recursos à transmissão de mensagens e, numa perspetiva contemporânea, assumiu que abrangem os *mass media*, os conteúdos desenvolvidos, as produtoras e os dispositivos tecnológicos a si associados. Assim, será útil começar por identificar o panorama radiofónico da região Oeste e compreender as suas prioridades ou limitações. O levantamento das grelhas de programação restringe-se à área geográfica abrangida pela frequência da Benedita FM, recorrendo à escuta integral das emissões e a uma análise detalhada das programações. A partir desta auscultação procura-se obter um conhecimento acerca dos conteúdos que compõem os alinhamentos das estações oestinas<sup>8</sup>, com especial atenção aos serviços informativos por si promovidos. Esta análise permite observar a composição dos conteúdos noticiosos – modelos utilizados, difusão nas plataformas digitais, temáticas abordadas ou integração da sociedade civil – e evidencia ainda o destaque prestado à informação local, num setor cuja audiência privilegia os conteúdos de entretenimento (Midões, 2023).

Assumindo a existência de uma descentralização da informação nos meios digitais, é igualmente importante analisar a presença de conteúdos *online* que estimulem uma reflexão comunitária. Devido à diluição das fronteiras geográficas, abordada por Ferreira (2003) e resultado da globalização digital, optou-se por adquirir uma visão genérica da produção de conteúdos (portugueses e estrangeiros) que tenham por objetivo promover o debate entre uma comunidade, nos novos *media*. Deste modo, os produtos estudados procuram identificar aspetos relevantes para a execução de um conteúdo áudio, num universo em constante mutação, reconhecendo as estratégias utilizadas no ambiente digital: que projetos existem, em que modelos e que temáticas eles abordam.

Concluído o mapeamento da região e dos conteúdos digitais, passamos para a estrutura do projeto. Esta etapa inclui a definição dos elementos que compõem o programa-piloto: o alinhamento, a seleção de temas e convidados, a identidade visual e sonora ou o plano de comunicação digital. Trata-se de um processo onde são estabelecidas diretrizes que vão orientar a implementação do projeto e permitir a sua formulação. Aqui faz sentido

---

<sup>8</sup> As supracitadas Rádio Nazaré, Rádio Cister (Alcobaça), 91 FM (Caldas da Rainha/Óbidos), 102 FM (Peniche), Hiper FM (Rio Maior) e a própria Benedita FM.

reunir com a gerência da Benedita FM em dois momentos distintos: durante a construção do produto e no período que antecede a sua estreia. Estes encontros, que não excluem outros de carácter informal, têm como objetivo garantir o enquadramento do projeto no estatuto editorial da estação. Partindo da análise dos *media* (locais e digitais), a sua execução incide na atualidade relacionada com a agenda mediática da região – vila de Benedita, concelho de Alcobaça e zonas envolventes. Reunidas as condições técnicas e humanas, o projeto-piloto tem lugar na emissora beneditense e deve estender-se por um período de seis meses. Este intervalo não será suficiente para gerar um balanço realista sobre a sua atuação, junto da comunidade, mas vai permitir identificar aspetos funcionais e outros que futuramente devam ser tidos em conta. A sua transmissão é realizada em direto, com direito a reposição na grelha de programação e distribuição *online* – no YouTube, Spotify, Apple Podcasts e através de feed RSS. A interação com o público limita-se às redes sociais Facebook e Instagram, evitando mensagens de áudio que possam interferir com a atenção do moderador sobre o debate.

A perspetiva localista do setor é ainda enriquecida por entrevistas exploratórias com Sandra Fonseca (jornalista e gerente da emissora) e Nuno Ferreira (convidado do programa e membro ativo da comunidade), realizadas a meio do período de implementação. A experiência de ambos e a sua ligação direta à população podem ser considerados elementos de referência, capazes de fundamentar determinadas opções no desenvolvimento do conceito do projeto, tendo sempre em consideração que o objetivo geral consiste em reforçar a relação entre a comunidade e a sua agenda mediática local. A transcrição integral das entrevistas pode ser consultada no capítulo Anexos.

Após a execução do projeto-piloto, é elaborada uma avaliação sobre o processo de implementação com vista a aferir a validade do produto e os pontos que devem ser aprimorados. Esta fase do trabalho engloba duas dimensões: uma análise quantitativa, com a recolha de métricas relativas às visualizações, interações ou comentários nas plataformas digitais (através do Meta Business Suite<sup>9</sup>, do YouTube Studio<sup>10</sup> e do Spotify for Creators<sup>11</sup>); e uma vertente qualitativa, que reflete sobre a caracterização da informação nas rádios locais e a produção de programas idênticos ao que apresentamos

---

<sup>9</sup> Ferramenta da empresa Meta, para gestão das redes sociais Facebook e Instagram.

<sup>10</sup> Ferramenta da plataforma YouTube, para publicação e edição de conteúdos neste serviço.

<sup>11</sup> Plataforma de distribuição de conteúdos *podcast*, para serviços como Spotify, Apple Podcasts e RSS.

aqui (recorrendo ao mapeamento elaborado e às entrevistas exploratórias). Estas abordagens podem permitir que se identifique o nível de alcance do projeto, o grau de envolvimento da comunidade e a percepção sobre a sua relevância. Isto significa que esta avaliação é uma etapa essencial não só por quantificar resultados como também por fornecer pistas para aperfeiçoar o projeto, ajustar estratégias de divulgação e fortalecer o vínculo com a comunidade. Ainda que não seja possível medir as audiências por via hertziana e a estação não tenha acesso aos dados referentes à emissão *online*, os suportes digitais dispõem de indicadores que podem contribuir para compreender as preferências do público.

## 5. Mapeamento do Território Informativo

Sabendo que este projeto pretende motivar uma discussão pública, reunindo a participação de agentes sociais e da sociedade em que se insere, procura-se conhecer o panorama radiofónico da região Centro Oeste e os diferentes tipos de conteúdo que servem esta comunidade. A par disso, é elaborado um diagnóstico sobre seis projetos que, independentemente do seu tipo de produtor, procuram gerar o debate junto de uma comunidade e acerca da sua atualidade informativa.

Num primeiro momento é elaborado o levantamento das grelhas de programação de seis rádios generalistas, ao longo de dois meses – março e abril de 2024 – dada a ausência da sua publicação *online*. Este exercício permite captar a dedicação do setor à informação local ou regional. A recolha dos dados tem como ponto de referência a rádio Benedita FM, também alvo de análise, sendo as restantes determinadas em função da sua proximidade com a vila beneditense: a Norte, as Rádio Nazaré e Rádio Cister; a Sul, as 91 FM e 102 FM; a Este, a Hiper FM. Apesar da emissora rio-maiorense ser a única localizada fora do distrito de Leiria, é incluída por ser considerada um modelo híbrido, não só pela sua proximidade à estação de referência como pela extensa amplitude da cobertura (abrange a região Centro Oeste). Numa segunda fase, e mantendo a equidade numérica entre ambos os levantamentos, são analisados seis produtos informativos com presença digital e focados em comunidades específicas: «Um Olhar Sobre a Semana», «Fora do Baralho», «Fórum TSF», «Contraditório», «The Europeans» e «Community Voices». Este exercício baseia-se em conteúdos emitidos/publicados entre os dias 4 e 7 de julho de 2024, permitindo identificar aspetos importantes nas estruturas adotadas, nas abordagens temáticas e nos recursos sonoros (*jingles* ou RM<sup>12</sup>) – aspetos relevantes para a construção de um projeto similar na rádio Benedita FM.

### 5.1. As Rádios Locais da Região Centro Oeste

Para facilitar a compreensão das grelhas de programação, são estabelecidos seis tipos de conteúdo: [1] Informação, determinado por noticiários, segmentos informativos e programas que abordam ou produzem conteúdos noticiosos (como entrevistas ou debates); [2] Entretenimento, que abrange segmentos de interação entre os profissionais

---

<sup>12</sup> Terminologia recorrida pela radiodifusão para se referir a registos sonoros gravados, geralmente associado a declarações.

e o público, ou programação dedicada a si (como «Discos Pedidos»); [3] Música, que se refere a programas de autor sob uma temática musical, ou programas de continuidade limitados por uma *playlist* automática (podendo incluir locução); [4] Cultura, onde são produzidos conteúdos para promoção de eventos, atividades ou temáticas culturais (como entrevistas ou rubricas); e [5] Desporto, que agrupa programas e segmentos de temática desportiva (como entrevistas ou relatos). Tendo em conta a relação da radiodifusão local com as suas comunidades, e considerando que 80% da população portuguesa se identifica como católica nos Censos 2021 (Rádio Renascença, 2022b), foi projetada a possibilidade de ser incorporado o conteúdo [6] Religião. No decorrer da escuta ativa torna-se notória a sua ausência que, existindo, é ajustado para formatos culturais e informativos, ou inserido em segmentos sazonais (como no Natal ou Páscoa). Por esta razão, este conteúdo não é considerado nos nossos registos.

De um modo geral, durante o período de análise, as emissoras locais auscultadas apresentam um elevado recurso ao género musical. Entre elas destacam-se a Rádio Cister, pela variedade de conteúdos, e a Hiper FM, pela elevada repetição de *singles*. Também estas são as únicas emissoras a tratar a audiência de modo informal (por «tu») e, no caso da estação alcobacense, alguns locutores não recorrem a esta proximidade – talvez pela prática adquirida numa época mais conservadora e marcada pela formalidade. O sinal horário, que pode ser considerado um separador sonoro ultrapassado, possibilita ao ouvinte manter uma noção temporal. Excetuando a Hiper FM (que não o utiliza) e a 91 FM (onde é emitido até dois a cinco minutos após a hora certa), todas as estações recorrem a este indicativo que anuncia a hora para a qual se transita, o seu nome e/ou a frequência. Importa ter presente que, não havendo rigor técnico, este sinal pode representar um desgosto para o público, pois a música que o antecede tem por hábito ser interrompida.

Os segmentos publicitários são uma das componentes mais diferenciadoras entre emissoras, o que não impede a legislação de estabelecer limites e imposições. Por exemplo, o artigo 40.º da Lei da Rádio indica que este conteúdo deve representar um máximo de 20% do total da emissão diária (Lei n.º 54/2010, 2010), ao passo que o Código da Publicidade entende que “deve ser claramente separada da restante programação por sinais acústicos” (Decreto-Lei n.º 330/90, 1990). Apesar do contexto publicitário não ser objeto de análise deste trabalho, torna-se relevante no sentido em que os seus conteúdos amplificam a visibilidade do comércio local. Ou seja, independentemente de estes serem

produtos comerciais ou institucionais, podem adquirir um fator informativo quando promovem ou divulgam horários de eventos e estabelecimentos.

**Tabela 2**

*Modelos publicitários adotados pelas emissoras auscultadas*

<b>Rádio Nazaré</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 30 em 30 minutos (eg. 16H00 e 16H30);</li> <li>· Duração variável, entre cinco e oito minutos.</li> </ul>
<b>Rádio Cister</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 20 em 20 minutos (eg. 16H00, 16H20 e 16H40);</li> <li>· Duração média de cinco minutos.</li> </ul>
<b>Benedita FM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 20 em 20 minutos (eg. 16H00, 16H20 e 16H40);</li> <li>· Duração variável entre três e seis minutos.</li> </ul>
<b>91 FM Rádio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 20 em 20 minutos (eg. 16H00, 16H20 e 16H40);</li> <li>· Duração variável entre um e três minutos.</li> </ul>
<b>102 FM Rádio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A cada meia hora (eg. 15H30 e 16H30);</li> <li>· Duração variável entre um e três minutos.</li> </ul>
<b>Hiper FM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Dois segmentos a cada hora, distanciados por cerca de dez minutos (eg. 15H10 e 15H20, retomando às 16H40 e 16H50);</li> <li>· Duração média de sete minutos.</li> </ul>

*Fonte.* Elaboração própria

Ainda na temática publicitária, deve salientar-se que: a Rádio Cister emite, a cada duas horas, o segmento «Salão de Festas» (para promoção de eventos e atividades regionais) com uma média de cinco minutos cada (eg. 15H30 e 17H30); a Benedita FM adapta os espaços publicitários no período noturno, entre as 20H00 e as 08H00, passando a um modelo de 30 em 30 minutos. Aqui, a estação que mais se destaca é a Hiper FM, devido ao seu conceito de «uma hora de música seguida, a todas as horas»<sup>13</sup>. Por outras palavras, esta estação assume o compromisso de oferecer aos seus ouvintes 60 minutos de música, sem publicidade, em cada bloco horário. O potencial da sua estratégia reside na ilusão da ausência de segmentos publicitários, embora uma escuta atenta note que a oferta tem sempre início e término aos 30 minutos de horas específicas. Por exemplo, começando às 16H30 e concluindo às 17H30, considera-se que existiu uma hora de música ininterrupta

<sup>13</sup> Mensagem assumida pela estação, ao longo da sua emissão.

em dois blocos (16H00 e 17H00) – o processo repete às 18H30. É no intervalo destes compromissos que são emitidos os seus conteúdos, como noticiários, passatempos, rubricas e publicidade.

Os eventos culturais e desportivos são habitualmente abordados pelos animadores de rádio, ao longo das emissões diárias. Por exemplo, a 102 FM reparte os seus alinhamentos por duas vozes de continuidade, que invocavam outro locutor para anunciar eventos ou atividades regionais. Tendo este levantamento sido realizado por altura da comemoração do cinquentenário do 25 de Abril de 1974, duas rádios emitiram rubricas dedicadas à efeméride: a Benedita FM, com a declamação de poemas ou textos e interpretações musicais sobre os valores de Abril, pelos alunos da Escola Básica de Turquel; e a 102 FM, que deu voz a testemunhos da sociedade local, dada a ligação de Peniche com a Revolução dos Cravos. Pressupondo que as rádios locais abarcam em si a capacidade de envolver as pessoas numa discussão sobre a atualidade, devido ao seu registo de proximidade, é explorada a realidade noticiosa dos *media* em estudo. A prioridade recai sobre a expressão que o género informativo tem nas grelhas de programação das emissora e, em concreto, a importância dada aos conteúdos locais ou regionais. Ainda que a intenção não seja tomar o papel de regulador, deve salientar-se que a Lei da Rádio, no artigo 35.º, estabelece um mínimo obrigatório de três serviços noticiosos diários (nos projetos generalistas), entre as 07H00 e as 24H00 (Lei n.º 54/2010, 2010). Atendendo à distribuição dos noticiários, é evidente que todas as estações produzem os próprios programas e segmentos; ou seja, não são adotados conteúdos externos como a retransmissão informativa de outras estações.

**Tabela 3***Caracterização dos noticiários das Rádio Nazaré, Rádio Cister e Benedita FM*

		Rádio Nazaré	Rádio Cister	Benedita FM
<b>Transmissão</b>		Após a publicidade	Entre a publicidade	Antes da publicidade
<b>Informação</b>	Local	✓	✓	✓
	Regional	✓	✓	✓
	Nacional	✓	✓	✓
	Internacional	✗	✓	✗
<b>Duração (média)</b>		6 minutos	10 minutos	5 minutos
<b>Distribuição</b>	Segunda a Sexta	4 blocos	12 blocos	5 blocos
	Fim de Semana	3 blocos	4 blocos	3 blocos
<b>Descrição</b>		Jornalista anuncia notícias sem recurso a RM, com citações das fontes.	Locução intercalada entre dois jornalistas e com recurso a RM de agentes locais.	Jornalista anuncia notícias com recurso a RM de agentes locais.

*Fonte.* Elaboração própria**Tabela 4***Caracterização dos noticiários das 91 FM, 102 FM e Hiper FM*

		91 FM Rádio	102 FM Rádio	Hiper FM
<b>Transmissão</b>		Após a publicidade	Após a publicidade	Após a publicidade
<b>Informação</b>	Local	✓	✓	✓
	Regional	✓	✓	✓
	Nacional	✓	✗	✓
	Internacional	✗	✗	✓
<b>Duração (média)</b>		5 minutos	4 minutos	2 minutos
<b>Distribuição</b>	Segunda a Sexta	5 blocos	4 blocos	4 blocos
	Fim de Semana	4 blocos	4 blocos	3 blocos
<b>Descrição</b>		Jornalista anuncia notícias com recurso a RM de agentes locais.	Jornalista anuncia notícias com recurso a RM de agentes locais.	Jornalista anuncia notícias sem recurso a RM.

*Fonte.* Elaboração própria

A abordagem da informação local e regional diverge entre as estações, sendo a Rádio Cister que mais se destaca: não só adota noticiários de hora a hora (entre as 08H00 e as 17H00), como é a única que identifica a presença de dois jornalistas e de espaços para debates ou entrevistas. De modo complementar, e após o sinal horário ou o noticiário, é habitualmente anunciada a meteorologia e o estado do mar para o dia seguinte<sup>14</sup>. A Hiper FM apresenta uma menor preocupação com as questões da região, priorizando assuntos da esfera nacional ou internacional, o que não significa que tenha um menor fluxo informativo: no decorrer da emissão focam-se em conteúdos relacionados com figuras públicas e *reality shows* da televisão nacional, aprofundados em rubricas ou abordados diretamente pelos animadores. A Benedita FM soma, à sua programação, um segmento dedicado aos eventos e atividades culturais da região: a «Agenda Cultural», com uma duração média de dois minutos e sem recurso a RM, é emitida ao longo da semana em dois blocos (12H00 e 15H00) e, ao fim de semana, em um (15H00). A Rádio Nazaré distingue os conteúdos nacionais, emitidos apenas em dois momentos (12H00 e 18H00), dos locais ou regionais. Nela são registadas rubricas de teor informativo, à semelhança do que acontece com as emissoras beneditense, alcobacense e caldense (espaços de opinião ou destaque da imprensa nacional). Com base nestes alinhamentos, é evidente que o jornalismo de proximidade tem uma presença reduzida nas grelhas de programação das emissoras oestinas. Embora algumas apresentem as capas dos jornais nacionais, no decorrer das suas emissões, a informação é habitualmente centrada em blocos pontuais com uma média de 5 minutos de duração – só a Rádio Cister se apresenta como exceção

No geral, esta análise identifica uma baixa aposta no jornalismo de proximidade, no setor da região Oeste, que é tratado de forma pontual e praticamente sem lugar para debates ou entrevistas. Isto vem reforçar a pertinência do nosso projeto, uma vez que a criação de um espaço de discussão estruturada e de aproximação à comunidade pode representar uma mais-valia para a programação da estação beneditense. Em termos estratégicos, permite que o produto se diferencie num panorama marcado pela escassez de informação local. Por outro lado, e de um ponto de vista cívico, contribui para a valorização da agenda mediática da região e a promoção de uma cidadania mais informada e participativa. Deste modo, a proposta apresentada procura responder a uma lacuna evidente e posiciona-se como contributo relevante para a valorização do papel social da rádio nesta região.

---

<sup>14</sup> De segunda a sexta, a partir das 20H00, e ao fim de semana, a partir das 18H00.

Sobre a digitalização destes *media* e dos seus conteúdos, justifica-se conhecer os moldes em que as emissoras se multiplicam (Tabela 5). Todas têm os seus próprios *websites*, onde publicam notícias – no caso da Hiper FM, enquadradas no conceito «famosos» – e ainda outras informações, como o estatuto editorial ou os contactos. As emissões *online* estão alojadas em servidores<sup>15</sup> ou plataformas próprias, sendo que a 102 FM apresenta alguns problemas técnicos na sua manutenção. Apenas três estações possuem uma aplicação para dispositivos *Android* ou *iOS* e, apesar de não ter sido possível confirmar, só duas é que anunciam estar disponíveis em operadores televisivos (MEO, Vodafone e/ou Nowo). O WhatsApp é a interface mais recorrida pelas emissoras, para interagir com os ouvintes, mas a Rádio Cister complementa a sua oferta com um canal próprio no Telegram. A rede social com maior expressão é o Facebook, embora também se registre a utilização do Instagram, X e TikTok. Em todas são partilhados conteúdos informativos (*eg.* notícias, capas da imprensa nacional ou eventos) e de entretenimento (*eg.* entrevistas, promoções e interações). Entre as plataformas de *streaming*, é o YouTube que acolhe o maior número de adesões, seguido pelo Spotify e deixando a Apple Podcasts de fora.

**Tabela 5**

*Distribuição das emissoras pelas plataformas digitais*

	R. Nazaré	R. Cister	Benedita FM	91 FM	102 FM	Hiper FM
Facebook	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Instagram	✗	✓	✗	✓	✗	✓
X	✗	✓ <sup>1</sup>	✗	✗	✗	✓
TikTok	✗	✓ <sup>2</sup>	✗	✓ <sup>2</sup>	✗	✓
Spotify	✗	✓	✗	✗	✗	✓
YouTube	✗	✓	✓	✓ <sup>2</sup>	✗	✓
WhatsApp	✗	✓	✓ <sup>3</sup>	✓	✗	✓
Telegram	✗	✓	✗	✗	✗	✗
<i>App Mobile</i>	✗	✓	✓	✗	✗	✓
Operadores TV	✗	✗	✗	✓ <sup>4</sup>	✗	✓ <sup>4</sup>

Legenda:

<sup>1</sup> Sem atividade desde 2022 — <sup>2</sup> Sem atividade desde 2023

<sup>3</sup> Sem menção em antena — <sup>4</sup> Sem possibilidade de confirmação

*Fonte.* Elaboração própria

<sup>15</sup> Caster.fm, recorrida pelas Rádio Nazaré e 102 FM; projeto ROLI, recorrido pela Benedita FM.

No fundo, é notório que a presença digital (sobretudo da emissão e dos seus conteúdos) se tem vindo a tornar um aspeto importante para a proximidade com a comunidade. Quer para divulgar notícias ou interagir diretamente com o público, as redes sociais são usadas como extensão dos *websites* e para recolha de *feedback*. As estações adotam diferentes modelos para reposição de conteúdos: através da transmissão direta de entrevistas via Facebook; ou em formatos mais elaborados e publicados em *streaming* (como no YouTube ou Spotify).

## 5.2. Projetos Informativos de Debate

Os projetos auscultados representam, de certa forma, diferentes contributos para o debate de uma comunidade. Inseridos em contextos distintos e focados numa agenda mediática concreta, são selecionados programas de rádios locais, nacionais e um *podcast* com produção independente. Pretende-se identificar as escolhas temáticas e estruturas adotadas, numa tentativa de compreender os pontos positivos e negativos de cada modelo. Mesmo não sendo recolhida uma escuta regular, são identificados aspetos que servem de exemplo para evitar conflitos ou melhorar a performance de produtos semelhantes (como a distribuição de cada bloco temático ou a criatividade no discurso dos moderadores). A sua seleção visa a escuta de conteúdos diversificados, onde o debate sobre as comunidades se sobrepõe ao conceito de localismo:

- «Um Olhar Sobre a Semana», produzido pela Rádio Cister, é um programa semanal de debates sociopolíticos e de génese local/nacional. Moderado por Piedade Neto, é composto por quatro convidados residentes – Manuela Neves, Alberto Magalhães, Hugo Rangel e José Costa e Sousa;
- «Fora do Baralho», produzido pelo projeto radiofónico do jornal Observador, é um programa semanal de debates políticos e de âmbito nacional. Moderado por Vanessa Cruz, é composto por quatro convidados residentes – Susana Peralta, Jorge Fernandes, Luís Aguiar-Conraria e João Marques de Almeida;
- «Fórum TSF», produzido pela estação informativa TSF, apresenta diariamente um tema que marca a agenda mediática nacional ou internacional. Moderado por Manuel Acácio, este programa não tem um painel de convidados fixo e adota a participação do público por via telefónica e das redes sociais;

- «Contraditório», produzido pela estação pública Antena 1, é um programa semanal de debates políticos e composto por jornalistas. Direcionado a temáticas nacionais e internacionais, conta com a moderado de Natália Carvalho e um painel de três convidados residentes: Luísa Meireles, Raul Vaz e António José Teixeira;
- «The Europeans» é um *podcast*, com uma produção independente, que aborda questões sociopolíticas/culturais e transversais à comunidade europeia. Gravado à distância, devido à dispersão dos seus diferentes intervenientes pela Europa, conta com a habitual apresentação de Katy Lee e Dominic Kraemer;
- «Community Voices», produzido pela rádio NPR Illinois, é um espaço diário dedicado à comunidade deste estado norte-americano. Tem por base entrevistas ou debates sobre o seu quotidiano e conta com uma apresentação rotativa entre Randy Eccles, Vanessa Ferguson ou Beatrice Bonner. Este programa não regista um painel fixo de convidados, recebendo diversos membros da sociedade.

O programa «Um Olhar Sobre a Semana», cujos detalhes são apresentados na Tabela 6, foi emitido a 7 de julho de 2024. Os temas comentados foram maioritariamente de âmbito nacional: o estado da nação; a demissão do primeiro-ministro António Costa; a comparticipação de medicamentos no país; e a aproximação do partido Chega às forças de segurança. O facto deste conteúdo ter sido gravado num dia distante ao da emissão (de quarta para domingo) impediu que o último assunto fosse explorado – o tema ainda seria discutido na Assembleia da República, na quinta-feira. Por outro lado, na sua reposição (na rádio) é incluída uma voz *off* que identifica o programa como repetido – aspeto pertinente, na ótica do ouvinte transeunte. No que toca à identidade gráfica (Figura 2), é feito uso de um enquadramento quadrado que recorre maioritariamente a tipografia, aplica cores sóbrias e pastel, incluindo um apontamento visual: um olho alusivo ao “olhar” sobre a semana.

**Tabela 6**

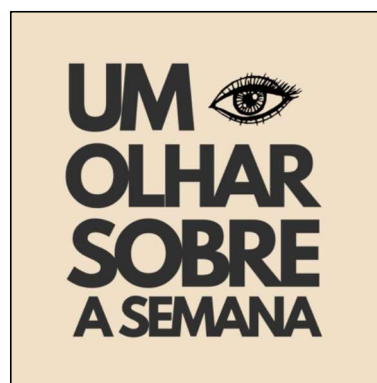
Caracterização do programa «Um Olhar Sobre a Semana»

	Um Olhar Sobre a Semana
<b>Produtora</b>	Rádio Cister
<b>Idioma</b>	Português
<b>Conceito</b>	Debates políticos entre agentes locais
<b>Periodicidade</b>	Semanal (dom. 12H às 13H)
<b>Reposição</b>	Semanal (ter. 23H às 24H)
<b>Duração</b>	50 minutos
<b>Intervalo</b>	Sem intervalo
<b>Podcast</b>	Spotify (até fevereiro de 2024)
<b>Convidados</b>	Dois em estúdio / dois à distância
<b>Abordagem</b>	Formal
<b>Estrutura Programática</b>	Dois blocos: 1. Temas trazidos pelos convidados; 2. Avaliação dos «mais» e «menos» da semana transata.

Fonte. Elaboração própria

**Figura 2**

Capa do programa



Fonte. Rádio Cister (2025)

O programa «Fora do Baralho» (Tabela 7) foi emitido a 5 de julho de 2024. Abordou os temas apresentados por cada convidado – prestação do guarda-redes Diogo Costa, no Euro2024; intenções do Supremo Tribunal norte-americano; possível retoma do IRS preferencial para estrangeiros; e falta de financiamento para o setor cultural – e um último, exposto pela moderadora e relacionado com as eleições no Reino Unido e França. Será interessante sublinhar que, alinhado ao nome do programa, os temas dos intervenientes são associados aos naipes dos jogos de cartas (*eg.* o facto de o governo querer recuperar o IRS para estrangeiros mereceu uma carta de espadas), ao passo que o último é denominado de «Jogada da Semana». No alinhamento deste programa também se identificou uma mudança abrupta de tema, sem contexto: após a primeira intervenção, relacionada com futebol, a moderadora aproveitou o apelido do guarda-redes Diogo Costa para pedir uma opinião sobre a nomeação de António Costa ao Conselho Europeu. Relativamente à identidade visual (Figura 3), o design adapta um modelo padronizado com os restantes conteúdos da emissora: um quadrado no canto superior esquerdo, seguido pelo nome do programa e (na parte inferior) o logótipo da rádio. Com recurso a

retratos dos intervenientes, as cores e montagem gráfica resultam numa identidade alusiva aos jogos de cartas.

**Tabela 7**

*Caracterização do programa «Fora do Baralho»*

	Fora do Baralho
<b>Produtora</b>	Observador
<b>Idioma</b>	Português
<b>Conceito</b>	Debates políticos entre personalidades nacionais
<b>Periodicidade</b>	Semanal (sex. 19H10 às 20H)
<b>Reposição</b>	Semanal (sáb. 09H10 às 10H)
<b>Duração</b>	40 minutos
<b>Intervalo</b>	<u>Na emissão</u> : para o noticiário das 19H30 e publicidade; <u>No podcast</u> : promoção de programação, disponível para assinantes da rádio.
<b>Podcast</b>	Spotify; Apple Podcasts; agregadores RSS; YouTube (desatualizado); <i>website</i> da emissora.
<b>Convidados</b>	Um em estúdio / três à distância
<b>Abordagem</b>	Informal
<b>Estrutura Programática</b>	Dois blocos: 1. Temas trazidos pelos convidados; 2. Debate sobre um tema atual, na ordem da agenda mediática nacional.

*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 3**

*Capa do programa*



*Fonte.* Observador (2025)

O programa «Fórum TSF» (Tabela 8) foi emitido a 4 de julho de 2024. O debate centrou-se nas dificuldades da preparação do ano letivo 2024/25, com intervenções de alguns dirigentes de organizações educativas e dos ouvintes. Elas foram realizadas sobretudo por telefone, o meio de eleição para a participação direta do público desde a criação da radiofonia. No entanto, o modelo adotado pela TSF também permite que a audiência recorra ao Facebook para deixar as suas opiniões. Assim, às responsabilidades do moderador, é acrescido o dever de citar os comentários pertinentes à discussão. Quanto à identidade gráfica (Figura 4), é adotado um modelo simples que recorre a um retrato do apresentador, o seu nome e o do programa (em grande destaque). No plano de fundo visualiza-se a ideia de uma redação, a partir de uma imagem desfocada.

**Tabela 8***Caracterização do programa «Fórum TSF»*

	Fórum TSF
<b>Produtora</b>	TSF Rádio Notícias
<b>Idioma</b>	Português
<b>Conceito</b>	Debates relacionados com um tema atual, na ordem da agenda mediática nacional, e com participação dos ouvintes.
<b>Periodicidade</b>	Diário (seg./sex. 10H15 às 12H)
<b>Reposição</b>	Sem reposição
<b>Duração</b>	1 hora e 30 minutos
<b>Intervalo</b>	<u>Na emissão:</u> para o noticiário das 11H; <u>No <i>podcast</i>:</u> sem intervalo.
<b>Podcast</b>	Spotify; Apple Podcasts; agregadores RSS; <i>website</i> da emissora.
<b>Convidados</b>	Diversos (convidados e ouvintes) à distância
<b>Abordagem</b>	Formal
<b>Estrutura Programática</b>	Dois blocos: 1. Contextualização do tema; 2. Discussão da opinião pública.

*Fonte.* Elaboração própria

O programa «Contraditório» (Tabela 9) foi emitido a 5 de julho de 2024 e ficou marcado pelo debate de cinco temas, na ordem da agenda mediática nacional: a proposta do partido Chega, sobre reivindicações das forças de segurança; o pedido de diálogo do PS, que rejeitou novas eleições; as medidas anunciadas pelo governo, nas áreas da economia e finanças; as declarações do antigo procurador-geral da República, José Souto Moura; e as eleições no Reino Unido. No decorrer da emissão, a moderadora mostrou-se parte ativa da discussão, tendo apresentado ideias e contextualizado alguns tópicos avançados pelos convidados. É identificado um cuidado na escrita criativa, enquadrada na introdução do programa, embora a sua extensão e leitura apressada possam desvirtuar a criatividade aplicada. Isto dá espaço a que o ouvinte perca informação, em função de distrações alheias ao programa (como ruídos no local onde o escuta). Neste caso, a identidade visual (Figura 5) limita-se a um jogo de cores e tipografia: o fundo composto por um gradiente, a identificação da estação e o nome do programa. Note-se que, em alusão à «contradição» que o produto promete, o primeiro ‘i’ do seu título aparece invertido.

**Figura 4***Capa do programa**Fonte.* TSF (2025)

**Tabela 9***Caracterização do programa «Contraditório»*

	Contraditório
<b>Produtora</b>	RTP (Antena 1)
<b>Idioma</b>	Português
<b>Conceito</b>	Debates políticos entre jornalistas
<b>Periodicidade</b>	Semanal (sex. 19H10 às 20H)
<b>Reposição</b>	Sem reposição
<b>Duração</b>	55 minutos
<b>Intervalo</b>	Sem intervalo
<b>Podcast</b>	Spotify; Apple Podcasts; agregadores RSS; RTP Play.
<b>Convidados</b>	Dois em estúdio / um à distância
<b>Abordagem</b>	Informal
<b>Estrutura Programática</b>	Dois blocos: 1. Discussão de cada tema apresentado pela moderadora; 2. Espaço para cada convidado destacar um tema não mencionado.

*Fonte.* Elaboração própria**Figura 5***Capa do programa**Fonte.* Antena 1 (2025)

O *podcast* «The Europeans» (Tabela 10) conta com instituições parceiras, como a European Cultural Foundation, a Allianz Foundation ou a Journalismfund Europe, às quais se acrescem os contributos da sua comunidade (através de donativos individuais ou de mensalidades). Na plataforma Patreon, até agosto de 2024, agrupava uma rede de 527 patronos e cedia conteúdos exclusivos, como entrevistas completas e encontros presenciais ou digitais. Este também é o único projeto que identifica redes sociais próprias, onde promove a disponibilidade de novos conteúdos e os bastidores do programa. Dada a ausência de um dos anfitriões, o programa publicado a 4 de julho de 2024 contou com a presença do produtor Wojciech Oleksiak. Os temas apresentados abordaram a política e o cinema europeus: os apresentadores começaram por comentar, entre si, as nomeações a altos cargos europeus e a criação de uma nova aliança europeia entre partidos populares e de extrema-direita; na segunda parte, Katy Lee entrevistou duas personalidades ligadas à sétima arte na Europa, para compreender as potencialidades e os financiamentos do setor. Em contracorrente aos projetos portugueses, a produção sonora tem aqui um grande destaque e permite uma clara perceção da estrutura do programa e das divisões temáticas. Por outro lado, a sua edição torna-se demasiado óbvia,

distanciando-se do conceito de conversa contínua (realizada em apenas um *take*). Foi ainda identificado um curto espaço publicitário para promoção do *podcast* «The Political Scene», produzido pela revista The New Yorker. Observando a identidade visual deste projeto (Figura 6), é evidente a conjugação dos diferentes e diversos lugares que compõem o território europeu: da fauna à flora, do campo à cidade e os seus hábitos. Com recurso a um método alusivo ao recorte de revistas e um largo espectro de cores, a tipografia segue num conceito despreocupado com o rigor (letras capitulares, retas e num estilo manuscrito).

**Tabela 10**

*Caracterização do programa «The Europeans»*

	The Europeans
<b>Produtora</b>	Produção independente
<b>Idioma</b>	Inglês
<b>Conceito</b>	Debates sobre políticas ou culturas europeias e o funcionamento da U.E.
<b>Periodicidade</b>	Semanal (quinta-feira)
<b>Reposição</b>	Não se aplica
<b>Duração</b>	50 minutos
<b>Intervalo</b>	Não se aplica
<b>Podcast</b>	Spotify; Apple Podcasts; agregadores RSS; YouTube; <i>website</i> do projeto.
<b>Convidados</b>	Todos à distância
<b>Abordagem</b>	Informal
<b>Estrutura Programática</b>	Cinco blocos: 1. Análise sobre figuras que tiveram uma «boa semana» e uma «má semana»; 2. Agradecimentos aos ouvintes que apoiam financeiramente o projeto; 3. Publicidade; 4. Entrevista; 5. Recomendações de apresentadores.

*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 6**

*Capa do programa*



*Fonte.* The Europeans (2025)

O programa «Community Voices» (Tabela 11) é um espaço onde, a partir de entrevistas ou debates, são abordados diversos assuntos relacionados com o dia-a-dia da população de Illinois. A emissão publicada a 4 de julho de 2024, conduzida por Bonner, apresentou uma sessão gravada do projeto «LISTEN» que pretende dar voz às comunidades da região

com menor representação nos *media*. O debate reuniu 14 estudantes internacionais da Universidade de Illinois e contou com a moderação de Valerie Dish, estagiária na emissora e aluna externa da instituição. Foram selecionadas quatro questões da sessão para o programa: [1] como é ser um estudante internacional na cidade de Springfield; [2] quais os principais desafios; [3] como incorporar a diversidade cultural; e [4] o que é necessário a comunicação social abordar sobre esta comunidade. Em cada ronda, após serem ouvidas as respostas, a apresentadora e a moderadora teceram uma análise sobre as intervenções. Destaca-se o elevado número de participantes que, na ótica do ouvinte, dificulta a identificação de quem fala. A identidade visual (Figura 7) apresenta uma representação gráfica de edifícios, alusivos ao estado norte-americano de Illinois, à qual se junta uma tipografia clara que nomeia o programa, indica o seu *slogan* e os horários de transmissão. O logótipo da estação aparece duas vezes (com maior expressão no canto superior esquerdo, reduzido no inferior direito) e o fundo é composto pela cor vermelha.

**Tabela 11**

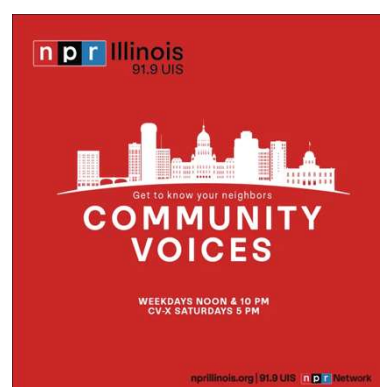
*Caracterização do programa «Community Voices»*

	Community Voices
<b>Produtora</b>	NPR Illinois
<b>Idioma</b>	Inglês
<b>Conceito</b>	Entrevistas e/ou debates com as comunidades locais de Illinois.
<b>Periodicidade</b>	Diário (seg./sex. 12H e 22H)
<b>Reposição</b>	Semanal (sáb. 17H às 19H)
<b>Duração</b>	15 a 50 minutos
<b>Intervalo</b>	<u>Na emissão:</u> publicidade (duas vezes); <u>No <i>podcast</i>:</u> sem intervalo.
<b>Podcast</b>	Apple Podcasts; agregadores RSS; <i>website</i> da emissora.
<b>Convidados</b>	Diversos em estúdio
<b>Abordagem</b>	Informal
<b>Estrutura Programática</b>	Quatro blocos: 1. Uma pergunta por cada bloco, avançada pela moderadora e respondida pelos intervenientes; 2. Após cada bloco (gravados), moderadora e co-apresentadora analisam os assuntos abordados.

*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 7**

*Capa do programa*



*Fonte.* NPR Illinois (2025)

Concluindo, neste diagnóstico fica evidente a ampla diversidade de formatos, estratégias e graus de abertura junto da comunidade, que oscilam entre modelos institucionalizados e outros mais participativos. São identificadas algumas tendências, onde se destacam: o papel central do moderador (que garante o equilíbrio e clareza do debate); a variedade dos formatos entre painéis fixos e abertos à participação pública; a coexistência de perspectivas localistas e globais; ou a relevância dos elementos sonoros na construção de uma identidade reconhecida pela audiência. Esta diversidade dá-nos uma noção de como diferentes tipos de *media* (locais, nacionais ou independentes) estruturam as discussões em função da sua missão e do público-alvo. Também se verifica a aplicação de boas práticas que podem inspirar a implementação do projeto-piloto, como a divisão clara dos blocos, a criatividade na abordagem dos temas, a proximidade com as comunidades e o prolongamento da emissão nas plataformas digitais. Em contrapartida são observadas fragilidades que devem ser evitadas, como o excesso de participantes (que pode diluir a percepção da mensagem e dificultar a gestão do tempo) ou a distância temporal entre a gravação e a difusão (que compromete a atualidade dos temas e a naturalidade da interação).

No fundo, este retrato aponta para caminhos concretos que podem ser aplicados no projeto que propomos: apostar na proximidade temporal (como fator de diferenciação); garantir um número equilibrado de intervenientes; privilegiar formatos que combinem clareza e abertura à comunidade; ou consolidar uma identidade sonora que reforce a familiaridade com os ouvintes. Esta pode ser uma forma do produto final se assumir como contributo relevante para a esfera pública local, articulando o espaço mediático regional e global.

## 6. O Projeto «Paradoxo Local»

Este projeto surge da necessidade em preencher uma lacuna, identificada na análise à programação das rádios locais do Oeste: a falta de espaços que abordem e motivem o debate sobre a atualidade regional. Sandra Fonseca, gerente da rádio Benedita FM, diz-nos que “ao ouvir diferentes pontos de vista, os ouvintes são incentivados a pensar de uma forma mais crítica e a formar as suas próprias opiniões” (Fonseca, Comunicação Pessoal, 30 de janeiro de 2025). Para tal, e procurando acompanhar a dinâmica dos consumos mediáticos, é pertinente propor o desenvolvimento de um produto experimental que adote as novas configurações da rádio no contexto digital.

Inserido no âmbito da radiodifusão local, este produto tem como ponto de partida o jornalismo – um dos poucos elementos que distingue uma emissora das demais, dada a proximidade com os protagonistas (Chantler & Harris, 1998). Sabendo que a ERC (2018) define por «género informativo» os conteúdos que visam informar o público, a proposta enquadra-se no segmento por servir de contributo para novas abordagens da agenda mediática da região. O facto de se inserir nesta categoria não significa que seja produzida por jornalistas, algo que pode representar uma fragilidade no projeto. Porém, e recuperando os baixos recursos humanos nas redações de rádio apresentados por Bonixé (2019), é fundamental que exista um esforço de cooperação entre a produção do conteúdo e os profissionais da estação – tanto por questões editoriais, como para uma filtragem dos assuntos relevantes à população. Atendendo aos avanços tecnológicos, será importante invocar o conceito de Dijk (1990): a «proximidade» divide-se entre a ideológica (uma concordância comum) e a local (com relevância e que parte de uma experiência pessoal ou coletiva). Em termos práticos, isto significa que temas como as alterações climáticas ou a violência contra mulheres podem ser considerados assuntos de proximidade. Também as temáticas relacionadas com o território, como a reabilitação de uma estrada ou as alterações paisagísticas na freguesia, não devem ser descuradas. Até porque o *Digital News Report 2023* (Cardoso et al., 2023) dá conta que as «notícias locais ou regionais» são dos tópicos menos evitados pelos portugueses. E se a rádio ainda alcança o interesse de um terço da população portuguesa, enquanto fonte informativa, deve entender-se como público-alvo toda a população ativa da região: na faixa etária dos 30 aos 60 anos, abrangendo o auditório da Benedita FM ou os interessados pela agenda noticiosa local.

Indo ao encontro da perspectiva de Cordeiro (2010), que admitiu uma reflexão da rádio contemporânea com base na análise entre o analógico e o digital, torna-se inevitável que este produto adote uma presença *online*. Além do conteúdo ser produzido num modelo tradicional (a rádio), deve existir uma adaptação aos formatos de cada plataforma – um pouco à semelhança do que Duarte (2020) diz, relativamente ao jornalismo móvel. Resumindo, e na sequência da convergência dos *media*, o produto final é distribuído entre a transmissão linear e os meios digitais (*podcast* e redes sociais). Essa proliferação pode representar um trabalho acrescido, sabendo que o texto escrito não é compatível com a linguagem radiofónica – “quanto melhor for o texto de rádio mais ilógico se torna para um jornal” (Meneses, 2003, p. 16). E se a ERC considera que devem ser as próprias comunidades a avaliar o modelo para o qual a radiodifusão deve transitar (Taborda & Pestana, 2023), é pertinente observar as preferências do público e as suas movimentações digitais através das métricas facultadas pelos novos *media*. Esta monitorização tanto contribui para as escolhas temáticas como permite que a estrutura do projeto seja ajustada. No fundo, e ao encontro da teoria de Cardoso et al. (2016) que fundem os conceitos «digital», «mobilidade» e «personalização de conteúdos», a prioridade não consta na plataforma disponibilizada, mas sim no conteúdo produzido.

Desta forma, o trabalho procura promover o debate entre uma comunidade, em torno de temáticas sociopolíticas que interfiram com o seu quotidiano. Considerando-o um produto informativo, relacionado com a política local, legalmente ele é enquadrado nos conteúdos inibidos de patrocínios – o artigo 40.º, da Lei da Rádio, destaca a proibição de publicidade nos serviços noticiosos ou programas de informação política (Lei n.º 54/2010, 2010). Se, por um lado, isso promove uma independência editorial, por outro dita algumas limitações financeiras; ou seja, a produção fica reduzida aos recursos técnicos e humanos disponíveis na emissora. Nesse sentido, é desenvolvido um conteúdo com capacidade para se adaptar às condições precárias do setor, ainda que de um modo restrito. Tendo a rádio Benedita FM manifestado interesse em implementar este projeto-piloto, a sua execução revela-se pertinente por duas razões: a estação mantém os princípios orientadores da radiodifusão local e, atualmente, não detém um produto dedicado ao debate da sua agenda mediática. Adquirindo um sentido de utilidade pública, o produto pretende aproximar-se da comunidade da região Centro Oeste, incluindo a sua diáspora e os demais interessados – como turistas ou empresários. Independentemente de Cordeiro (2010) ter notado que os ouvintes se interessam por conteúdos que permitam a sua

participação, a partir de mensagens de voz ou interações por via telefónica, estes modelos não puderam ser adotados numa primeira fase devido ao número limitado de profissionais em estúdio. Posto isto, as redes sociais podem representar um meio válido para a introdução da participação pública.

### **6.1. Conceito e Estrutura do Projeto**

Costa et al. (2012, p. 168) apontaram que a radiodifusão, dirigida a um largo espectro de audiências e centrada na atualidade, entretenimento e conteúdos locais, enfrenta uma nova fórmula para compreender, produzir ou apresentar os seus serviços ao público por via digital: “é necessário atender a uma escuta que, por um lado, se torna mais pessoal e segmentada e, por outro, se integra no fenómeno de “partilha” das redes sociais”. Esse duplo esforço pode ter de passar pelo discurso dos intervenientes, a definição dos conteúdos programáticos ou mesmo a comunicação audiovisual. Um ponto que pode igualmente ser importante é a produção do conteúdo em direto. Meneses (2003) referiu que ele contribui para o aumento da audiência – devido à proximidade que representa junto do público – e que o facto dos ouvintes serem convidados a interagir «no ar» já é considerado um modo de exercício democrático. Se o objetivo geral deste produto passa por gerar uma relação entre a comunidade e a agenda mediática local, desenvolvendo uma cidadania regional ativa, então deve ser atendida uma interação bidirecional (em direto) entre o estúdio e os ouvintes. Para tal, Meneses (2003) deixou algumas sugestões, como a prévia promoção do tema a ser discutido ou a possibilidade de incluir algumas sugestões do público, no alinhamento.

A escolha do nome «Paradoxo Local» reflete a diversidade de opiniões, entre a população, acerca dos temas debatidos em antena. Além disso, o facto da palavra «paradoxo» ser pouco frequente no discurso cotidiano, permite que o projeto se destaque pela diferença e favorece a sua visibilidade nas pesquisas *online* (por não existirem conteúdos com a mesma nomenclatura). Já o *slogan* adotado – «O Outro Lado do Oeste» – alude à localização geográfica da freguesia de Benedita, uma das localidades mais afastadas do mar e situada a sul do concelho de Alcobaça. A análise dos projetos informativos de debate mostra que, na maioria dos casos, os painéis fixos são valorizados pela estabilidade que conferem ao programa e pela proximidade que estabelecem com o público. Essa continuidade favorece a criação de uma identidade reconhecível e pode contribuir para

fidelizar a audiência. Tendo em conta estas considerações, o «Paradoxo Local» também adota um painel de convidados fixo, composto por personalidades com relevância junto da comunidade beneditense e que asseguram a representatividade e a credibilidade do projeto. Pressupondo que num programa de debate se objetiva criar uma discussão, entre os intervenientes, será importante determinar um número equilibrado de convidados. Do ponto de vista do «ruído», Meneses (2003) sugeriu um máximo de cinco e um ideal de dois – preferencialmente de posições opostas – questionando “se o debate é em directo e um deles falta passa a ser uma entrevista?” (p. 200). Por essa razão, são desafiados três agentes locais que, em comum, partilham o facto de serem naturais de Benedita:

- Sandra Lourenço Amaro (36 anos) é geóloga e foi uma das vozes ativas na defesa do edificado da Quinta da Serra (Benedita). Atualmente é a coordenadora do núcleo de Alcobaça, do partido Iniciativa Liberal;
- Nuno Ferreira (47 anos) é empresário, proprietário de postos de abastecimento e lojas de conveniência nos concelhos de Alcobaça e Rio Maior. Entre 2013 e 2021 foi parte ativa na política local e concelhia, pelo partido CDS-PP;
- José Marques Serralheiro (70 anos) é administrador hospitalar aposentado e ocupa a função de Provedor do Utente da Unidade Local de Saúde do Oeste (ULSO). Em 2024 foi candidato do partido Alternativa 21 pelo círculo de Leiria, às eleições legislativas desse ano.

De acordo com o estudo *Digital 2024: Portugal* (Meltwater, 2024), a média de escuta de rádio pela população portuguesa equivale a 1 hora e 21 minutos, ao passo que a média de escuta de *podcasts* decresce para os 42 minutos. Considerando estes dados, e de forma a não afetar os compromissos publicitários da emissora, o programa tem uma duração de aproximadamente 50 minutos e é dividido em quatro partes:

- Destacável – Espaço de comentário acerca de notícias (de âmbito local, nacional ou internacional) apresentadas pelos convidados. O seu objetivo não é gerar um debate em estúdio, em torno dos conteúdos abordados, mas sim incentivar a população a informar-se;
- Serviço Público – O primeiro espaço aberto à discussão visa abordar temáticas regionais, nacionais ou internacionais, selecionadas pela equipa do projeto. Ainda

que generalizados, relacionam-se sempre com os interesses e as preocupações da comunidade local (por exemplo, estudos ou estatísticas distritais). O segmento é introduzido pelo moderador, que contextualiza o tema;

- Entre Linhas – O segundo espaço dedica-se às temáticas intimamente relacionadas com a população, a partir do trabalho jornalístico realizado na freguesia ou no concelho em que o projeto se insere (por exemplo, decisões do poder local e ocorrências na região). À semelhança do segmento anterior, a seleção do tema é uma responsabilidade da equipa de trabalho e depois introduzido pelo moderador a partir da contextualização do mesmo;
- Notas Finais – Espaço final onde os convidados podem complementar as suas intervenções anteriores, congratular personalidades locais ou deixar sugestões de interesse público.

Abordando os debates eleitorais, que implicam um rigor adicional em relação aos restantes géneros de discussão, Chantler & Stewart (2009) sublinharam que os convidados devem ter uma participação equilibrada e que “não se espera que o apresentador ou jornalista (...) utilize um cronómetro. Mas não deve haver discrepâncias flagrantes” (p. 226). A construção do guião e a preparação do moderador podem contribuir para esse equilíbrio, garantindo também a imparcialidade que é característica de quem ocupa este posto. Sendo o som um elemento efémero, Meneses (2003) alertou que o texto para rádio deve ser distinto do de um jornal, adotando uma linguagem simplificada e que facilite a compreensão da mensagem veiculada. Por outras palavras, tanto se deve atender a uma escrita criativa e cuidada como a uma leitura perceptível para o público. Algumas sugestões que o autor deixou, para os programas emitidos em direto, são “escrever sempre, nem que seja tópicos; manter uma elevada concentração (...); previamente, preparar o assunto com alguma profundidade (...); além das emoções, é preciso gerir o ritmo” (p. 160). Quanto à abordagem junto dos intervenientes (formal ou descontraída) não existe uma regra estabelecida. Mesmo quando Meneses (2003, p. 174) considerou que “tratar um protagonista na antena por tu indicia cumplicidade e retira margem para que a conversa possa ter agressividade (no bom sentido), muitas vezes necessária”, logo depois assumiu que “se o tema exigir/permitir alguma descontração, alguma liberdade, esse tutear pode ser enquadrável”. Nessa lógica, e mantendo a coerência do registo tradicional da emissora, considera-se adequado aplicar uma formalidade no discurso (a segunda pessoa do plural, ou «você»).

Atendendo a convergência dos *media*, abordada por Jenkins (2006) e sugerida por Cordeiro (2010), este projeto integra três plataformas de comunicação: a rádio, onde é produzido e emitido o programa de debates; o *podcast*, onde é publicado o conteúdo gravado; e as redes sociais, onde é distribuído e promovido o produto em diferentes formatos. Isto significa que a atenção não se deve focar apenas no conteúdo abordado ou no discurso, como também na plástica sonora e na comunicação digital. Para tal é necessário refletir sobre as identidades sonora e gráfica que, de algum modo, se podem complementar e devem ter em conta os diversos públicos que serão expostos a elas. Sendo esta proposta baseada na palavra falada, o que a pode tornar monótona, é importante criar estímulos para captar a atenção dos ouvintes em direto – Maia (1995, p. 274) disse que “sonorizar é como dar cor a um quadro, mostrando ao ouvinte a imagem que os olhos não vêem”. Tendo em conta a análise dos projetos informativos, esta sonorização pode passar pela divisão de segmentos temáticos (eg.: genérico ou separadores do programa).

O seu conceito debruça-se sobre o sentimento de «atrevimento», partindo do pressuposto que os programas de debate são provocadores e capazes de gerar algum desconforto junto de instituições ou do poder local. Sandra Fonseca afirma que eles “podem, por vezes, criar pressão pública para que os governantes locais ajustem as suas políticas conforme as necessidades da comunidade” (Fonseca, Comunicação Pessoal, 30 de janeiro de 2025). No que toca aos suportes audiovisuais para as plataformas digitais, devem incorporar conteúdos do programa, imagens e/ou cor: McLuhan (2000) entendeu que o modo como uma informação é transmitida também pode influenciar a sua receção. O mesmo autor notou que “numa cultura visual altamente letrada, ao sermos apresentados a alguém, é comum acontecer que a aparência visual ofusque o som do nome da pessoa” (p. 49), o que mostra a importância de uma imagem. Para tal, as fotografias são recursos capazes de captar a atenção dos utilizadores digitais: por exemplo, a promoção de um tema como a «maternidade na região» pode ser favorecida se acompanhada pelo retrato de um bebé.

A cor deve ser um elemento transversal e coerente na comunicação digital, estabelecendo uma relação entre os conteúdos publicados. Rand (1993) entendia que "a cor pode desencadear diferentes estados de espírito e assinalar diferentes funções, dependendo do contexto". Kandisky (2020) vai mais longe e sugere que ela tem uma influência direta na alma do espectador, sendo os tons mais claros que atraem e retêm o seu olhar: “as [cores] claras e quentes fixam-no ainda com mais intensidade” (p. 58). Seguindo ao encontro da

conceção sonora do projeto, a eleição do amarelo pretende suscitar o interesse dos utilizadores digitais, tirando partido da sua associação a força ou excentricidade: “comparado com os estados de alma, poderia ser a representação cromática da loucura, não da melancolia ou da hipocondria” (Kandisky, 2020, p. 81).

**Figura 8**

*Identidade gráfica provisória*



*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 9**

*Identidade gráfica final*



*Fonte.* Elaboração própria

Dada a urgência para que este projeto fosse implementado, a identidade gráfica foi desenvolvida provisoriamente (Figura 8) a partir de uma relação entre a imprensa e o jornalismo: uma tipografia de estilo gótico, comumente associada a uma época pré-renascentista. Ela surge com frequência em publicações como Diário de Notícias ou The New York Times (dois exemplos de referência) com o objetivo de transmitir rigor e veracidade do trabalho jornalístico. O *design* foi ajustado no início de 2025, uma vez que a proposta inicial se revelou excessivamente austera e afastada da identidade pretendida para um produto radiofónico – o conteúdo aplicado até essa data pode ser consultado no capítulo Anexos. Rand (1993, p. 58) definiu a função principal de um logótipo como a de identificar algo, tirando partido da simplicidade: “um design complexo, exigente ou obscuro tem um mecanismo de auto-destruição. (...) Isto apenas tornará a identificação mais difícil e a “mensagem” mais obscura”. Seguindo a sua lógica, a marca apresentada propôs um símbolo que retrata a oposição de opiniões, a partir de um balão de fala – típico da banda desenhada – com dois microfones de rádio contrapostos e desalinhados. Na mesma linha de pensamento, a tipografia adota um estilo simples e reto, como se pode verificar na Figura 9. Relativamente ao ambiente em que uma identidade pode ser aplicada, Rand (1993) destacou que esse é um fator tão importante quanto o próprio

logótipo, devendo haver um cuidado na exibição da marca. Ou seja, elementos como as fotografias não devem ter interferência ou colocar em causa a legibilidade do símbolo. E se as redes sociais precisam de ser encaradas como plataformas úteis na divulgação e contacto com o público (Santos et al., 2022), torna-se imprescindível que a comunicação nelas veiculada tenha em conta os conceitos acima explorados.

## **6.2. Operacionalização do Conceito**

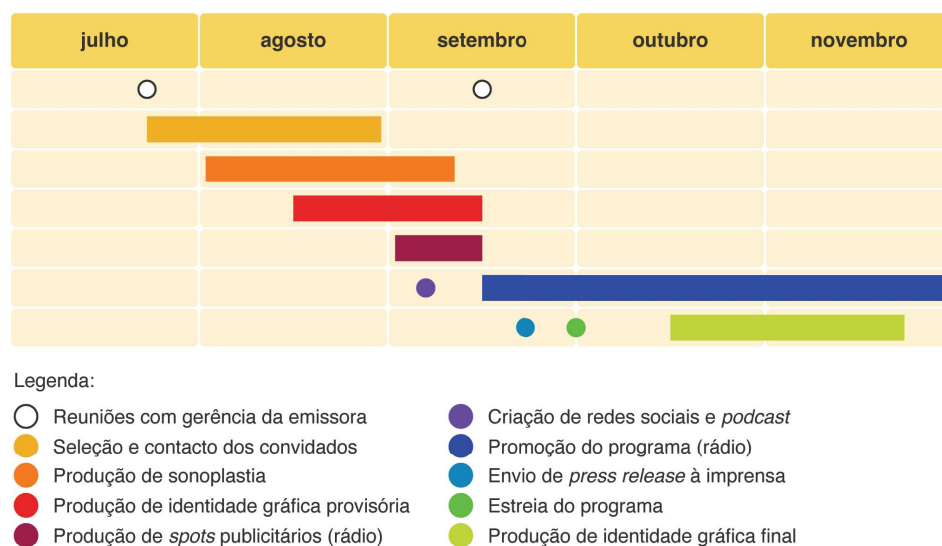
Transmitido em direto e envolvendo a sociedade civil, a partir das redes sociais, este programa foca-se no debate de temas sociopolíticos (conforme a abrangência da rádio Benedita FM). Partindo do princípio de que a informação local ou regional não é evitada pelos portugueses (Cardoso et al., 2023) – ainda que o conceito de proximidade se tenha deixado de cingir a um lugar físico – este projeto pretende gerar uma discussão pública em torno da atualidade regional, baseada na opinião dos agentes sociais apresentados. Isso implica que haja uma fidelização do público, que o motive a interagir e participar na agenda mediática da região. Marques (2023) constata que a prioridade do *marketing* estratégico se tem vindo a focar no utilizador: “conseguir a verdadeira lealdade do cliente parece ser o fator-chave para ganhar quota de mercado, desenvolver e sustentar uma vantagem competitiva” (p. 24). Para isso, a autora entende que a conquista de um público pode conduzir a uma baixa rotação do mesmo, afastar cenários incertos ou evitar reclamações, resultando no crescimento de um projeto. Para que este conceito seja adaptado ao produto sonoro que aqui é apresentado, a primeira preocupação deve apontar à habituação do público. Desta forma, recuperando a análise empírica e o relatório *Podcasting. Produção, distribuição e consumo em Portugal* – “os programas mais frequentes são semanais” (Cardoso et al., 2022, p. 11) – este conteúdo segue os exemplos e fixa-se uma periodicidade semanal.

Numa reunião com a gerência da emissora, em julho de 2024, foi discutido o alinhamento e ficou estabelecido que o programa seria transmitido à terça-feira, entre as 22H00 e as 23H00. Além de ser um dos segmentos disponíveis na grelha de programação, era um horário compatível com as atividades profissionais dos convidados. Também foi sugerido repor o produto em antena ao domingo, entre as 12H00 e as 13H00, por se entender que este horário pode alcançar uma maior diversidade de ouvintes. Nesse momento foi elaborada uma lista de personalidades locais com uma cidadania ativa na região, da qual

o moderador selecionou a composição do painel com base nos interesses da população: saúde, tecido empresarial e território. Dadas as condições limitadas do setor, a moderação não pôde ser assegurada por um jornalista. Desta forma foi prevista a supervisão pela redação, com o objetivo de garantir uma seleção temática e tratamento dos conteúdos que respeitem os princípios de rigor e imparcialidade associados a este tipo de programas. A sua estreia foi agendada para dia 1 de outubro de 2024, dada a urgência do debate acerca da Área de Localização Empresarial da Benedita (ALEB) – uma antiga reivindicação da população e que abria a venda dos primeiros lotes nessa altura. Até essa data foi desenvolvida a identidade gráfica provisória e a sonoplastia do projeto, foi endereçado um *e-mail* aos convidados selecionados, preparada a disponibilidade nas plataformas digitais e promovido o projeto junto da imprensa regional. A sua divulgação foi enviada às redações através de um *press release*, que reunia uma memória descritiva e imagens promocionais. Esta comunicação resultou na menção do programa em jornais, como ‘O Alcoa’ ou o digital ‘Região de Rio Maior’ – os recortes podem ser consultados no capítulo Anexos. Antes de ser implementado, foi importante reunir novamente com a gerência para apresentar a estrutura final e preparar a estreia.

**Tabela 12**

*Cronograma de operacionalização*



*Fonte.* Elaboração própria

O alinhamento do programa é definido com base na pertinência de cada segmento para o público. Por outras palavras, os espaços de discussão<sup>16</sup> têm uma duração mais extensa do

<sup>16</sup> Os espaços de discussão remetem para os segmentos «Serviço Público» e «Entre Linhas»

que os de comentário<sup>17</sup> por abordarem os assuntos da atualidade, relacionados com o cotidiano da população. Esta divisão tem em conta a análise empírica deste documento e os compromissos da emissora (o noticiário das 22H00 e o segmento publicitário das 22H30). Também procura evitar que a duração do debate, sobre as temáticas regionais ou locais, seja afetada por imprevistos ou má gestão de tempo.

**Figura 10**

*Recorte do alinhamento da primeira emissão*

<b>PARADOXO LOCAL</b>			
<b>Horas</b>	<b>Descritivo</b>	<b>Nome</b>	<b>Duração Total</b>
22H00	Noticiário	-	7 min.
22H05	Publicidade	-	
22H07	Genérico	-	-
	Abertura do Programa	Diogo Honório	1 min.
22H08	Separador — <i>Destacável</i>	-	-
	Iniciativa p/alargar duração licença paternal	Sandra Amaro	7 min.
	O drama dos incêndios em Portugal	Nuno Ferreira	
	Livro "Espaço Religioso das Promessas"	José Serralheiro	
22H15	Separador — <i>Serviço Público</i>	-	-
	Introdução	Diogo Honório	15 min.
	Orçamento do Estado para 2025: Presid. República alerta para instabilidade, mas PSD e PS não se entendem.	Nuno Ferreira	
		José Serralheiro	
		Sandra Amaro	
22H30	Publicidade	-	1 min.
22H31	Introdução — <i>Entre Linhas</i>	Diogo Honório	20 min.
	Mobilidade Beneditense: a rede de transportes públicos e a prometida paragem de autocarros	José Serralheiro	
		Sandra Amaro	
		Nuno Ferreira	
22H51	Notas Finais	-	3 min.
22H54	Fecho de Programa	Diogo Honório	1 min.

*Fonte.* Elaboração própria

Em síntese, o moderador fica encarregue da abertura, que introduz os convidados e apresenta os temas a debate. Segue-se um espaço de opinião, onde os intervenientes abordam notícias ou temáticas da atualidade que consideram relevantes para a comunidade. A publicidade divide a discussão dos assuntos de índole nacional ou internacional (com influência no dia-a-dia do público) e os de carácter local/regional.

<sup>17</sup> Os espaços de comentário dizem respeito aos segmentos «Destacável» e «Notas Finais».

Sendo que ela resulta de um compromisso entre a estação e os seus clientes, não deve ser transmitida fora do horário estipulado. Na prática isto significa que, caso os oradores se alonguem nos seus comentários iniciais, o «Serviço Público» será reduzido para salvaguardar a passagem da publicidade e o foco sobre a região (no segmento «Entre Linhas»). Antes de ser concluído, o programa reserva um espaço para que os convidados possam complementar ideias apresentadas, promover eventos da região ou congratular conquistas de personalidades e coletividades locais.

A partir do conceito e da estrutura deste projeto, é construído um *briefing* para a produção da sua identidade sonora: um tema forte e de apelo à curiosidade. Com o objetivo de ilustrar o programa e assumir as divisões entre os segmentos, faz sentido acompanhar e integrar os conteúdos produzidos para as plataformas digitais (*eg. reels*<sup>18</sup>). Para um contributo mais profissional, a tarefa da sonoplastia é encarregue ao beneditense Miguel Mateus<sup>19</sup>, que segue as orientações baseadas no conceito do projeto. A opção de interpelar um produtor musical da região tem por objetivo criar um produto local «de raiz». Desta forma, o envolvimento da sociedade civil não se limita ao debate e inclui-a na construção do projeto no seu todo. Após alguns encontros informais com o músico, para discutir esta identidade sonora, o resultado culminou na montagem de elementos que procuram fundir um tom sério (que comumente caracteriza este género de conteúdo) e irónico ou atrevido. O objetivo passa por criar uma «textura» que acompanhe ou divida os conteúdos, sem desviar a atenção dos ouvintes. Paralelamente, é necessário definir a função e a duração de cada elemento, como indicado na Tabela 13.

**Tabela 13**

*Elementos que compõem a identidade sonora*

Descritivo	Duração
Spot publicitário	25 / 30 segundos
Genérico	10 / 20 segundos
Trilha sonora	2 minutos
Separador sonoro	6 / 10 segundos
Indicativo de intervalo	6 / 10 segundos
Encerramento	30 / 40 segundos

*Fonte.* Elaboração própria

<sup>18</sup> Vídeos de curta duração, inseridos nas redes sociais.

<sup>19</sup> Produtor e membro de bandas musicais, como Homem Nada e Trigloditas.

Definidas as *masters* finais, foi inserida uma *voice-over* sobre alguns segmentos. A sua presença, durante a emissão, pretende libertar o moderador de informação irrelevante para o debate. Por exemplo, no genérico são identificados os nomes do programa e de quem o conduz; no encerramento são anunciados os horários e a disponibilidade em *podcast*. Sabendo que a moderação é assegurada por um animador da Benedita FM, a escolha de uma voz feminina – Cláudia Fragoso<sup>20</sup> – procura estabelecer um contraste entre locuções. Também foram produzidos dois anúncios emitidos na estação beneditense, com o intuito de promover a nova entrada na grelha de programação: um dedicado à estreia e emitido durante os 15 dias que a antecederam; outro para o decorrer dos primeiros três meses.

Indo ao encontro da proposta projetual, a escolha dos temas resulta do trabalho conjunto entre o moderador e a equipa de redação. Numa primeira análise aos conteúdos informativos, publicados durante a semana, são selecionadas as temáticas que implicam diretamente com a comunidade ou se relacionavam com a região. Após este levantamento, são apresentadas e discutidas com os jornalistas da emissora para avaliar a sua pertinência na agenda mediática local. No caso prático da Figura 10 podem ser observados os dois temas que compuseram o primeiro alinhamento: o Orçamento do Estado para 2025 e a rede de transportes públicos na freguesia. A partilha desta seleção com os convidados é efetuada à sexta-feira, na mesma altura em que lhes é solicitada a notícia que pretendem comentar. Se, por um lado, o distanciamento entre a definição dos temas e o dia da emissão pode limitar o seu conceito de atualidade, por outro permite aos participantes inteirarem-se dos assuntos ao longo do fim de semana.

**Tabela 14**

*Planeamento para produção dos programas*

	Segunda	Terça	Q.	Quinta	Sexta	Sábado	D.
Manhã	—	—	—	Seleção dos temas	—	Produção do guião	—
Tarde	Recolha de comentários	—	—	Debate dos temas	Partilha do alinhamento		—
Noite	—	Emissão do programa	—	—	—	—	—

*Fonte.* Elaboração própria

<sup>20</sup> Locutora na descontinuada Rádio Sim e, atualmente, na Benedita FM.

O guião é elaborado de acordo com o alinhamento estabelecido e indica ao moderador o seu texto, a ordem das intervenções, a sua duração e algumas perguntas genéricas. Isto não significa que a sua condução esteja limitada, havendo liberdade para a discussão no estúdio. Meneses (2003) equiparou as funções de um moderador com as de um jornalista, mas notou que o trabalho do primeiro vai além da apresentação dos temas e da sua discussão – “da avaliação permanente sobre a compreensão à gestão equilibrada dos tempos não faltam preocupações para quem modera o debate” (p. 201). Vale a pena sublinhar que o mesmo autor entendia como dever do jornalista, entre diversas características: omitir a sua opinião, ter uma intervenção medida – não interromper em excesso nem adotar uma postura passiva – e não divulgar as suas questões. Mesmo sem esta função, um moderador deve adotar uma atitude idêntica para manter a pluralidade que o produto objetiva.

Recuperando o relatório *A Rádio Local na Sociedade Portuguesa* (Taborda & Pestana, 2023), reforça-se que os especialistas consideram o incentivo à proximidade e integração das comunidades, na construção dos conteúdos, como a provável salvaguarda do setor. Nesse sentido, o contexto digital é dividido em duas vertentes: a distribuição do *podcast* e, paralelamente, a das redes sociais. A emissão *online* da rádio também pode ser considerada uma forma de aproximação às comunidades mais distantes, quebrando as fronteiras impostas pela transmissão hertziana. Ainda que o seu papel seja importante, não será contemplada neste trabalho por ser uma responsabilidade da estação e não ter sido possível tomar conhecimento das métricas que dela resultaram. Considerando os dados apresentados pelo relatório *Podcasting. Produção, distribuição e consumo em Portugal* (Cardoso et al., 2022), optou-se por alargar a sua distribuição às plataformas Youtube, Spotify e Apple Podcasts por serem as mais acedidas pelos utilizadores portugueses. Note-se que, embora a Google Podcasts também seja incluída no estudo, está atualmente descontinuada. Depois de publicado, além do conteúdo ser promovido nas redes sociais (tanto do projeto como da emissora) também deve ter lugar no *website* da rádio.

## Figura 11

Exemplo de sequência de frames, no YouTube



Fonte. Elaboração própria

Os *podcasts* são disponibilizados em formatos adaptados às suas plataformas: ou seja, o vídeo no YouTube e o áudio no Spotify e Apple Podcasts. No primeiro caso, e não havendo recursos para a captação de imagens, a identidade visual assume uma dinâmica que alterna o nome do programa com o tema abordado (Figura 11). No segundo caso, o grafismo é remetido para a imagem de capa e limitado a um carácter estático (Figura 9). Apesar desta diferença de consumo entre as plataformas, todos os episódios são acompanhados por descrições e títulos relacionados com os conteúdos discutidos. A sua publicação, à quarta-feira, possibilita que seja escrito um artigo para o *website* da estação com informação detalhada acerca dos temas a debate.

A promoção do programa é feita maioritariamente por via digital, entre as redes sociais da Benedita FM e as do próprio projeto. Para tal são desenvolvidos perfis nas interfaces mais acedidas pelos portugueses – Facebook e Instagram – com a intenção de envolver a comunidade na agenda mediática da região. Aqui é incentivada a partilha de temas, por parte do público, e a sua participação via mensagem ou comentário. As publicações são divididas em três fases: a divulgação dos temas, a disponibilidade do *podcast* e a promoção do programa (a partir de excertos). O discurso das descrições nas redes sociais não é ajustado por tal implicar uma atenção redobrada na escrita de cada *post*, ainda que estas plataformas abranjam faixas etárias distintas. Com recurso a uma estratégia *call to action*, procura-se incentivar a participação do público e a escuta da emissão em direto ou do *podcast*, a partir de *links* redirecionais. A imagem visual também desempenha um papel importante no projeto, tendo por objetivo cativar os espectadores a partir de fotografias com que se familiarizem – da região e relacionadas com os temas a debate. Os diferentes tamanhos do tipo de letra e o seu contraste sugerem uma hierarquia, guiando

o olhar do utilizador num sentido vertical (à semelhança da leitura nos dispositivos digitais). Esta regra é considerada entre: conteúdos estáticos, que aludem a publicações baseadas em imagens; e conteúdos dinâmicos, que fazem referência a vídeos curtos como *teasers* (com informação referente aos temas) ou excertos do programa (trechos áudio que recuperam os comentários dos convidados). Estes conteúdos serão apresentados mais adiante, nas figuras 15, 16 e 17.

**Tabela 15**

*Plano de comunicação para as plataformas digitais*

Dia da semana	Descritivo	Género de Conteúdo	
		Facebook	Instagram
Segunda	· Anúncio dos temas	Dinâmico	Dinâmico
Terça	· Lembrete da emissão	Estático	Estático
Quarta	· Publicação do <i>podcast</i> · Promoção da distribuição, nas redes sociais	Estático	Estático
Quinta	—	—	—
Sexta	· Promoção do <i>podcast</i> no <i>website</i> da rádio · Promoção de excertos do programa	Estático	Dinâmico
Sábado	· Promoção de excertos do programa	Estático	Dinâmico
Domingo		Estático	Dinâmico

*Fonte.* Elaboração própria

De forma esquemática, a Tabela 15 apresenta o plano de comunicação do «Paradoxo Local» nas plataformas digitais. Numa primeira fase começa-se pelo anúncio dos temas feito a partir de um *reel*, composto por uma breve descrição, imagens associadas e a trilha sonora do programa. No dia da emissão é publicado um *post* (carrossel) que resume as temáticas abordadas e motiva a participação do público, a partir dos comentários. Após a produção e edição do programa – remoção do segmento publicitário e aplicação do grafismo para o YouTube – o conteúdo é submetido nos serviços de *podcast* e promovido nas redes sociais. Esta promoção inclui uma descrição com os temas abordados, a disponibilidade do conteúdo e o apelo à participação do público. A quinta-feira é reservada para compor o artigo no *website* da emissora, a seleção e o desenvolvimento da comunicação que será difundida ao longo do fim de semana, nas redes sociais. Ainda que compostas pelos mesmos recursos, as publicações entre o Facebook e o Instagram são distintas: a primeira plataforma recorre a uma imagem estática e destaca uma das

intervenções dos convidados, remetendo o utilizador para o *podcast*; o segundo adota uma postura dinâmica que recupera o trecho do mesmo comentário, acompanhado por legendas e a fotografia do interveniente.

### 6.3. Implementação do Projeto

A execução do projeto tem em conta um período de seis meses, entre outubro de 2024 e março de 2025, totalizando a emissão de 23 episódios. Transmitidos em direto, os encontros semanais decorrem nos estúdios da Benedita FM com produção e realização do próprio moderador e, salvo algumas exceções, com a presença dos três intervenientes. Coincidindo com a passagem do ano 2024 para 2025, Sandra Lourenço Amaro precisou de se ausentar e indicou um nome para a substituir: Bruno Letra (de 47 anos), licenciado em Direito e empresário nas áreas do ensino da condução automóvel e de formação profissional, é vice-presidente da comissão executiva do núcleo territorial de Alcobaça da Iniciativa Liberal. O facto de ele e Nuno Ferreira já terem participado em projetos semelhantes pode ter motivado um debate mais descontraído, ao passo que os restantes convidados precisaram de se adaptar ao longo das semanas. Na sequência da falta de meios humanos que garantissem um registo vídeo de cada emissão, optou-se por agendar alguns levantamentos fotográficos para ilustrar a comunicação das redes sociais: mais concretamente, os excertos dos programas. Eles foram captados ao longo das emissões em direto, recorrendo a um telemóvel e com o intuito de preservar a naturalidade dos intervenientes (evitando poses).

**Figura 12**

*Emissão de 01 de outubro de 2024*



*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 13**

*Emissão de 08 de janeiro de 2025*



*Fonte.* Elaboração própria

Independentemente de existir um alinhamento predefinido, são testados diferentes formatos que passam pela adaptação do painel de convidados ou o ajuste da estrutura do programa: veja-se o exemplo do episódio 21, dedicado ao Dia Internacional da Mulher, e que não só recebeu como intervenientes três mulheres da região como também se limitou a um único tema – «a Mulher do século XXI». As temáticas debatidas deram prioridade à atualidade regional e procuraram ir ao encontro dos interesses da comunidade local, como se pode confirmar na Tabela 16. Note-se que, no entender de Sandra Fonseca, “o seu foco em temas locais/regionais, ajuda a unir a comunidade, revelando problemas, soluções e questões do quotidiano” (Fonseca, Comunicação Pessoal, 30 de janeiro de 2025).

**Tabela 16**

*Temas abordados em cada programa, de acordo com a agenda mediática local*

Episódio	Data	Temas	
		Serviço Público	Entre Linhas
1	01/10/2024	Orçamento do Estado 2025	Mobilidade na Freguesia
2	08/10/2024	Crise na Habitação	Hospital do Oeste
3	15/10/2024	Catástrofes Naturais	Salários da Região
4	22/10/2024	Telemóveis nas Escolas	60.º Aniversário do ECB
5	29/10/2024	Desemprego da Região	Violência Contra as Mulheres
6	05/11/2024	Consumos e Preços da Energia	ALEB
7	12/11/2024	Atrasos no Atendimento do INEM	Projeto “Ligue Antes, Salve Vidas”
8	19/11/2024	Greve do S.TO.P.	Taxa Turística na Região
9	26/11/2024	Cibersegurança	Orçamento Participativo Alcobça
10	03/12/2024	Associativismo na Freguesia	Comércio Local
11	10/12/2024	Finanças do Município	Aumento de Preços em 2025
12	17/12/2024	Acontecimentos do Ano (regionais / locais)	
13	07/01/2025	Inverno em Portugal	PDM de Alcobça
14	14/01/2025	Segurança Rodoviária	Acessos Rodoviários de Benedita
15	21/01/2025	Desagregação de Freguesias	Bolsas de Estudo do Município
16	28/01/2025	Custo da Habitação na Região	Dependências
17	04/02/2025	Burlas na Região	Tecido Empresarial de Benedita
18	11/02/2025	Comunicação Social Local	40.º Aniversário da Benedita FM
19	18/02/2025	Novidades da ALEB	Violência entre Jovens
20	25/02/2025	Linha do Oeste	Linha de Alta Velocidade (TGV)
21	11/03/2025	Programa Especial: A Mulher do Século XXI	
22	18/03/2025	Eleições na Região	Iluminação no IC2
23	25/03/2025	Felicidade Mundial	Museus de Benedita

*Fonte.* Elaboração própria

Seguindo a estrutura do programa, no «Serviço Público» são debatidos temas como a crise na habitação, o desemprego, a cibersegurança ou a segurança rodoviária. Nestes casos, em que o conceito é genérico, será pertinente recorrer a relatórios que deem conta de dados concretos sobre o «triângulo municipal»<sup>21</sup> que rodeia a freguesia. O segmento «Entre Linhas» – focado nas questões diretamente ligadas à população – discute temas localistas, como a Área de Localização Empresarial da Benedita (ALEB), o comércio e o tecido empresarial, os acessos rodoviários ou os museus da vila beneditense. A contextualização de cada tema está a cargo do moderador que, no início de cada rubrica, o apresenta a partir de uma nota introdutória. Com o intuito de enriquecer a mensagem, também são usados depoimentos recolhidos pela estação (como RM de autarcas).

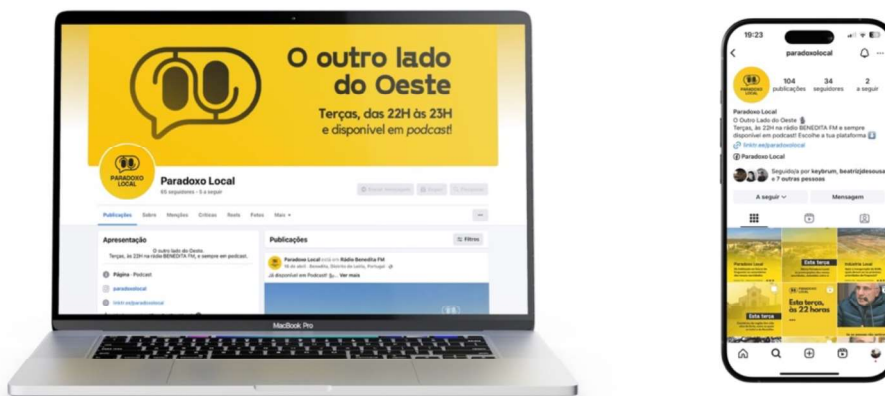
De acordo com a ERC (2022 p. 349), “a revolução tecnológica faz com que a rádio, através do digital, possa chegar a mais públicos, com maior diversidade em termos de audiências, e com um universo geográfico mais alargado”. Isto significa que a adesão da radiodifusão aos *media* digitais acaba por promover uma comunicação visual e maior interatividade com o público, tendo em conta que a promoção nestas plataformas está associada ao contacto com os consumidores (Santos et al., 2022). Segundo os dados publicados pelo *DataReportal* (Meltwater, 2024), o Facebook e o Instagram são as redes sociais mais usadas em Portugal, depois do WhatsApp. Ainda que esta aplicação *mobile* possa ser vista como uma potencial ligação direta entre a estação e os ouvintes, não é englobada no projeto pela dificuldade da sua gestão em direto: seria necessário um apoio na produção do programa, para filtrar as mensagens a partir de uma pré-escuta que não pode ser realizada pelo moderador. Como tal, torna-se pertinente criar perfis nestas plataformas e que podem ser consultados nos *links* [facebook.com/paradoxolocal](https://facebook.com/paradoxolocal) e [instagram.com/paradoxolocal/](https://instagram.com/paradoxolocal/) (ou observados na Figura 14).

---

<sup>21</sup> Concelhos de Alcobaça, Caldas da Rainha e Rio Maior.

## Figura 14

*Perfis das redes sociais (Facebook e Instagram, respetivamente)*



*Fonte.* Elaboração própria

Nas figuras 15, 16 e 17 são apresentados alguns exemplos de conteúdos publicados nas plataformas digitais do projeto, que seguem em linha com os conceitos estabelecidos anteriormente – recurso a imagens familiares aos ouvintes ou diferentes tamanhos e contrastes do tipo de letra.

## Figura 15

*Frames de conteúdo audiovisual, para anúncio dos temas no Instagram*



*Fonte.* Elaboração própria

**Figura 16**

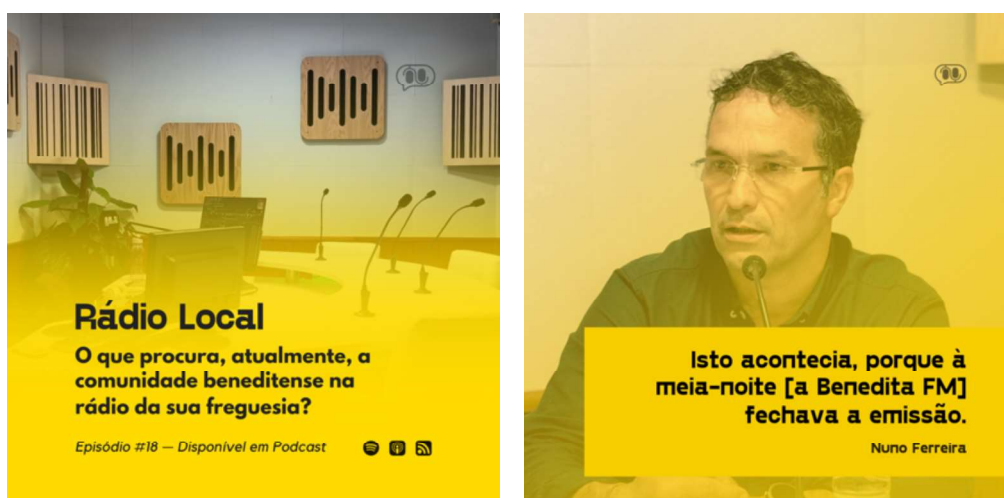
*Carrossel de imagens, para anúncio dos temas no Facebook*



*Fonte. Elaboração própria*

**Figura 17**

*Exemplos de divulgação do podcast, nas redes sociais*



*Fonte. Elaboração própria*

Sabendo que nos últimos anos se foi revelando uma elevada procura do público pelos serviços de *podcast* (Paiva & Morais, 2020), faz sentido incorporar este produto nos repositórios *on-demand*. Isto permite alcançar uma audiência que, pelas mais variadas razões, não acompanha a emissão em direto: seja por motivos de disponibilidade ou fuso horário. A partir daqui, a distribuição é dividida entre quatro plataformas: YouTube (com

recurso ao YouTube Studio<sup>22</sup>), Spotify, Apple Podcasts e RSS (monitorizados no Spotify for Creators<sup>23</sup>). Todos os programas podem ser recuperados nos seguintes *links*: [youtube.com/@ParadoxoLocal](https://youtube.com/@ParadoxoLocal), [open.spotify.com/show/1zOYv12tllmliA59j9INwB](https://open.spotify.com/show/1zOYv12tllmliA59j9INwB) e [podcasts.apple.com/us/podcast/paradoxo-local/id1769052294](https://podcasts.apple.com/us/podcast/paradoxo-local/id1769052294). Tendo por base o plano de comunicação do projeto, estes conteúdos ainda são partilhados nas redes sociais e publicados no *site* da rádio (em <https://www.beneditafm.pt/?s=paradoxo+local>).

#### **6.4. Avaliação do Projeto**

A avaliação constitui a última fase do projeto e é fundamental, tanto para compreender a validade ou relevância deste trabalho como para sinalizar limitações da implementação. Deve, portanto, ser considerado um momento de aprendizagem e reflexão crítica acerca da execução do produto. Os dados identificados baseiam-se nos resultados obtidos a partir das métricas disponibilizadas pelas redes sociais e plataformas de *podcast*. O período em análise – um semestre – permite-nos obter algumas respostas, mas convém ter em conta que é necessário continuar a insistir na sua aplicação prática para reunir resultados mais expressivos. Ainda assim é possível tirar conclusões com base nas métricas digitais, considerandos aspetos como o interesse do público sobre os temas debatidos ou o alcance dos conteúdos difundidos.

Observando os indicadores de escuta confirma-se que a escolha de temas locais, na ordem do dia e com influência na comunidade, motivam um maior número de reproduções: alguns exemplos são o Orçamento do Estado 2025 e os transportes públicos na vila; a utilização dos telemóveis nas escolas e a celebração do 60.º aniversário do Externato Cooperativo da Benedita (ECB); ou a manutenção da Linha Ferroviária do Oeste e a construção da Linha de Alta Velocidade (vulgo TGV). O supracitado episódio 21, dedicado ao Dia Internacional da Mulher, é o mais reproduzido e a razão está relacionada com a mudança do painel de convidados: o facto de duas das intervenientes terem um forte impacto nas redes sociais, e de terem partilhado este conteúdo junto do seu público, poderá justificar um maior número de audições. Observando os episódios menos reproduzidos, compreende-se que os temas genéricos (ou amplamente debatidos pelos *legacy media*) motivam uma redução no interesse do público: neste caso concreto falamos

---

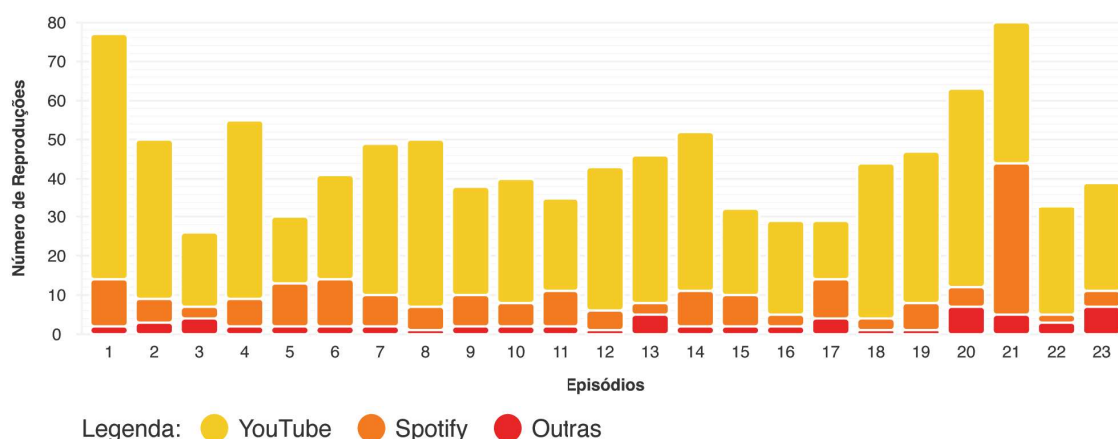
<sup>22</sup> Ferramenta da plataforma YouTube, para publicação e edição de conteúdos neste serviço.

<sup>23</sup> Plataforma de distribuição de conteúdos *podcast*, para serviços como Spotify, Apple Podcasts e RSS.

sobre as catástrofes naturais e a média de salários na região; os custos da habitação na região e dependências; ou as burlas na região e o tecido empresarial local. No gráfico seguinte é comparado o número de reproduções entre cada episódio: o YouTube a laranja, o Spotify a azul-escuro e outros (como Apple Podcasts) a azul-claro.

**Figura 18**

*Número de reproduções nas plataformas de streaming, por episódio*

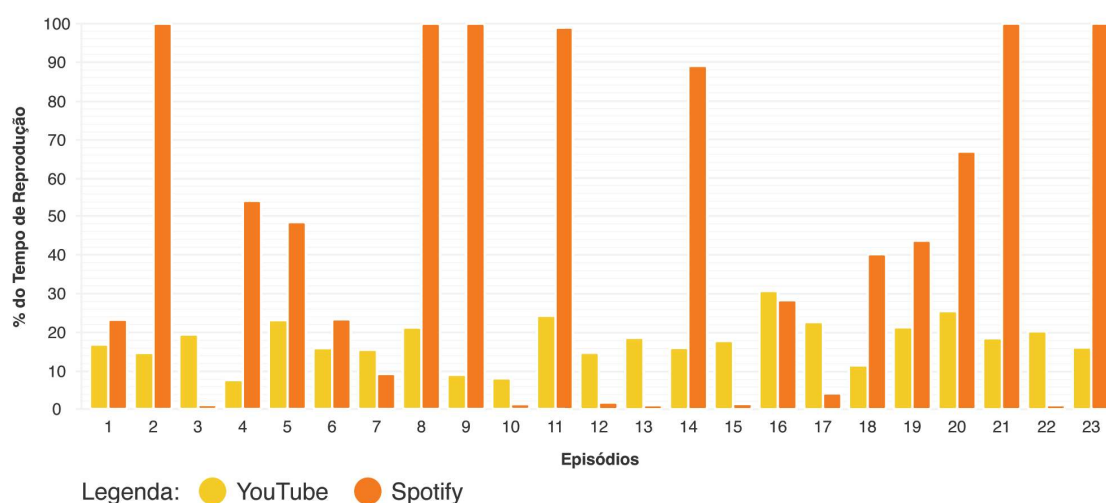


*Fonte.* Elaboração própria

Em relação à escuta do *podcast*, registam-se disparidades entre os resultados de cada plataforma. O Spotify for Creators apresenta algumas oscilações ao longo do semestre: o episódio 13 alcançou a retenção mais baixa (0,3%, equivalente a uma média de 12 segundos) e os episódios 2, 8, 9, 21 e 23 obtiveram uma escuta integral. Estes dados fazem referência aos primeiros sete dias após a publicação. No YouTube Studio existe uma relativa estabilidade, embora não se registre uma escuta integral: entre os menos e mais ouvidos estão, respetivamente, o episódio 4 com 7,7% (quase 4 minutos) e o episódio 16 com 30,8% (cerca de 15 minutos). A baixa retenção na audição dos conteúdos pode advir de diversos fatores, como a duração do programa ou a ausência da captação de imagens ao vivo.

**Figura 19**

*Retenção do público (percentagem do tempo de reprodução, por episódio)*



*Fonte.* Elaboração própria

O número de seguidores não evidencia um crescimento significativo entre ambos os serviços de *streaming*, até abril de 2025: o YouTube regista 15, ao passo que o Spotify reúne 12 subscritores. Dado que os valores são residuais, a monitorização da audiência é limitada pelas plataformas e motiva análises diferenciadas. Por exemplo, enquanto o YouTube não indica a localização geográfica dos utilizadores, o Spotify não apresenta a média de consumo dos episódios (além de 7 dias). A discrepância entre as impressões e visualizações no YouTube, sobretudo no segundo trimestre, revela uma baixa captação do público. Por outras palavras, apesar dos conteúdos serem apresentados a cada vez mais pessoas, tal não representa um aumento das reproduções. Também é importante salientar que os dados apontam para uma baixa retenção da audiência: além da quantidade de espectadores únicos ter vindo a decrescer, até fevereiro, o tempo médio de visualização ficou longe da duração total dos episódios (de aproximadamente 50 minutos).

**Tabela 17**

Resultados gerados a partir das Impressões, no YouTube

Resultados Mensais de Espectadores						
	Impressões	Taxa de Cliques de Impressões	Visualizações	Tempo Médio de Visualização	Espectadores Únicos	Continuaram a ver
Outubro	195	4,6%	158	08'03"	95	SD
Novembro	819	3,9%	151	07'20"	71	8,8%
Dezembro	836	2,0%	109	06'52"	59	7,4%
Janeiro	882	4,2%	119	07'45"	58	3,9%
Fevereiro	1 525	2,4%	124	10'28"	40	8,1%
Março	1 733	2,6%	143	08'52"	74	4,0%

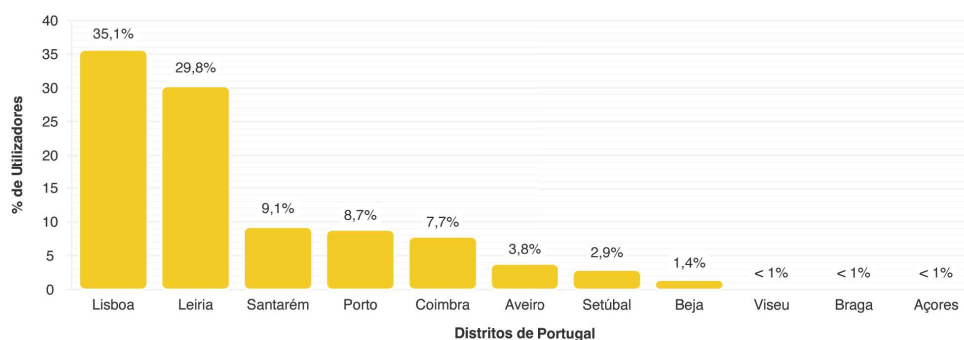
Legenda: SD – Sem dados.

Fonte. Elaboração própria

O Spotify for Creators permite segmentar os ouvintes por localização geográfica, género e faixa etária. Com base nos resultados apresentados pela plataforma, destaca-se a escuta por parte dos utilizadores localizados em Portugal, seguidos pelos localizados nos EUA<sup>24</sup>, no Reino Unido, na Rússia e no Brasil<sup>25</sup>. No território nacional, o *podcast* tem maior expressão entre Lisboa e Leiria, seguindo-se Santarém, Porto e Coimbra. Sabendo que a emissão hertziana da Benedita FM abrange o distrito leiriense e parte do escalabitano, estes dados reforçam a pertinência dos conteúdos serem disponibilizados *online*. Ou seja, mesmo havendo a possibilidade das pessoas acompanharem as transmissões em direto, existe quem recorra aos serviços de *streaming*.

**Figura 20**

Localização da audiência, ao longo do semestre, por distrito (em percentagem)



Fonte. Elaboração própria

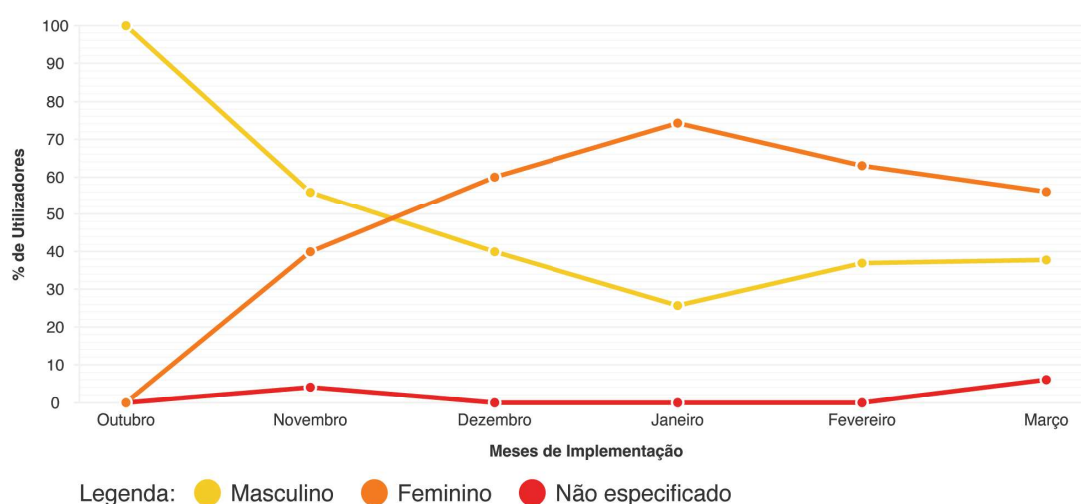
<sup>24</sup> O *podcast* foi ouvido em Virginia, Washington e Delaware.

<sup>25</sup> O *podcast* foi ouvido em Bahia e Pará.

No que diz respeito ao género dos utilizadores, entre outubro de 2024 e março de 2025, o feminino representa 55% da audiência total e o masculino 42%. Os restantes 3% não são especificados pela plataforma. Observando os valores mensais, será interessante notar que o público tem variações nesta categoria e que elas podem estar relacionadas com os intervenientes do programa. No gráfico seguinte é possível verificar que, no decorrer do primeiro trimestre, se regista uma quebra do auditório masculino, enquanto a audiência feminina sobe gradualmente. Ainda que nos últimos meses da implementação a tendência se tenha começado a inverter – período que coincidiu com a troca de elementos no painel de convidados – não foi suficiente para retomar os resultados anteriores: em março, o género feminino representa 56% da audiência total e o masculino fixa-se nos 38%.

**Figura 21**

*Percentagem da variação mensal de utilizadores, por mês (género)*



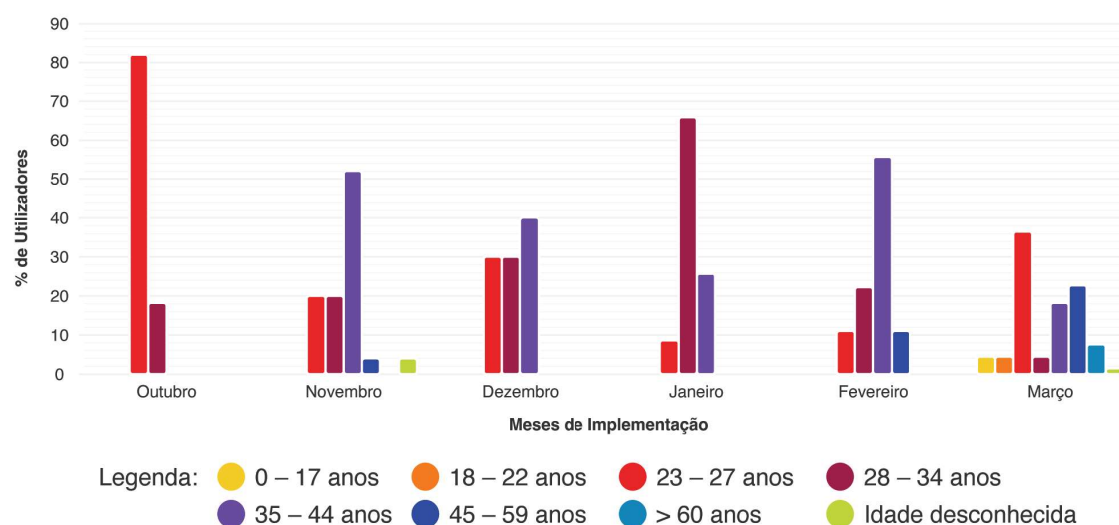
*Fonte.* Elaboração própria

A faixa etária que reúne o número de reproduções mais elevado é a dos 34 – 44 anos, com uma média de 31%. A esta, seguem-se os segmentos 23 – 27 anos (27%) e 28 – 34 anos (24%). Numa perspetiva mensal, o intervalo dos 45 – 59 anos regista audiências em três dos meses analisados. As restantes faixas etárias<sup>26</sup> recolhem audições somente em março, algo que mais uma vez está diretamente relacionado com o episódio 21: a diferença de idades entre as convidadas permitiu alcançar todos os segmentos etários. Também a sua influência junto da comunidade local, seja pessoalmente ou por via digital, permite que estas métricas se destaquem dos demais conteúdos.

<sup>26</sup> 0 – 17; 18 – 22; mais de 60 anos; e desconhecido.

**Figura 22**

*Percentagem da variação mensal de utilizadores, por mês, (faixa etária)*



*Fonte.* Elaboração própria

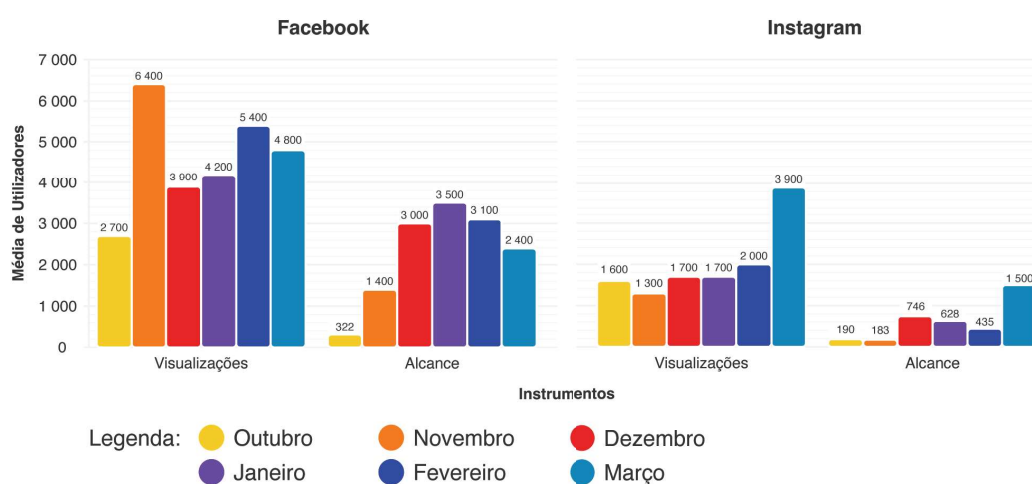
Com o objetivo de estabelecer uma relação entre a população e a sua agenda mediática, as plataformas digitais procuram atender dois pontos: através do *podcast*, aproximar o público à informação local; e a partir das redes sociais, estimular a participação no debate. Portanto, durante o primeiro trimestre é anunciada a possibilidade de interagir em direto, através de comentários ou mensagem privada. Ainda que Sandra Fonseca considere estas discussões geradoras de um pensamento crítico sobre questões locais, na comunidade, isso não se reflete nas métricas das redes sociais. Por outro lado, os intervenientes assumiram ter sentido formar-se uma audiência interessada, a partir das interações que recebiam no seu quotidiano – as pessoas abordavam-nos com comentários e sugestões acerca das temáticas debatidas nos programas. Esta participação é referida por Nuno Ferreira, onde o convidado afirma que o público os vê como “porta-voz dos problemas, uma vez que (...) os próprios organismos que gerem o nosso dia-a-dia – a Junta de Freguesia e a Câmara Municipal – não têm essa abertura ou têm os canais mais fechados” (Ferreira, Comunicação Pessoal, 30 de janeiro de 2025)”. Isto vem reforçar a ideia explanada pelo *Digital News Report Portugal 2023*: de que as conversas (*online* ou *offline*) são o modo de participação favorita dos portugueses sendo que, no extremo oposto, estão os comentários em *sites* noticiosos ou redes sociais (Cardoso et al., 2023). Considerando os aspetos enunciados, no segundo trimestre procurou-se alinhar o programa com os interesses da comunidade. Para isso, foram tidas em conta tanto as abordagens espontâneas do público, transmitidas aos convidados no seu quotidiano, como

as estatísticas fornecidas pela Meta Business Suite. Ainda que de carácter informal e semanal, a análise destes elementos permitiu ajustar algumas das temáticas em função do *feedback* recebido, reforçando a ligação entre o debate e as preocupações locais. No entanto, esta lógica de adaptação também levanta um ponto de reflexão: se por um lado é positivo ajustar o produto aos interesses manifestados pelos ouvintes (potenciando o seu envolvimento e participação), por outro não devemos reduzir a agenda apenas a essas preferências. Numa ótica editorial, este género de conteúdos invoca a responsabilidade de introduzir temas que, embora possam ser menos atrativos, são jornalisticamente relevantes e essenciais para o exercício de uma cidadania informada.

Observando os dados recolhidos através das redes sociais, até abril de 2025, o Facebook reúne 65 seguidores – aos quais se associam 39 *likes* – e o Instagram regista 34. Por consequência dos valores serem residuais, a Meta não disponibiliza informações como as faixas etárias ou localizações geográficas da audiência. Numa tentativa de amplificar o alcance dos conteúdos junto do público-alvo, as publicações do Facebook também são partilhadas no “Grupo Benedita”: um espaço *online*, nesta rede social, que visa promover a freguesia beneditense e estimular a comunicação entre a sua população. Como tal, os resultados destacam-se quando comparados com os do Instagram. No gráfico que se segue (Figura 23), é possível identificar esta diferença ao longo da implementação do projeto: em média, os conteúdos do Facebook atingiram cerca de 4 600 visualizações, que se traduziram em quase 2 300 utilizadores alcançados; já o Instagram obteve pouco mais de 2 000 visualizações, que resultaram no alcance de cerca de 600 perfis.

**Figura 23**

*Média de Visualizações e Alcance mensais, das redes sociais*

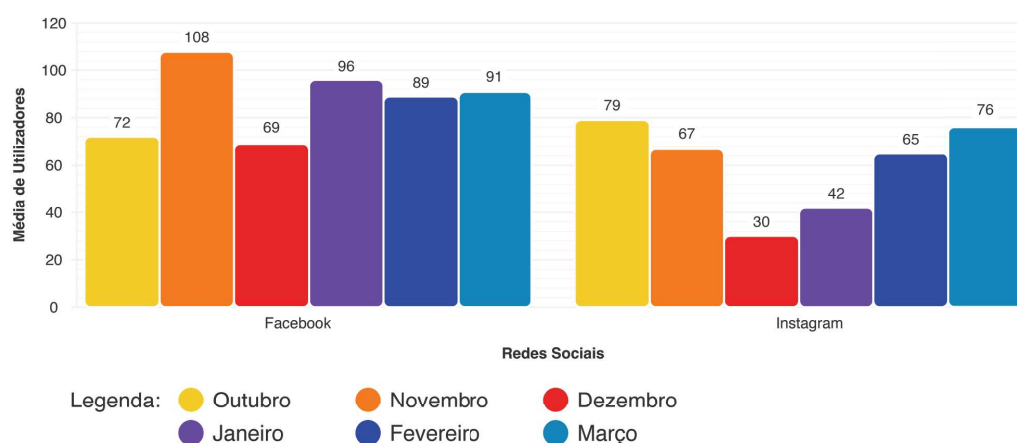


Fonte. Elaboração própria

Importa ter presente que, nestas plataformas, as publicações seguem a planificação estipulada e adquirem diferentes funções – de apelo à participação ou de promoção ao produto. Antes da nova identidade gráfica ser revelada, no segundo trimestre, foi avaliada a relação entre os conteúdos e o público: até dezembro de 2024, no Facebook, as imagens estáticas atraíram um número de visualizações superior aos vídeos curtos (denominados *reels*); no Instagram, as métricas inverteram-se. Esta tendência tem uma maior expressão nos conteúdos que promovem excertos dos programas. Na sequência destes dados, a partir de janeiro de 2025, os seus formatos foram ajustados às preferências das audiências de cada rede social. Consequentemente, as interações (como *likes*, comentários ou partilhas) apresentaram melhoras na sua performance, como se pode verificar no gráfico seguinte.

**Figura 24**

*Total de interações com conteúdos, por rede social (mensal)*



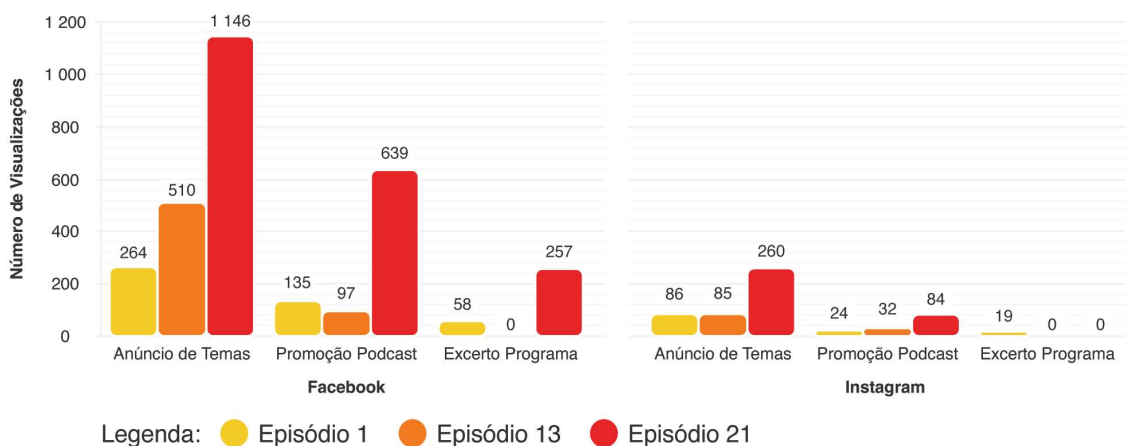
*Fonte.* Elaboração própria

Para facilitar a compreensão dos ajustes mencionados, aqui são apresentadas as métricas das imagens estáticas (referentes aos episódios 1, 13 e 21) e dos vídeos – por motivos logísticos e não sendo possível desenvolver *reels* de uma forma regular, os dados aqui expostos dizem respeito aos episódios 6, 11 e 21. Numa perspetiva semestral, os «anúncios dos temas» são os conteúdos que concentram um número de visualizações mais expressivo, face à divulgação do *podcast* ou aos excertos dos programas. Atendendo à Figura 25, é possível identificar essa diferença e notar que reforça o interesse dos internautas pelos assuntos da região. Isto não se traduz em algo regular, como se pode ver na Figura 26, que apresenta um aumento das visualizações nos excertos do episódio 21:

este resultado tem origem na partilha das publicações em causa, por parte das convidadas, nas suas redes sociais. Note-se que, nos gráficos seguintes, os ‘ 0 ’ fazem menção à inexistência de conteúdo publicado.

**Figura 25**

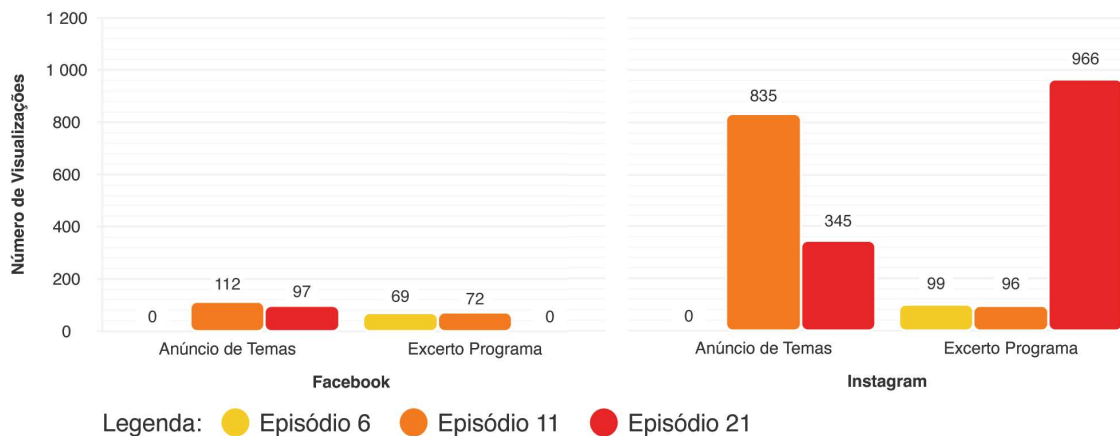
*Número de Visualizações das imagens estáticas dos episódios 1, 13 e 21, por rede social*



Fonte. Elaboração própria

**Figura 26**

*Número de Visualizações dos vídeos curtos dos episódios 6, 11 e 21, por rede social*



Fonte. Elaboração própria

No geral, apesar da comunidade não se envolver diretamente e de modo significativo com a agenda mediática da região (através dos novos *media*), tal não se traduz em desinteresse pelos temas abordados. Embora seja evidente um baixo número de comentários ou a inexistência de mensagens diretas, sobretudo no primeiro trimestre, não podemos negar

que o público se mantém a par dos conteúdos partilhados – quer através das visualizações nas redes sociais ou das audições no *podcast*. Ao longo da execução do produto fica patente que os ouvintes preferem adotar uma participação oral, presencial e informal junto dos intervenientes: semanalmente, tanto a população local como a diáspora manteve contacto com os convidados e o moderador, sugerindo temas para debate ou apresentando as suas preocupações.

A grande limitação identificada na implementação do projeto está associada à falta de profissionais no setor: o parco número de recursos humanos tanto afeta a produção informativa – que passa a ser mais ligeira e com menos espaço para investigação – como também restringe a execução de um programa de debates. Por exemplo, a aplicação WhatsApp é cada vez mais utilizada pela radiodifusão como ferramenta de interação direta com o público, a partir do envio de mensagens de voz. No entanto, este modelo de participação exige uma triagem prévia antes das mensagens serem emitidas. Nas rádios locais essa tarefa torna-se difícil porque, geralmente, o animador (neste caso, moderador) acumula as funções de realização e produção em direto, sem apoio de outros técnicos. Num formato de debate, em que a atenção do locutor deve estar centrada na condução da discussão, esta sobrecarga inviabiliza a utilização das mensagens em direto. Por isso mesmo, o WhatsApp foi usado apenas como canal de comunicação interna entre os intervenientes (para definir alinhamentos ou gerir imprevistos). Ainda assim, importa sublinhar o seu potencial em intervenções futuras: existindo uma equipa de apoio, esta ferramenta pode não só contribuir para o reforço da interação e participação comunitária, como constituir um objeto de estudo para investigações que procurem compreender novas formas de envolvimento do público na radiodifusão local.

## 7. Considerações Finais

Tirando partido da premissa que a rádio local continua a desempenhar um papel essencial na construção de uma identidade comunitária, este projeto procura promover um debate plural através de um espaço multiplataforma – dividido entre a rádio e o digital. Apesar de Cordeiro (2011, p. 124) afirmar que “não há fórmulas de sucesso para captar ouvintes”, o produto final explora os conceitos de proximidade, cidadania participativa e convergência mediática. O diagnóstico inicial e a implementação do projeto permitem não só compreender o panorama radiofónico da região Centro Oeste, como também avaliar a relevância de um modelo de comunicação como este junto do público.

De acordo com Cunha (2012), a análise dos *media* apresenta uma complexidade própria, focada na compreensão da produção de um conteúdo e nos efeitos mediáticos que ele gera na sociedade. Desde muito cedo, a rádio mostrou ser um instrumento capaz de conquistar o público, tirando partido do som efémero. Contudo, a radiodifusão local tem vindo a enfrentar diversos desafios como a escassez de recursos humanos ou dificuldades em se adaptar às novas tecnologias. Em 2010, as alterações à Lei da Rádio deram espaço a que as emissoras transitassem para modelos de negócio simplificados, o que na ótica de Taborda & Pestana (2023) resultou na perda do localismo. As dificuldades económicas que daí surgiram fragilizaram as suas redações, onde o número de profissionais oscila atualmente numa média de 1 a 4 jornalistas (Bonixe, 2019). Porém, os investigadores inquiridos no relatório *A Rádio Local na Sociedade Portuguesa* entendem que o papel do setor, enquanto motor do desenvolvimento local, é crucial para reforçar um vínculo com a sua comunidade (Taborda & Pestana, 2023). Agora que o contexto digital permite explorar um sistema de receção e transmissão *online* em tempo real, sem que os *media* tradicionais saiam prejudicados, começam a ser adotados novos paradigmas – inovadores e criativos – que permitem acompanhar as movimentações da audiência. Com a *internet*, os consumos alteraram-se: por exemplo, a experiência do utilizador passou a ser individualizada e personalizada, ouvida a partir do telemóvel e com recurso a *headphones* (Paiva & Morais, 2020). Um dos motivos está relacionado com o surgimento do *podcast*: um fenómeno no consumo de informação digital que tem vindo a registar um crescimento contínuo desde 2019 (Cardoso et al., 2022). A par disso, também as redes sociais têm vindo a impactar a forma como os portugueses – sobretudo os jovens – acompanham as notícias (Cardoso et al., 2023).

Obtida uma noção geral do setor, é realizado um diagnóstico ao panorama radiofónico da região Centro Oeste e com base nas grelhas de programação das emissoras, tendo a Benedita FM como ponto de referência. A composição dos alinhamentos estabelece seis géneros de conteúdos: informativo; entretenimento; musical; cultural; desportivo; ou religioso. Nas rádios auscultadas, locais e generalistas, destaca-se uma programação tendencialmente musical e os noticiários representam uma pequena parte das emissões diárias. Mas não será justo assumir que os conteúdos informativos se limitam aos blocos noticiosos: também são identificados segmentos culturais, desportivos, ou de opinião. Quanto à sua digitalização, longe de representar uma ameaça para estas emissoras locais, apresenta-se como uma oportunidade estratégica. Assim, a presença digital demonstra uma preocupação transversal às estações da região, sendo que todas elas têm o próprio *website*, emissão *online* e redes sociais. No fundo, apesar da falta de investimento no jornalismo local (Bonixe, 2015), as rádios continuam a revelar-se resilientes e flexíveis.

A partir daqui, é proposta a implementação de um programa de debates sociopolíticos (num total de 23 episódios e disponíveis *online*) na Benedita FM. Com o objetivo de reforçar a ligação entre a comunidade beneditense e o jornalismo local, este produto adota uma estratégia de *narrowcasting* – face ao modelo clássico da radiodifusão, atende a uma especialização no contacto com a audiência (Cardoso et al., 2016). Em linha com a convergência dos *media*, definida por Jenkins (2006), o projeto é distribuído entre três plataformas: a transmissão hertziana, o *podcast* e as redes sociais. Embora a moderação não seja feita por um jornalista, o produto procura manter a credibilidade editorial através da supervisão da redação, que valida as escolhas temáticas e assegura a imparcialidade dos debates. Em suma, o resultado alinha-se com as expectativas criadas pela estação e as necessidades da população, surgindo como um contributo viável e pertinente para a radiodifusão de proximidade. Neste sentido, a sua implementação também pode ser ajustada ao contexto de outras estações que mantenham os princípios fundadores do setor, sem que para isso sejam redefinidos os conceitos em que a proposta se baseia.

Avaliando este caso concreto, os intervenientes são essenciais não só para debater os assuntos sugeridos, como para servir de ponte entre a comunidade e a opinião pública. A utilização das plataformas de *podcast* e redes sociais também se revela uma mais-valia: permite uma maior acessibilidade dos conteúdos, uma flexibilidade nos consumos e atende à interação bidirecional, sugerida por Meneses (2003). A disponibilidade via

*streaming* permite verificar a existência de um padrão na captação do público, verificando-se um aumento das audiências quando se abordam temas locais ou com mudanças no painel de convidados. Note-se ainda que parte do sucesso do episódio 21, dedicado ao tema “A Mulher do Século XXI”, também resulta da forma como as intervenientes divulgaram o programa junto das suas comunidades digitais. Nas redes sociais, apesar do esforço para um maior envolvimento dos cidadãos, os resultados vão ao encontro do *Digital News Report Portugal 2023*: a participação menos acedida pelos portugueses são os comentários em *sites* noticiosos ou redes sociais (Cardoso et al., 2023). Apesar da interação *online* deste projeto se ter limitado às redes sociais, reunindo um reduzido número de participações, isso não significa necessariamente que haja um desinteresse do público pela informação de proximidade – tanto que a promoção prévia dos temas gerou sempre taxas significativas de visualizações. Entre outubro de 2024 e março de 2025, a página de Facebook registou, em média, mais de 4 000 visualizações mensais, contrastando com cerca de 87 interações por mês. No Instagram a tendência repete-se: cerca de 2 000 visualizações mensais face às cerca de 60 interações. Quanto ao *podcast*, os episódios somaram entre 26 e 80 reproduções (cada um) sem registos expressivos de interações diretas. A partir daqui podemos considerar que a comunidade valoriza a produção informativa da região, apesar de optar por um consumo passivo. A ausência de comentários ou partilhas pode estar relacionada com o padrão identificado por Cardoso et al. (2023): a apropriação da mensagem é feita, sobretudo, através da receção e não tanto pela intervenção. No futuro, o desafio passa por encontrar mecanismos de envolvimento que não dependam exclusivamente da interação dos ouvintes e que reconheçam outros modelos de participação audiências, o que pode também implicar um reforço dos recursos técnicos e humanos.

Entre os aspetos positivos da execução destaca-se a estrutura do programa, que permite aprofundar as perspetivas dos intervenientes acerca dos diversos assuntos debatidos. Os projetos auscultados no mapeamento do território informativo tiveram um contributo essencial para a conceção do alinhamento do programa. Isto resultou na adoção de um modelo que procura contribuir para um ambiente discursivo ponderado, dividido entre espaços de comentário e debate. A distribuição do programa nas plataformas de *podcast* é outro aspeto determinante, que permite uma escuta em regime multicontexto – a partir de dispositivos fixos ou móveis, de modo *offline* ou *online* (Cardoso et al. 2016). As métricas fornecidas pelo Spotify for Creators evidenciam que os ouvintes se repartem por

diferentes contextos geográficos, desde a região até à sua diáspora. Por outro lado, existem adversidades com potencial para serem melhoradas, como é o caso da estratégia de interação com a audiência. Devido aos baixos recursos humanos disponíveis para a produção do projeto-piloto, certas ferramentas (como a aplicação WhatsApp) não foram viáveis numa primeira fase. A criação de um canal público para discussão *online* pode ser uma solução alternativa, sobretudo se for considerada a sua integração no *website* da estação – para centralizar os acessos digitais. Também a dimensão da comunicação visual do projeto pode surgir potenciada pela captação de vídeos, contribuindo para atrair a atenção dos internautas e reter melhores níveis de consumo *online* (no YouTube ou Instagram, por exemplo). Em última análise, apesar do objetivo geral do projeto procurar servir de contributo para uma cidadania regional democraticamente participativa, essa ambição encontra limites práticos. Ainda que a *internet* configure um espaço privilegiado para esta promoção – nomeadamente em contextos locais, onde a proximidade pode facilitar a discussão – parece-nos que esta realidade pode estar longe de ser linear. Se os resultados da implementação indicam que, por um lado, existe uma dificuldade estrutural em dinamizar a participação cívica nos meios digitais, por outro, o reduzido período de execução não permitiu maturar a fidelização dos ouvintes. Estes fatores sugerem que o caminho para uma cidadania regional mais envolvida não depende apenas do formato, mas também da formulação de estratégias que visem estimular o debate na comunidade ao longo do tempo.

Com base na experiência recolhida no decurso dos seis meses de implementação, entre outubro de 2024 e março de 2025, consideramos ser benéfico explorar outros modelos e linguagens que assegurem os interesses de uma comunidade e da emissora que acolhe este produto. Por exemplo, a rotatividade dos convidados pode gerar uma sensação de diversidade, evitando cair no julgamento de limitar as opiniões da população. Isto também permite reunir personalidades da região que estejam diretamente ligadas às temáticas abordadas: por exemplo, para debater questões de saúde será útil ter uma visão dos profissionais locais. A programação especial é igualmente um ponto que merece ser explorado, permitindo relacionar os conteúdos a datas comemorativas ou situações de crise local. Estes momentos permitem aprofundar questões fraturantes na sociedade. A produção do programa a partir do exterior também pode motivar a adesão da comunidade, num conceito de «levar a rádio até às pessoas». Esta ideia deve ser bem delineada para evitar constrangimentos, ao mesmo tempo que deve aproveitar para permitir uma

interação direta com os cidadãos. Recordando a definição de debates sociopolíticos, inerente a este projeto, deve saber-se que o artigo 40.º da Lei da Rádio proíbe a publicidade nos noticiários ou programas de informação política (Lei n.º 54/2010, 2010). Desta forma, os meios de financiamento deste tipo de conteúdos programáticos estão limitados às receitas das emissoras, o que os torna produtos vulneráveis à instabilidade do setor.

Em suma, a proposta do programa «Paradoxo Local», desenvolvido para a rádio Benedita FM, procura contribuir para a visibilidade da agenda noticiosa local, tirando partido da convergência dos meios tradicionais e digitais. Ao mesmo tempo que reforça o papel da radiodifusão junto da comunidade, tenciona igualmente estimular a criação de conteúdos num sentido comunitário – como refere Cardoso et al. (2016, p. 194), “os indivíduos não são “ilhas informacionais”, mas antes elementos de “arquipélagos comunicacionais””. O envolvimento da sociedade civil não se revela expressivo nas redes sociais, mas é claramente identificado nas plataformas de *podcast* (sobretudo através da taxa de escuta) e no contacto direto junto dos intervenientes. O *podcasting*, enquanto “acesso para o que é socialmente relevante no mundo digital” (Cardoso et al., 2022, p.17), é importante para compreendermos como é que um projeto de debate público e regional – enquanto produto radiofónico, distribuído nas plataformas digitais – pode contribuir para uma reflexão social, seja ela individual ou coletiva. Ainda assim, a revisão da Lei da Rádio continua a ser essencial para recuperar o conceito localista e reforçar o jornalismo de proximidade, nestas emissoras.

(...) seria extremamente útil implementar um projecto experimental que tentasse novas configurações de rádio em contexto digital, interactivo, hipermedial e multimédia. Que possibilidades? Que modelos? Que linguagens combinadas? Qual a sua eficácia e usabilidade? Que novos paradigmas? (Portela, 2011, p. 134).

A análise dos resultados da implementação confirma que a escolha dos temas com impacto direto na comunidade constitui um dos pontos fortes do projeto. Os episódios que abordaram temas como o dos transportes públicos na vila ou a manutenção da Linha Ferroviária do Oeste registaram um número de reproduções mais elevado quando comparados com outras temáticas, mais genéricas. Isso mostra que o público valoriza a proximidade informativa e a abordagem sobre questões que afetem o seu quotidiano, tal

como reforça a pertinência da agenda mediática de âmbito local. Outro elemento positivo diz respeito ao papel dos convidados com forte presença nos meios digitais: o episódio 21, alusivo ao Dia Internacional da Mulher, atingiu o maior número de reproduções devido à partilha dos conteúdos, por duas intervenientes, junto das suas comunidades *online*. Esta estratégia mostra-se útil para captar novos públicos e diversificar a audiência, tornando evidente que a seleção criteriosa dos convidados pode constituir uma via para ampliar o alcance do projeto. Embora a emissão hertziana da Benedita FM cubra essencialmente o distrito de Leiria e parte do de Santarém, os dados recolhidos a partir do Spotify for Creators evidenciam um alcance mais vasto: além de Lisboa e Leiria, são identificados ouvintes em cidades como Porto e Coimbra, ou em países como EUA e Reino Unido. Este facto sustenta a importância de disponibilizar os conteúdos *online*, com o objetivo de quebrar as barreiras territoriais e conquistar públicos interessados.

Entre os principais desafios identificados, ao longo deste trabalho, está a dificuldade em reter audiência. Isto pode estar relacionado com alguns aspetos que dificultam a manutenção do interesse da audiência, como a extensão dos episódios (com cerca de 50 minutos) ou a ausência de registos em vídeo. Outro fator limitador está associado ao ligeiro crescimento dos seguidores: até abril de 2025, o YouTube reuniu apenas 15 subscritores e o Spotify 12. Apesar destes valores não permitirem analisar de modo aprofundado a consolidação do público internauta, revelam a dificuldade de transformar ouvintes ocasionais em membros regulares. Tudo isto compromete uma medição robusta acerca do impacto do projeto, a médio prazo. Os dados do YouTube também notam uma discrepância entre os números de impressões e visualizações. Ainda que os conteúdos tenham sido vistos por um número crescente de utilizadores, tal não se refletiu num aumento proporcional de reproduções. Esta diferença sugere que a simples exposição não é suficiente e que deve haver investimento em estratégias de comunicação mais atrativas, com recurso a outros meios que as viabilizem.

Mesmo que as métricas das plataformas digitais apresentem limitações, as interações da comunidade junto dos intervenientes – através de comentários informais ou de sugestões temáticas – demonstram a pertinência e utilidade deste produto. Contudo, a constituição de uma comunidade digital exige tempo: só com uma aplicação prática contínua é que será possível confirmar se o interesse inicialmente recolhido se reflete numa fidelização regular e numa maior participação nas plataformas *online*. O período de implementação,

que corresponde a um semestre, também não permite avaliar a consistência da evolução do número de seguidores. É necessário prolongar a monitorização de um projeto deste género para compreender se os valores residuais identificados estão relacionados com uma etapa inicial de adaptação ou se configuram uma limitação estrutural. Quanto à adaptação dos formatos nas redes sociais, de acordo com as preferências da comunidade, as imagens estáticas revelam melhores resultados no Facebook e os vídeos curtos (*reels* ou *shorts*) no Instagram. No entanto, a análise do seu impacto só será visível a longo prazo. A evolução das práticas de consumo digital e a capacidade de criar conteúdos diversificados podem ser determinantes para avaliar a sustentabilidade desta estratégia.

Em jeito de conclusão, este projeto demonstra que as rádios locais – enquanto meios de proximidade e instrumentos de participação comunitária – se mantêm relevantes para as suas populações, tirando partido das potencialidades do digital. Não obstante as limitações já identificadas, consideramos que os resultados apontam para a pertinência de formatos híbridos que explorem uma identidade regional e proporcionem novas formas de envolvimento cívico. A limitação mais evidente fixa-se no curto espaço temporal para a sua implementação (seis meses), que dificulta a tarefa de reunir uma comunidade de ouvintes suficientemente consolidada ou uma avaliação da fidelização da audiência. Face a este cenário, será útil prolongar o tempo de execução do projeto, complementando-o com recursos de natureza qualitativa e quantitativa. A aplicação de questionários e entrevistas junto da comunidade (local ou emigrante) permitiria compreender não só os padrões de consumo do público, como também os efeitos sociais deste tipo de programas. Outra linha para trabalhos futuros pode focar-se na diáspora, até porque Sandra Fonseca sublinha que “o digital permite que as rádios locais cheguem a uma audiência global, mesmo fora da sua área geográfica” (Fonseca, Comunicação Pessoal, 30 de janeiro de 2025). Seria igualmente pertinente testar meios de participação que não foram explorados neste projeto-piloto, como o WhatsApp, para avaliarmos se a sua integração pode realmente diversificar a interação e possibilitar uma nova forma de envolvimento cívico. Do mesmo modo, a produção de conteúdos em vídeo ou a realização de emissões especiais e em espaços públicos podem ser vistas como alternativas para reforçar a proximidade e atrair novos públicos. Mais do que uma experiência pontual, acreditamos que este trabalho tem potencial para se tornar a base de futuras investigações ou projetos que explorem o papel da radiodifusão local num contexto mediático em constante mutação.

## 8. Referências Bibliográficas

- Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), 143-162. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>
- Bonixe, L. (2006). As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico. In *Comunicação & Cultura*, (1), 157-169.
- Bonixe, L. (2015). Rádios locais em Portugal entre a proximidade e as regras do mercado. In *Jornalismo & Jornalistas*, (61), 28-32.
- Bonixe, L. (2019). *As Rádios Locais em Portugal – Da génese ao online*. ICNOVA.
- Bonixe, L. (2021). Resiliência e crise – a rádio portuguesa na pandemia do novo coronavírus. *Estudos em Comunicação*, (32), 69-93.
- Camponez, C. (2002). Capítulo IV Territórios de proximidade. In C. Camponez (Ed.), *Jornalismo de Proximidade* (107-129). Minerva. Coimbra.
- Cardoso, G., Baldi, V., Paisana, M., Couraceiro, P., & Barros, C. (2022). *Podcasting. Produção, distribuição e consumo em Portugal*. OberCom - Observatório da Comunicação. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2022/04/Podcasting\\_final\\_FINAL\\_8Apr.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2022/04/Podcasting_final_FINAL_8Apr.pdf)
- Cardoso, G., Baldi, V., Quintanilha, T. L., Paisana, M., & Pais, P. C. (2018). *As Rádios Locais em Portugal. Caracterização, tendências e futuros*. OberCom – Observatório da Comunicação. <https://obercom.pt/as-radios-locais-em-portugal-caracterizacao-tendencias-e-futuros/>
- Cardoso, G., Mendonça, S., Paisana, Vieira, J., Neves, M., & Quintanilha, T. L. (2016). Rádio, Tendências e Prospetivas. In G., Cardoso (Ed.), *Modelos de Negócio e Comunicação Social* (189-230). Almedina.

- Cardoso, G., Paisana, M., & Martinho, A. P. (2023). *Digital News Report Portugal 2023*. OberCom - Observatório da Comunicação. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT\\_2023\\_Final\\_12Junho.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT_2023_Final_12Junho.pdf)
- Carpentier, N. (2017). *Media e Participação*. Porto: Media XXI.
- Chantler, P. & Harris, S. (1998). *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus Editorial.
- Chantler, P. & Stewart, P. (2009). *Essential Radio Journalism*. Londres: A&C Black Publishers Limited.
- Cordeiro, P. (2010). *A Rádio e as Indústrias Culturais. Estratégias de programação na transição para o digital*. Livros Horizonte.
- Cordeiro, P. (2011). A rádio como um meio social: tendências de consumo e modelos de Negócio. *Comunicação e Sociedade*, 20, 115-127.
- Correia, J. C. (2002). Cidadania, comunicação e literacia mediática. *BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>
- Correia, J. C. (2023). As duas proximidades: algumas notas sobre os riscos dos media em contextos comunitários. In P. V. Melo, & P. Jerónimo (Eds.), *Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade: Diálogos e Desafios em Cenários de Crises* (33-55). LabCom. DOI: 10.25768/654-945-9
- Costa, M. P. M., Moreno, E., & Amoedo, A. (2012). *La radio generalista em la red: un nuevo modelo para la radio tradicional*. *Anagramas – Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 165-180. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25222012000100012&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222012000100012&lng=en&tlng=es)
- Cunha, A. (2022). O jornalismo participativo como território partilhado: práticas e narrativas. *Comunicação Pública*, 17(33). <https://doi.org/10.34629/cpublica.476>

- Cunha, I. F. (2012). *Análise dos Media*. Imprensa da Universidade de Coimbra.  
<http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0309-4>
- Cwynar, C. (2019). Self-service media: Public radio personalities, reality podcasting, and entrepreneurial culture. *Popular Communication*, 17(4), 317-332.  
<https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1634811>
- Dijk, T. A. (1990). *La Noticia Como Discurso – Compresión, estrutura y producción de la información*. Ediciones Paidós. <https://linguistica2013.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/11/van-dijk-teun-la-noticia-como-discurso.pdf>
- Duarte, M. A. G. (2020). Ciberjornalismo em Portugal: narrativas visuais para nativos digitais. In C. Baptista, & J. P. Sousa (Orgs.), *Para uma história do jornalismo em Portugal* (573-608). Livros ICNova.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2007). *Relatório de Regulação 2007*.  
<https://www.erc.pt/download.php?fd=8460&l=pt&key=49c4ea7009ce8d91e59ba0d63dd9e565>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2018). *Relatório de Regulação 2017*. (Volume I). Lisboa.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2022). *A Rádio em Portugal. Uma década de intervenção regulatória*. Lisboa.
- Ferreira, G. (2003). A ideologia dos novos *media*: entre velhas e novas ambivalências. In J. C. Correia, A. Fidalgo, & P. Serra (Orgs.), *Mundo Online da Vida e Cidadania*, (Volume III – pp. 31-39). Universidade da Beira Interior.
- Hartley, J. (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media: conceitos-chave*. Lisboa: Quimera.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*. LabCom.IFP. [https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201510231222-201519\\_ciberjornalismo\\_pjeronimo.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201510231222-201519_ciberjornalismo_pjeronimo.pdf)
- Kandinsky, W. (2020). *Do Espiritual Na Arte*. 13.º ed. Publicações Dom Quixote.
- Maia, J. M. (1995). *A Telefonía – Memórias da Rádio*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Marques, A. (2023). *Marketing Relacional*. 3.ª ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Martins, R., & Vieira, J. (2021). Novos produtores de média? O perfil do produtor de podcasts portugueses". *Observatorio (OBS\*) Journal*, 15(4), 144 - 162. <https://doi.org/10.15847/obsOBS15420211735>
- McLuhan, M. (2000). *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. 5.º ed. São Paulo: Editora Cultrix.
- Meneses, J. P. (2003). *Tudo o que se passa na TSF... para um livro de estilo*. Porto: Jornal de Notícias.
- Midões, M. (2023). Desafios às rádios comunitárias portuguesas: o jornalismo de proximidade e o registo oficial na Entidade Reguladora para a Comunicação Social. In P. V. Melo, & P. Jerónimo (Eds.), *Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade: Diálogos e Desafios em Cenários de Crises* (97-115). LabCom. DOI: 10.25768/654-945-9
- Miranda, J., Santos, S., Magalhães, C., May, A. T., & Cardoso, P. (2021). O podcast como remediação da rádio e da televisão nos pequenos mercados: o caso português. *Comunicação Pública*, 16(31). <https://doi.org/10.34629/cpublica.62>
- Oliveira, M. (2013). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Significação: revista de cultura audiovisual*, 40(39), 71-87. <https://www.redalyc.org/pdf/6097/609765999005.pdf>

- Oliveira, M. (2014). Ecos e sotaques do local: o insustentável sonho da radiodifusão de proximidade. In A. I. Reis, F. Ribeiro, & P. Portela (Eds.). *Das Piratas À Internet: 25 Anos de Rádios Locais* (pp. 79-94). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Universidade do Minho.
- Paiva, A. S., & Morais, R. (2020). A vingança do áudio: o despertar do som binaural na era dos podcasts e das narrativas radiofónicas. *Media & Jornalismo*, 20(36), 129-151. [https://doi.org/14195/2183-5462\\_36\\_7](https://doi.org/14195/2183-5462_36_7)
- Pereira, C. (2020). Quebra de Fronteiras: consequências da incorporação de formatos híbridos em media jornalísticos. In C., Baptista, & J. P., Sousa (Org.), *Para uma História do Jornalismo em Portugal* (265-282).
- Portela, P. (2011). *Rádio na Internet em Portugal: A abertura à participação num meio em mudança*. V. N. Famalicão: Edições Húmus.
- Ramos, G. & Torre, L. (2023). Jornalismo comunitário no contexto dos desertos de notícias. In P. V. Melo, & P. Jerónimo (Eds.), *Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade: Diálogos e Desafios em Cenários de Crises* (119-142). LabCom. DOI: 10.25768/654-945-9
- Rand, Paul (1993). *Design, Form, and Chaos*. Yale University Press.
- Ricarte, É., & Ramos, G. (2023). O espaço dos jovens no jornalismo regional português. In P. V. Melo, & P. Jerónimo (Eds.), *Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade: Diálogos e Desafios em Cenários de Crises* (163-183). LabCom. DOI: 10.25768/654-945-9
- Rollo, M. F., & Queiroz, I. (2009). Marconi em Portugal – Ciência e Engenharia na Génese das Radiocomunicações. *Ingenium, II Série* (112), secção História. <https://www.ordemengenheiros.pt/pt/centro-de-informacao/publicacoes/revista-ingenium/revista-ingenium-n-112-julho-agosto-de-2009/>

- Santos, J. F., Silva, P., & Geada, A. M. (2022). Consumo de podcasts em Portugal: uma aplicação da teoria dos usos e gratificações. *European Journal of Applied Business Management*, 8(4), 44-64.
- Santos, R. (2006). A Rádio em Portugal – Estado da Arte em 2006. In Cardoso, G. (Coord.) (2006). *Anuário da Comunicação 2005-2006* (pp. 220-223). OberCom. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Anu%C3%A1rio-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-2005-2006.pdf>
- Santos, R. (2014). A rádio em Portugal entre 1950 e 1970: elementos para a sua história. In M. D., Silva, & M. R., Pestana (Coord.), *Indústrias da Música e Arquivos Sonoros em Portugal no Século XX: práticas, contextos, patrimónios* (83-93). Instituto de Etnomusicologia - Centro de Estudos em Música e Dança.
- Santos, R. (2020). *Os microfones da rádio: do Portuense à Delírio*. Minerva Coimbra.
- Silveirinha, M. J. (s.d.). *Novos media, Velhas questões*. <http://bocc.ufp.pt/pag/silveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.pdf>
- Sousa, J. P. (2022). *Portugal — Pequena história de um grande jornalismo II: da segmentação à digitalização*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/p27e-5jla>
- Sterne, J., Morris, J., Baker, M. B., & Freire, A. M. (2008). The Politics of Podcasting. *The Fibreculture Journal*, (13). <https://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting/>
- Taborda, M. J., & Pestana, H. (2023). *A Rádio Local na Sociedade Portuguesa*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. <https://www.flipsnack.com/erept/estudo-a-r-dio-local-na-sociedade-portuguesa/full-view.html>
- Vicente, P. N. (2017). Do "bit como nova materialidade a uma notação narrativa multimodal: o caso do jornalismo imersivo. In J. R., Carvalheiro (Ed.), *Facetas do Repórter: narrado e narrador* (161-170). LabCom Books.

## 9. Outras Referências

102 FM. (2025). *Estatuto Editorial*. Consultado a 26 de fevereiro, 2025.  
<https://102fmradio.weebly.com/estatuto-editorial.html>

91 FM. (2025). *Estatuto Editorial da 91 FM*. Consultado a 26 de fevereiro, 2025.  
<https://91fm.pt/wp-content/uploads/2024/01/ESTATUTO-EDITORIAL-91FM.pdf>

Antena 1. (2025). *Capa do programa «Contraditório»*. Antena 1.  
<https://antena1.rtp.pt/podcast/contraditorio/>

Benedita FM. (2023). *Ficha Técnica*. Consultado a 09 de outubro, 2023.  
[https://www.beneditafm.pt/?page\\_id=8577](https://www.beneditafm.pt/?page_id=8577)

Decreto-Lei n.º 330/90 do Ministério do Ambiente e Recursos Naturais. (1990). Diário da República n.º 245/1990, Série I de 1990-10-23.  
<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/330-1990-565417>

Decreto n.º 17899 do Ministério do Comércio e Comunicações. (1930). Diário do Governo n.º 24/1930, Série I de 1930-01-29.  
<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto/17899-1930-532013>

Deliberação 2811/2000. (2000). *Renovação do alvará para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de que é titular “Rádio Litoral – Cooperativa de Actividades Radiofónicas Culturais e Recreativas de Peniche, C.R.L.”*. Alta Autoridade para a Comunicação Social.  
<https://www.erc.pt/document.php?id=YmZkZGE0ZTItN2RlOS00YzMzLWIyMTAtMWEzNjQwY2NhMmNj>

Deliberação 66/LIC-R/2009. (2009). *Renovação de licença para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de que é titular a Meia Maratona Internacional da Nazaré, Associação de Cultura e Desporto*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

<https://www.erc.pt/document.php?id=M2UyZDAyZGQtOTY1My00MjUyLTg3ZjYtMzQ5Zjc1NGU0NmZk>

Deliberação ERC/2024/270 (LIC-R). (2024). *Renovação da licença para o exercício da actividade de rádio do operador Rádio Cister – Cooperativa Regional de Serviços Radiofónicos, CRL. – serviço de programas denominado Cister FM*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

<https://www.erc.pt/document.php?id=NjdlMzAwNmMtYjgyNS00ZjY5LTgzMjEtMTAyNDFmNmQ2MzM5>

Expresso. (2023, dezembro 06). *Global Media quer dispensar entre 150 e 200 trabalhadores*. Consultado a 11 de julho, 2024.

<https://expresso.pt/economia/empresas/2023-12-06-Global-Media-quer-dispensar-entre-150-e-200-trabalhadores-7eae78b7>

Hiper FM. (2025). *Quem somos*. Consultado a 26 de fevereiro, 2025.

<https://www.hiper.fm/quem-somos/>

Jornal das Caldas. (2016, abril 19). *Três décadas de actividade da Rádio Litoral Oeste*.

Consultado a 25 de maio, 2024. <https://jornaldascaldas.pt/2016/04/19/tres-decadas-de-atividade-da-radio-litoral-oeste/>

Lei n.º 54/2010, da Assembleia da República. (2010). Diário da República n.º 248/2010, Série I de 2010-12-24, 5903-5918. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/54-2010-306576>

Lei n.º 87/88, da Assembleia da República. (1988). Diário da República n.º 175/1988, Série I de 1988-07-30, 3148-3154. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/87-1988-377928>

- Meltwater. (2024, fevereiro 23). *Digital 2024: Portugal*. DataReportal. Consultado a 09 de março, 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-portugal>
- NPR Illinois. (2025). *Capa do programa «Community Voices»*. NPR Illinois. <https://www.nprillinois.org/community-voices>
- Observador. (2025). *Capa do programa «Fora do Baralho»*. Observador. <https://bordalo.observador.pt/v2/rs:fill:900/c:433:433:nowe:0:0/q:70/f:webp/plai/n/https://s3.observador.pt/wp-content/uploads/2025/04/02140551/foradobaralho-podcast-2025.jpg>
- Rádio Cister. (2024). *Sobre*. Consultado a 18 de maio, 2024. <https://cister.fm/sobre/>
- Rádio Cister. (2025). *Capa do programa «Um Olhar Sobre a Semana»*. Rádio Cister. <https://cister.fm/programasradio/um-olhar-sobre-a-semana/>
- Rádio Nazaré. (2024). *Estatuto Editorial*. Consultado a 14 de maio, 2024. <http://nazarefm.com/Estatuto-Editorial/>
- Rádio Renascença. (2022a, abril 06). *Renascença faz 85 anos. Conheça a história desta rádio que ainda “está aí para as curvas”*. Consultado a 29 de fevereiro, 2024. <https://rr.sapo.pt/fotogaleria/vida/2022/05/17/renascenca-faz-85-anos-conheca-a-historia-desta-radio-que-ainda-esta-ai-para-as-curvas/279246/>
- Rádio Renascença. (2022b, novembro 23). *Censos 2021. Portugal tem menos católicos e mais pessoas sem religião*. Consultado a 04 de junho, 2024. <https://rr.sapo.pt/noticia/religiao/2022/11/24/censos-2021-portugal-tem-menos-catolicos-e-mais-pessoas-sem-religiao/309270/>
- The Europeans. (2025). *Capa do programa «The Europeans»*. The Europeans. <https://www.europeanspodcast.com/>
- TSF. (2025). *Capa do programa «Fórum TSF»*. TSF – Rádio Notícias. <https://www.tsf.pt/programa/forum-tsf/21/>

## 10. Anexos

### Anexo 1 – Transcrição de entrevista com Sandra Fonseca

D – Diogo Honório

S – Sandra Fonseca (gerente da rádio Benedita FM)

Data – 30 de janeiro de 2025

D – Num mundo cada vez mais globalizado, que papel pode ter hoje uma rádio local?

S – A rádio local continua a ter um papel muito importante, dado que mantém uma ligação muito próxima com a comunidade, com a oferta de conteúdos personalizados e que vão ao encontro das necessidades e interesses da região. A rádio local (de proximidade) divulga os eventos locais, promove artistas da região e discute questões de relevância local, conteúdos diferenciadores dos grandes meios de comunicação social, daí a sua importância.

D – Que dificuldades enfrenta o setor, atualmente?

S – Eu diria que é o excesso de legislação, regulamentação e regulação. Por exemplo os limites à publicidade, o excesso de exigências desnecessárias que encarece a operação, a não defesa de direitos em igualdade de circunstâncias com outros operadores. Refiro-me, por exemplo, aos direitos de autor e direitos conexos.

D – Qual foi o papel da rádio durante a pandemia?

S – Enquanto tudo parou, a rádio continuou a trabalhar levando a informação. Mas acima de tudo, a fazer companhia às pessoas em isolamento, muitas delas que já só tinham a rádio como companhia mesmo antes da pandemia.

D – Acha que o espaço dedicado ao jornalismo tem vindo a diminuir, nas rádios locais? Porquê?

S – Sim, em alguns casos. Em causa poderá estar a dificuldade em contratar mais jornalistas, tendo em conta as fracas receitas publicitárias de muitas rádios locais que não permitem contratar um maior número de jornalistas.

D – Como é que o baixo número de jornalistas, nas redações radiofónicas, pode ter impacto na qualidade (ou diversidade) dos conteúdos noticiados?

S – Acredito que uma coisa não tem a ver com outra. Na minha opinião, não é a quantidade de jornalistas, mas sim a qualidade e dinâmica dos jornalistas que fazem a diferença numa redação.

D – Qual é a sua opinião acerca do “Jornalismo Cidadão”? Que impacto pode ter no trabalho dos jornalistas?

S – Se estamos a falar de qualquer pessoa poder contribuir para a divulgação de “notícias” através de plataformas *online* (como por exemplo as redes sociais), a maior parte das vezes resulta em desinformação, notícias falsas e discursos de ódio. A falta de uma formação jornalística adequada pode resultar em desinformação ou em divulgação deficiente de temas importantes. Os jornalistas tem meios e canais para obtenção de informação fidedigna.

D – Para além da publicidade, que outras vias de financiamento podem existir entre o poder local e a estação?

S – Na minha opinião apenas através da publicidade, por forma a não colocar em causa a isenção do órgão de comunicação social.

D – Que importância pode ter um programa de debates, numa emissora como a rádio Benedita FM?

S – Dar voz aos assuntos na ordem do dia, ao nível do concelho e da região, promovendo o diálogo e diferentes visões. Ao ouvir diferentes pontos de vista, os ouvintes são incentivados a pensar de uma forma mais crítica e a formar as suas próprias opiniões. Além de informar, este tipo de programas dá voz a elementos da comunidade o que aproxima ainda mais a rádio das populações onde se insere.

D – Deve debater-se sobre conteúdos jornalísticos, ou o programa deve ter uma agenda própria?

S – As duas coisas, mas o debate deve ser sempre assente em assuntos locais ou regionais.

D – O que pensa do contributo que este género de conteúdos pode ter sobre uma comunidade local?

S – Quando o programa tem o seu foco em temas locais/regionais, ajuda a unir a comunidade, revelando problemas, soluções e questões do quotidiano. Julgo que os ouvintes se sentem mais próximos da sua realidade e dos temas diretamente ligados às suas vidas.

D – Um programa de debates pode ter efeitos práticos na sua região?

S – Sim, desde que envolva temas relevantes para a comunidade local. Os debates ajudam as pessoas a pensar de maneira mais crítica sobre os problemas locais/regionais.

D – Pode ser um instrumento para pressionar o poder local a responder às necessidades da população?

S – Sim, podem por vezes criar pressão pública para que governantes locais ajustem as suas políticas conforme as necessidades da comunidade.

D – Como vê a baixa adesão das rádios locais a este género de programas?

S – Não tenho opinião, uma vez que não conheço os motivos. São opções de programação de cada estação.

D – A Benedita FM já teve programas idênticos, em antena. Que balanço foi feito na altura?

S – O balanço dos programas de debate que [a Benedita FM] teve ao longo dos anos foi positivo e permitiu à rádio, desde logo, ter uma maior proximidade com a comunidade. Permitiu ainda que questões locais fossem discutidas de uma forma mais abrangente, o que contribuiu para ampliar a compreensão dos temas abordados e, ao mesmo tempo, a reflexão sobre os mesmos. Em alguns casos foram ainda uma fonte de pressão para o poder local responder às exigências da comunidade de uma forma mais célere.

D – A população mostra interesse no jornalismo de proximidade?

S – Sim. O jornalismo de proximidade proporciona notícias e conteúdos únicos (diferenciadores) que dizem respeito ao dia a dia da população da área de atuação do órgão de comunicação social local.

D – Qual é a importância da rádio Benedita FM para a comunidade emigrante?

S – Pelo *feedback* que vamos recebendo, é a forma que encontram para ser manterem ligados aos assuntos da terra. Dou como exemplo os ouvintes que acompanham a Tarde Desportiva: assim conseguem a imagem sonora dos jogos do Beneditense e os resultados de outras equipas ou modalidades. Também acompanham as notícias locais ou regionais, ouvem o teu programa (por exemplo nos EUA), participam nos Discos Pedidos (interagindo dessa forma com os seus familiares) e acompanham a transmissão dos eventos (como por exemplo a Missa dos Padroeiros, a Festa do Pão, *etc.*).

D – Que importância pode ter um programa de debates, para esta comunidade?

S – É uma forma de os emigrantes manterem uma ligação à sua terra natal, através de visões diferentes, e assim podem refletir de uma forma mais abrangente.

D – Qual é o valor do «digital» para as rádios locais?

S – O valor do digital tem sido uma mais-valia, ao longo dos anos, para as rádios locais. Tem uma série de benefícios que podem melhorar a operação e a audiência das rádios locais, ajudando a manterem-se competitivas. O digital permite que as rádios locais cheguem a uma audiência global, mesmo fora da sua área geográfica.

D – Como vê a relação do jornalismo de proximidade, na *internet*, junto das comunidades locais?

S – O jornalismo de proximidade na *internet* contribui para fortalecer a relação com as comunidades locais ao dar voz a temas do quotidiano local, muitas vezes ignorados pelos grandes meios de comunicação. Tem também um papel importante na preservação e promoção da cultura local. Dou como exemplo a cobertura de eventos, manifestações culturais, desportivas, *etc.*

D – Que facilidades têm proporcionado as novas tecnologias, no contacto entre as rádios locais e o seu público?

S – Hoje é possível ouvir rádio em qualquer lugar. As rádios locais já não estão limitadas ao FM. A possibilidade de transmitir ao vivo pela *internet*, via *app*, *etc.*, amplia a audiência, o que permite conquistar ouvintes além da área geográfica de cada rádio local. A análise de dados dos ouvintes (as suas preferências) permite que as rádios ofereçam conteúdos mais personalizados e direcionados.

D – Com base na sua experiência, considera que os meios digitais possam substituir os tradicionais?

S – Não, muito pelo contrário: as rádios tradicionais tem aproveitado todos os meios digitais disponíveis para se atualizar. Considero que a rádio tradicional ainda tem uma ligação emocional com muitas pessoas, que preferem ouvir uma voz local ao vivo e que representa uma comunidade. Além disso, ainda é a companhia de tantas pessoas que estão na solidão. Para mim, o futuro é a combinação dos dois mundos: as rádios locais continuarem a adaptar-se ao digital, mantendo a sua relevância.

D – A rádio aderiu a uma nova tecnologia: a DTS AutoStage. Que plataforma é esta? Quais as suas vantagens e desvantagens?

S – Trata-se de uma plataforma que combina a transmissão tradicional de rádio (FM) com conteúdos fornecidos via *internet*, nos automóveis equipados com esta tecnologia. Para mim, a maior vantagem desta tecnologia é permitir uma transmissão ininterrupta, alternando automaticamente entre FM e o *streaming online* quando o ouvinte sai do raio de propagação da Benedita FM. Além disso cria uma maior interação entre o ouvinte e a

rádio, disponibilizando informações detalhadas em tempo real sobre artistas, letras de músicas, capas de álbuns e recomendações personalizadas. A rádio também beneficia de análises detalhadas de audiência, fornecidas pela DTS, permitindo uma maior compreensão dos hábitos dos ouvintes e a adaptação da programação às suas preferências.

D – Que papel têm as redes sociais nas rádios locais?

S – A utilização das redes sociais pelas rádios locais tem um papel importante, uma vez que visa acima de tudo divulgar os seus programas e conteúdos, eventos especiais e novidades, aumentando dessa forma o alcance, uma vez que as redes sociais podem atingir outros públicos.

D – Com que desafios se tem deparado a Benedita FM, ao integrar as redes sociais na sua estratégia?

S – As redes sociais exigem mais conteúdo visual do que áudio, como vídeos, imagens e textos curtos. Uma gestão que requer um esforço adicional para a criação desses conteúdos. Sendo a Benedita FM composta por uma equipa pequena e recursos limitados, gerir uma presença ativa e dinâmica nas redes sociais é um dos maiores desafios.

D – As redes sociais e os canais digitais (como o WhatsApp) são uma oportunidade viável para interagir, em direto, com o público?

S – Sim, estas plataformas oferecem uma série de vantagens que fortalecem a ligação com os ouvintes e potenciais ouvintes, ajudando a expandir o alcance da rádio. São uma forma de comunicação dinâmica e direta, tornando a relação rádio/ouvinte mais interativa.

D – Qual a relação entre a rádio e as camadas mais jovens?

S – Na Benedita FM temos alguma programação/conteúdos direcionada para os jovens: o desporto e alguns programas temáticos. Temos ainda firmadas parcerias com escolas e outros estabelecimentos, ligados ao ensino, que se traduzem em criação de conteúdos por parte dos jovens para a rádio, bem como visitas de estudo à nossa sede (o que lhes desperta interesse e gosto).

D – Os *podcasts* podem ser um complemento das rádios?

S – Sim, as rádios podem usar os *podcasts* como uma extensão da sua programação. As rádios têm a grande vantagem de transmissão em direto e do alcance imediato, enquanto os *podcasts* permitem que os ouvintes escolham o momento e o tipo de conteúdo que querem ouvir, sem a necessidade de estar sintonizado no horário em que o programa está a decorrer em direto.

D – Existe um critério para o tipo de conteúdos que esta rádio disponibiliza em *podcast*?

S – Sim, os programas de palavra.

D – Vê estas plataformas como um novo desafio para a radiodifusão local?

S – Sim, uma vez que oferecem uma forma mais flexível e personalizada de consumir o conteúdo.

D – Que papel podem ter os *podcasts* numa comunidade local?

S – Os *podcasts* tem um papel importante numa comunidade local, uma vez que disponibilizam uma plataforma acessível e dinâmica para a divulgação de informações.

D – Três meses após a estreia, que balanço faz deste projeto (Paradoxo Local)?

S – Ainda é um pouco cedo, tendo em conta que ainda estamos a fazer alguns ajustes. Para mim o balanço faz-se um ano depois, no entanto, penso que tem cumprido os objetivos tendo em conta a relevância dos tópicos abordados e o interesse gerado pela comunidade local. As críticas que me tem chegado tem sido positivas e construtivas (como temos falado).

D – Acha que o programa tem atendido as necessidades da população e as expectativas da emissora?

S – Sim, tendo em conta os temas abordados, que são sempre direcionados para a comunidade local e regional, e a qualidade das “discussões” proporcionadas pelos comentadores residentes com visões tão distintas.

D – Obrigado pela disponibilidade em colaborar neste projeto.

## Anexo 2 – Transcrição de entrevista com Nuno Ferreira

D – Diogo Honório

N – Nuno Ferreira (interveniente do programa)

Data – 30 de janeiro de 2025

D – Num mundo cada vez mais globalizado como aquele em que vivemos, qual é que acha que é o papel que uma rádio local deve ter hoje?

N – O papel é, mais do que nunca, de proximidade com as populações envolventes, porque as rádios locais (tal como qualquer pessoa mais localmente) conhecem os problemas reais das populações e normalmente a atuação dela vai ao encontro das necessidades que as pessoas mostram no dia-a-dia. E quanto mais proximidade, mais consideração há pelos problemas reais das populações mais próximas.

D – E qual é que acha que é a relação que as pessoas daqui da Benedita, da Freguesia, têm com a rádio?

N – Aquilo que eu sinto é que se nota que há uma população bastante ativa que ouve. E os ouvintes da rádio da Benedita são uma população bastante ativa, nota-se quando há aqueles programas Discos Pedidos, porque realmente há uma participação muito grande. E não só da Benedita, também da envolvente. É sinal de que a rádio da Benedita é, digamos, reconhecida também noutros concelhos e noutras populações aqui à volta. É um sinal que mostra que a rádio está implementada não só ao nível local da Freguesia, mas também no nível de várias freguesias aqui à volta e noutros concelhos.

D – Agora também passámos recentemente por uma pandemia. Qual é que acha que foi o papel da rádio – não necessariamente da Benedita, mas do setor – durante a pandemia?

N – A pandemia a nível nacional trouxe-nos a todos nós uma realidade em que as coisas começaram a acontecer mais rápido. Ou seja, havia muita burocracia nas decisões e elas passaram a ser um bocadinho mais rápidas, adequando-se também à realidade que existia na altura. E a rádio não ficou à margem disso, porque era um transmissor dessas informações. Normalmente toda a gente estava à espera de algumas informações do Estado ou dos departamentos específicos e a rádio teve um papel fundamental na transmissão dessas informações. E não nos podemos esquecer que em Portugal havia leis implementadas às quatro da tarde de um dia, para implementar no outro dia logo às zero horas. Portanto, a rádio e todos os meios locais de comunicação eram um portal preponderante. E também no sentido de aproximar as pessoas, não é? Porque as pessoas em casa tinha mais tempo para ouvir e procuravam as notícias locais regionais nos órgãos de comunicação regional.

D – Quanto à Benedita FM: como é que vê o futuro de uma rádio como esta?

N – A Benedita FM já se está a adequar às novas tecnologias, já está também na *internet*, já está cada vez mais a adaptar-se à necessidade. Porque antigamente as rádios ou eram para quem estava em casa ou para quem ia no carro. Hoje já há uma série de plataformas que permitem, em qualquer lugar e em qualquer momento, ouvir a rádio. Basta que as pessoas estejam mais atentas aos programas, fidelizar mais pessoas a mais programas, quer sejam informativos, lúdicos... faz com que realmente as pessoas depois procurem estar atentas à programação e a ouvir determinados programas. Não digo que tenham de ouvir tudo de uma ponta a outra, mas quando há um interesse demonstrado num programa

elas procuram sempre. E a Benedita FM adaptou-se, nesse aspeto, porque realmente conseguiu estar próxima a esse público que mais ou menos está fidelizado à rádio.

D – E também agora com os novos avanços tecnológicos, como é que olha para o jornalismo de proximidade? Ficou realmente mais próximo ou distanciou-se?

N – Aquilo que eu sinto, propriamente o meu ponto de vista, é o seguinte: eu vejo que no nosso concelho de Alcobaça, mais concretamente a Câmara [Municipal], deixou de transmitir tanta informação para fora como já transmitiu e como já a própria rádio também o fazia. Hoje sinto que essa informação é mais controlada, não é tão dada cá para fora, o que faz com que as pessoas vão afastando o seu interesse. Porque se no passado, principalmente a Benedita e as freguesias ali à volta, estavam muito envolvidas nas decisões que a Câmara ia tomando (estavam atentas, reagiam positiva ou negativamente, também eram um bom barómetro para a Câmara), hoje nota-se um bocado esse afastamento. Ou seja, as notícias quando são dadas, ou são dadas de uma forma que já aconteceram, ou se não aconteceram já está decidido e não há mais nada a fazer... portanto, parece-me que no passado havia mais abertura à discussão e a rádio era uma principal via de informação às populações mais afastadas desta área. Eu sentia que a própria rádio queria que as pessoas estivessem informadas e procurava que as pessoas estivessem informadas. Hoje sinto um bocadinho esse afastamento, mas, embora não haja notícias, elas têm de procurar e vão procurando outras notícias que, por sua vez, sigam outros públicos ou atraiam outros públicos e fidelizem outros públicos.

D – Que importância é que acha que pode ter um programa de debates numa rádio como a Benedita FM? Ainda para mais o Nuno já participou noutros programas do género...

N – Eu sinto, e as pessoas abordam-me no sentido em que “olha, tu devias falar nisto” ou “devias falar naquilo”. Ou seja, veem em nós tipo um porta-voz dos problemas, uma vez que as Assembleias e os próprios organismos que gerem o nosso dia-a-dia – a Junta de Freguesia e a Câmara Municipal – não têm essa abertura, ou têm os canais mais fechados. Até há uma burocracia: tem de se enviar *e-mails*, tem de se ir lá... e eles olham para nós no sentido de dar algum alerta ou alguma informação, porque veem que não têm sítio onde possam sequer pôr as suas ideias. E aquilo que eu sinto é que este programa dá um bocadinho de voz a essas pessoas e também tenta atrair aquele caminho que já houve, com mais notícias da região e com mais notícias que estão para sair e que estão ainda para ser decididas. Este programa tem vindo a surtir esse efeito e noto que há um público que eu descobri que ouve, a nível do *podcast*: podem não ouvir o programa em direto, mas depois naquele período, em *podcast* ou na repetição, nota-se que as pessoas estão atentas e procuram, ficam um bocadinho mais agarradas à ideia. E o objetivo é que isto atraia mais pessoas ainda, e que mais pessoas se mostrem interessadas. Porque realmente as pessoas estão afastadas da parte física, das obrigações de qualquer beneditense.

D – Como há pouco eu também já tinha dito, você já participou num programa semelhante a este projeto, aqui na Benedita FM. Qual é que foi o balanço que fez na altura do projeto? Na altura ainda não tinha havido o “boom” dos *podcasts*, só começavam a surgir, portanto... há diferenças desde então para hoje?

N – Sim, há diferenças, porque realmente na altura eu próprio estava numa fase de interesse – estava na [Assembleia da] Junta [de Freguesia] – e o interesse demonstrado era sempre maior. Ou seja, nós falávamos de problemas realmente locais e de alternativas, porque até lá não havia (ou havia muito pouca) informação acerca disso. Nós tínhamos ali uma abertura maior ainda e havia um alerta para as populações, para dizer que a Benedita e as freguesias envolvidas – e todo o concelho de Alcobaça – precisava de uma lufada de ar fresco e de algumas ideias, de algumas ações de debate e algumas

informações. Isso na altura foi "impactante", porque realmente as coisas tiveram bastante ação e mesmo os ouvintes viam nesse programa algo capaz de ser porta-voz das pessoas. Foi muito importante esse programa, gostei bastante e até eu próprio me senti muito mais envolvido nos assuntos, porque estava alertado para isso, estava sempre muito mais atento, pesquisava e tentava encontrar respostas a muitas questões que até então eram quase inócuas.

D – Acha que ele chegou a ter efeitos práticos na comunidade? Ou seja, sentiu que ele pressionou o poder local, tendo em conta que você também estava na Assembleia de Freguesia?

N – Serviu, porque ali era algo que transmitia a muito mais pessoas e a Assembleia, embora a gente na altura tentássemos promover a participação dos fregueses nas assembleias, havia pouca resposta da parte dele. Neste programa havia um *feedback* muito positivo de que realmente as pessoas gostavam e, como está a acontecer atualmente, transmitiam-nos as preocupações, e nós falávamos.

D – De um modo geral, acha que a população beneditense é civicamente ativa?

N – É assim, eu acho que a população beneditense não é civicamente ativa; eles são ativos civicamente nos cafés. A falar uns com os outros são muito ativos. Quanto a ir às assembleias falar do assunto, não vão ou não aparecem. Mas sempre que o problema é geral, quando é um problema maior, como foi o caso do Externato Cooperativo da Benedita ou quando foi a história do corte na estrada na década de 1980 para reivindicar uma ponte... aí as pessoas são ativas e unem-se bastante. De resto, quando são problemas de duas ou três zonas da freguesia, as pessoas não são ativas. Num ponto de vista geral, quando o problema é geral, aí sim há uma demonstração de que as pessoas são ativas e gostam de estar dentro das tomadas de decisão.

D – Depois ainda temos a nossa diáspora. Que importância é que acha que este tipo de programa pode ter para as comunidades que já não vivem aqui, que já não lidam com estes problemas?

N – Sim, é bastante importante. Por aquilo que eu vejo, essa diáspora hoje – a maior parte deles – estão a chegar à reforma, já estão reformadas, já não estão ativas, já estão a trabalhar nas suas comunidades e passam mais algum tempo em casa. E tudo que se relaciona com a terra, eles estão despertos. E são dos que procuram encontrar o programa ideal, para a altura ideal, para ter mais conhecimento sobre a terra. É o efeito que está a gerar e que me transmitem. Quando eles estavam ativos, não estavam despertos para estas situações; hoje estão mais tempo em casa, passam mais tempo em casa com os netos, enfim... estão mais despertos para isso.

D – E sobre os meios digitais: qual é a importância deles nas rádios locais? Ou seja, acha que as novas tecnologias vão poder substituir os meios tradicionais?

N – É assim, as novas tecnologias... mas alguém tem de lá estar a fazê-las. Pode não ser bem no rádio direto, mas alguém vai ter de estar a fazer, embora todos nós saibamos que a sociedade vive das pessoas falando umas com as outras. Não é aquela teoria do computador “a fazer”, como cada vez mais querem fazer com o ChatGPT: falar pelas pessoas e imitar, não é? Agora, aqui há uma coisa que é certa: quando há uma ideia, ou uma notícia, ou algo realmente que se esteja a fazer, o objetivo é envolver quanto mais pessoas melhor, para que realmente a informação chegue a mais pessoas e as “mais pessoas” se mostrem interessadas no assunto. Porque hoje em dia, a história de “passar música” simplesmente, faz com que as rádios deixem de despertar interesse nas pessoas. A música ouve-se em qualquer lado e de qualquer forma. Enquanto este papel

informativo, este papel participativo da comunidade faz parte integrante das rádios ou dos meios de comunicação locais. A Benedita, lamentavelmente, não tem mais nenhum. Tem a rádio, que é bastante importante.

D – E que importância é que as redes sociais podem ter também aqui, junto das comunidades locais?

N – As redes sociais são fundamentais, porque a velocidade da transmissão da informação é imediata e é a tal forma de atrair e captar a atenção das pessoas para eventos futuros e para a promoção de outro tipo de eventos que aconteçam. Porque realmente as pessoas estão muito agarradas às redes sociais, que vieram para ficar, e por aquilo que vamos percebendo, já chegou a gerações que tiveram pouca informatização e elas conseguem estar nas redes sociais. Portanto as redes sociais vieram, digamos, banalizar um bocado a informática, porque antigamente tínhamos de ter alguns tipos de equipamentos informáticos, como o computador para aceder... hoje qualquer pessoa no telemóvel consegue aceder e pessoas com alguma idade têm acesso, têm ferramentas, têm Facebook, têm isso tudo, portanto elas recebem isso. E que veio facilitar um bocadinho a transmissão da informação, e é o que está a fazer.

D – Sei que tem recebido um *feedback* da comunidade daqui da Benedita. O que é que lhe têm dito?

N – Avaliam um bocadinho a prestação de cada um [dos participantes], que às vezes tem sido boa, outras vezes menos boa, e que devíamos falar neste assunto, ou naquele assunto, ou noutro assunto. Tem sido também um mar de ideias que têm surgido, e é a tal teoria que mostra que as pessoas têm alguma necessidade de ter estes programas mais ativos, para que realmente envolvam mais pessoas. Estamos a caminhar para as eleições, para o processo de eleitoral do município e das freguesias, e faz sentido as pessoas estarem atentas a isto. Enquanto antigamente parece que os candidatos se perfilavam antes, as coisas começavam a ser faladas antes; agora estamos aonde? Estamos a menos de um ano da eleições, e não se conhece os candidatos. Parece que no passado as coisas aconteciam mais naturalmente. Portanto, este programa pode vir a sortir este efeito, de fazer com que as pessoas sintam que estamos em período eleitoral.

D - Então, no fundo, o programa tem atendido às necessidades e às expectativas da população?

N - Sim, acho que sim.

D – Nuno, da minha parte é tudo. Só me resta agradecer a sua disponibilidade em colaborar, tanto no projeto como no programa. Obrigado.

# Anexo 3 – Grelha de programação da Rádio Nazaré

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
07H	Programa	Programa de Continuidade	Bom Dia Nazaré	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	Antônio Henriques	-	-	-	-
	Obs	Apenas Música	REPETIÇÃO (Domingo)	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música
08H	Programa	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Musical
	Locutores	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	-
	Descrição	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	-
09H	Programa	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Musical
	Locutores	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Antônio Lopes
	Descrição	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música Brasileira
10H	Programa	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Nga	Bom Dia Nazaré
	Gênero	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Musical	Musical
	Locutores	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Antônio Lopes	Antônio Henriques
	Descrição	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música Brasileira	-
11H	Programa	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Nazaré Dos Meus Encantos	Bom Dia Nazaré
	Gênero	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Musical	Musical
	Locutores	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Antônio Lopes	Antônio Henriques
	Descrição	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música Brasileira	-
12H	Programa	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Manhã da Rádio	Nga	Bom Dia Nazaré
	Gênero	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Entretenimento	Musical	Musical
	Locutores	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Fátima Melo	Antônio Lopes	Antônio Henriques
	Descrição	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música / Informação / Entrevistas	Música Brasileira	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
13H	Programa	O Tempo Não Apaga O Tempo	O Tempo Não Apaga O Tempo	O Tempo Não Apaga O Tempo	O Tempo Não Apaga O Tempo	O Tempo Não Apaga O Tempo	Volta a Portugal em Indicieta
	Gênero	Musical - Fado	Musical - Fado	Musical - Fado	Musical - Fado	Musical - Fado	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	Cristiano Cebola
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Música Independente
14H	Programa	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	-
	Descrição	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	-
15H	Programa	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Regresso dos Heróis	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	José António Pereira	-
	Descrição	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	eDiscos Perdidos	-
16H	Programa	Volta a Portugal em Indicieta	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Cristiano Cebola	-	-	-	-	-
	Obs	Música Independente	-	-	-	-	-
17H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música
18H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música
19H	Programa	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	Volta a Portugal em Indicieta	No Topo do Top	No Topo do Top
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	Cristiano Cebola	-	-
	Obs	Música Independente	-	-	Música Independente	-	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
20H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	The Jazzlaid Show	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	Clyve Aguarde	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Soul - Jazz - Funk - Hip Hop	-
21H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	The Jazzlaid Show	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	Clyve Aguarde	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Soul - Jazz - Funk - Hip Hop	-
22H	Programa	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	No Topo do Top	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música
23H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Obs	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música	Apenas Música

RUBRICAS NAZARÉ FM					
Horas	Duração	Nome	Descritivo	Disponibilidade	Autoria
DOM 11H30	30 Minutos	Notícia	Notícia	Antena	Maria Inês Barreira (por telefone)
SEG 9H30	10 Minutos	Comentários às Notícias	Comentários Sobre Notícias	Antena - Facebook	Joaquim Morais
SEG 10H30	5 Minutos	Vagas de Emprego no Concelho	Vagas de Emprego no Concelho	Antena - Facebook	Fátima Gandoso
SEG.SEX 16H30	30 Minutos	Vozes da Nazaré	Temas de Atualidade Local	Antena	-
SEG 8H30	10 Minutos	Prevenção e Segurança	Apartamentos Sobre Segurança	Antena - Facebook	Joaquim Morais
SEG.SEX 8H30 - 9H30	10 Minutos	Revista de Imprensa	Capas dos Jornais do Dia	Antena	-

DATA De 12 a 20 de abril de 2024

LEGENDA
Informação
Entretenimento
Musical
Cultura
Desporto
Religioso
Outro

OBSERVAÇÕES:
 

- Pêso Social: Facebook
- Disponibilidade de Interações Diretas: Telefone (em off)
- Sinal Horário: a cada hora certa
- Notícias: SEG - SEX -- 9H - 12H - 15H - 18H / SÁB -- 9H - 18H / DOM -- 9H - 12H - 18H
- Notícias ao fim de semana são "Revista Da Semana"
- Publicidade de 30 em 30 minutos (hora certa e meia hora)
- Emissão FM + Emissão Online no Website (com talhas pontuais)

# Anexo 4 – Grelha de programação da Rádio Cister

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
07H	Programa	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical	Musical
	Locutores	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	-
	Descrição	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	-
Obs.	-	-	-	-	-	Apenas Musica	Apenas Musica
08H	Programa	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical	Musical
	Locutores	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	-
	Descrição	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	-
Obs.	-	-	-	-	-	Apenas Musica	Apenas Musica
09H	Programa	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Bom Dia, Alegria	Estudio 1
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical	Musical
	Locutores	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Rui Cardoso	Paulo Mendes
	Descrição	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica & Rubricas	Musica Brasileira
Obs.	-	-	-	-	-	-	Gravado
10H	Programa	Toca Toca	Toca Toca	Toca Toca	Toca Toca	Toca Toca	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical	Musical
	Locutores	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Paulo Mendes
	Descrição	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Musica
Obs.	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	-	Apenas Musica
11H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Estudio 1
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Paulo Mendes
	Descrição	c/ Rubricas	c/ Rubricas	c/ Rubricas	c/ Rubricas	c/ Rubricas	Musica
Obs.	-	-	-	-	-	-	Apenas Musica
12H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Publicamente
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Entrevistas
	Locutores	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Pedro Nobre	Piedade Neto (moderadora)
	Descrição	-	J.SLOW MOTION?	-	-	-	Temáticas Socioculturais
Obs.	Direto	Direto	Direto	Direto	Direto	Direto	Gravado - 4 Convidados

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
13H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
Obs.	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Apenas Musica	Apenas Musica
14H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
Obs.	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Apenas Musica	Apenas Musica
14H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Super Domingo à Tarde
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Paulo Alexandre	Paulo Alexandre	Paulo Alexandre	Paulo Alexandre	Paulo Alexandre	Paulo Mendes
	Descrição	-	-	-	-	-	Contribuições do Público
Obs.	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Direto + Flash Desporto (Regional)	
16H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Super Domingo à Tarde
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Paulo Mendes
	Descrição	-	-	-	-	-	Contribuições do Público
Obs.	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Direto + Flash Desporto (Regional)	
17H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Super Domingo à Tarde
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Catarina Florêncio	Paulo Mendes
	Descrição	-	-	-	-	-	Contribuições do Público
Obs.	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Gravado	Direto + Flash Desporto (Regional)	
18H	Programa	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	Rui Cardoso
	Descrição	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Musica & Rubricas
Obs.	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Musica em Português	Apenas Musica
19H	Programa	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Peça Que Não Maçã	Info Meteorologia Local
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Programa de Continuidade
	Locutores	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	Rui Cardoso
	Descrição	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Discos Pedidos	Musica & Rubricas
Obs.	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Direto + Ouvintes No Ar	Musica em Português	Apenas Musica

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
20H	Programa	Programa de Continuidade	Noticias	Noticias	Noticias	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	Paulo Mendes	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	Paulo Mendes
	Descrição	-	-	Baladas Musicais	-	-	Entrevistas
Obs.	Gravado	Gravado	Programa de Autor	Gravado	Gravado	Apenas Musica	Prog. do Centro Qualifica Cister
21H	Programa	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local
	Gênero	Potencialidades	Programa de Continuidade	Musical	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Locutores	Letícia Gaspar	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Descrição	Letícia Gaspar	-	Baladas Musicais	José Manuel Caetano	José Manuel Caetano	-
Obs.	Direto e Online (You Tube)	Apenas Musica	Programa de Autor	Gravado	Gravado	Temática: Dance Music	-
22H	Programa	Potencialidades	Noticias	Noticias	Noticias	Info Meteorologia Local	Info Meteorologia Local
	Gênero	Entrevistas	Fair-Play	Noite de Gerações	Programa de Continuidade	Musical	Musical
	Locutores	Letícia Gaspar	Fair-Play	Musical	Musical	Musical	Musical
	Descrição	Letícia Gaspar	Pedro Nobre	Fernando Rodrigues	-	-	-
Obs.	Direto e Online (You Tube)	Temáticas Desportivas	Direto + Ouvintes No Ar	Apenas Musica	Programa de Autor	Temática: Dance Music	Temática: Fado
23H	Programa	Publicamente	Um Olhar Sobre a Semana	Noite de Gerações	Programa de Continuidade	DJ Set	Programa de Continuidade
	Gênero	Entrevistas	Debates	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Piedade Neto	Piedade Neto (moderadora)	Fernando Rodrigues	-	DJ Micael Bento	-
	Descrição	Temáticas Socioculturais	Temáticas Políticas	-	-	-	Temática: Dance Music
Obs.	HF-PE-TECÃO	HF-PE-TECÃO	Direto + Ouvintes No Ar	Apenas Musica	Programa de Autor	DJ Set - por Jéane Braga	Temática: Fado

RUBRICAS CISTER FM						
Horas	Duração	Nome	Descritivo	Disponibilidade	Autoria	
SEG.SEX 8H30	1 minuto	A Sara sabe	Saúde e Lifestyle	Antena - Podcast	Sara Santos	
SAB 8H30 - 19H25						
DOM 15H25 - 21H30						
SEG.SEX 9H30 - 11H30 - 13H30 - 15H30 - 17H30 - 22H30	5 Minutos	Salão de Festas	Publicidade cultural	Antena	Segmento Publicitário	
SAB 9H30 - 11H30 - 13H30 - 15H30 - 17H30 - 18H30						
DOM 9H30 - 11H30 - 13H30 - 15H30 - 17H30						
SEG.SEX 9H40	3 Minutos	Revista de Imprensa	Capas dos Jornais	Antena	C/Patrocinio (CUCP)	
SEG.SEX 11H20	5 Minutos	Desporto	Síntese Desportiva Nacional	Antena	Pedro Nobre	
SEG.SAB 7H30 - 14H30 - 16H30	3 Minutos	Melhores Momentos "Carita-me Uma História"	Melhores momentos do podcast de David Anúnes	Antena - Podcast	David Anúnes (e Convidados)	
SAB 16H20	3 Minutos	Cuicado, ele está na cozinha!	Receita de Culinária	Antena + Podcast	Emanuel Moura	
SAB 18H35	5 Minutos	MPS	Música popular brasileira	Antena	Cláudio Carreira	
SAB 9H25 - 11H25	5 Minutos	Flash Desporto	Notas sobre desporto regional	Antena	Paulo Mendes - Apontamentos de Diogo Gomes e Vítor Rago	
SAB 19H40	3 Minutos	Em Linha Com A DECO	Rubrica da DECO	Antena	Associação Defesa do Consumidor	
SEG.SEX 7H10 - 11H10	3 Minutos		Elemento do Dia	Antena	Apoalinho Bizarro	
SEG.SEX 7H20	3 Minutos	Pergunta do Dia		Antena	Rui Cardoso	

DATA De 11 a 19 de março de 2024

OBSERVAÇÕES

- Redes Sociais: Facebook / Instagram / X / YouTube / Spotify
- Disponibilidade de interações Diretas: WhatsApp / Telegram / Telefone
- Sinal Horário: a cada hora certa
- Emissão FM + Emissão Online no Website e Aplicação Mobile (Android e IOS)
- Noticiários: SEG./SEX -- 8H as 17H - 20H / SAB -- 9H - 15H - 17H // DOM -- 9H - 11H - 15H - 17H
- Notas meteorológicas a cada hora após noticiário / sinal horário: a partir das 20H.
- Publicidade: de 20 em 20 minutos.
- Não cumpre com todos os horários (programas não transmitidos, limitando-se a playlist musical)

LEGENDA	
Informação	
Entretimento	
Musica	
Debates	
Desporto	
Religioso	
Outro	

# Anexo 5 – Grelha de programação da Benedita FM

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	
07H	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	
08H	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Manhãs de Sábado Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Ponto de Encontro Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: Helena Silva Descrição: Discos Perdidos + Rubricas Obs: Música Portuguesa - Gravado
09H	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Programa Super Manhã Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Manhãs de Sábado Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Ponto de Encontro Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: Helena Silva Descrição: Discos Perdidos + Rubricas Obs: Música Portuguesa - Gravado
10H	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Manhãs de Sábado Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Domingo Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Discos Perdidos + Rubricas Obs: Gravado
11H	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	Programa Expresso das 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Rubricas - Direto	120 Ao Sábado Musical Gênero: Musical Locutores: Cláudia Fragoço Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	Domingo Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Soares Descrição: Discos Perdidos + Rubricas Obs: Gravado
12H	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	120 Ao Sábado Musical Gênero: Musical Locutores: Cláudia Fragoço Descrição: Música / Curiosidades / Iniciais Obs: c/Patrocinio - Gravado	15 Mais Tocadas Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Info + Música Nova (Portuguesa) Gravado

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	
13H	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: Os Novos Paroquianos (15min) Descrição: Os Novos Paroquianos (15min) Obs: Prog. Entertainment + Música	Top 10 Musical Gênero: Musical Locutores: Elvis Raimundo Descrição: Música Mais Tocada na Rádio Obs: Prog. Entertainment + Música	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
14H	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Influências Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música + Aniversariantes Semana Obs: Programa de Autor - Direto	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
15H	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Influências Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música + Aniversariantes Semana Obs: Programa de Autor - Direto	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
16H	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Influências Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música + Aniversariantes Semana Obs: Programa de Autor - Direto	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
17H	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Programa Sons da Tarde Musical Gênero: Musical Locutores: Madalena Quinteiro Descrição: Música / Curiosidades Obs: Gravado	Influências Musical Gênero: Musical Locutores: Paula Delgado Descrição: Música + Aniversariantes Semana Obs: Programa de Autor - Direto	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
18H	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Mistura de Sucessos Musical Gênero: Musical Locutores: Virginia Rafael Descrição: Música / Curiosidades Obs: Programa de Autor - Direto	Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música
19H	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Programa Discos Perdidos Entertainment Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: Locutores Não Definidos Obs: Direto - c/Patrocinio	Mistura de Sucessos Musical Gênero: Musical Locutores: Virginia Rafael Descrição: Música / Curiosidades Obs: Programa de Autor - Direto	100% Nacional Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Música Portuguesa Obs: Programa de Autor - Direto

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	
20H	Programa Brilho da Música Musical Gênero: Musical Locutores: Elvis Raimundo Descrição: Programa de Autor Obs: Direto	Só Baladas Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Calães Descrição: Temática: Baladas Obs: Gravado	Brilho da Música Musical Gênero: Musical Locutores: Fernando Maurício Descrição: Programa de Autor Obs: Direto	Fado, Vozes e Sombras Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Fado Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Clube MegaHertz Musical Gênero: Musical Locutores: Daniel Vieira Descrição: Programa de Autor Obs: Gravado
21H	Programa Brilho da Música Musical Gênero: Musical Locutores: Elvis Raimundo Descrição: Programa de Autor Obs: Direto	Só Baladas Musical Gênero: Musical Locutores: Nuno Calães Descrição: Temática: Baladas Obs: Gravado	Brilho da Música Musical Gênero: Musical Locutores: Fernando Maurício Descrição: Programa de Autor Obs: Direto	Grande Hotel Musical Gênero: Musical Locutores: Luís Castro Descrição: Temática: Expos Musicais Obs: Programa de Autor - Direto	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Clube MegaHertz Musical Gênero: Musical Locutores: Daniel Vieira Descrição: Programa de Autor Obs: Gravado
22H	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Expos Musicais Obs: Programa de Autor - Direto	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Total Heavy Rock Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Temática: Rock e Metal Obs: Programa de Autor - Gravado
23H	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	Programa Programa de Continuidade Musical Gênero: Musical Locutores: - Descrição: - Obs: Apenas Música	100% Nacional Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Música Portuguesa Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Lusitânia Expresso Musical Gênero: Musical Locutores: António Silva Descrição: Temática: Baladas Obs: Programa de Autor - Gravado	Total Heavy Rock Musical Gênero: Musical Locutores: Sandra Fonseca Descrição: Temática: Rock e Metal Obs: Programa de Autor - Gravado

RUBRICAS BENEDITA FM						
Horas	Duração	Nome	Descritivo	Disponibilidade	Autoria	
SEG/SEX 7H30 - 13H	10 Minutos	Os Novos Paroquianos	Rubrica Humorística	Antena	Paraná da Paróquia - Procurores e Publicidade, L&R	
SEG/SEX 10H25	2 Minutos	O Sentido Das Palavras	Psicologia Multivariacional	Antena	Carlos Cabrita	
SEG/SEX 11H10	2 Minutos	Pensar Fora Da Caixa	Motivação Pessoal	Antena	Joaquim Sobrinho Duarte	
SEG 10H50	5 Minutos	Comentário da Semana	Apostamentos Desportivos	Antena (Direto)	Pedro Guerra	
SEG 11H30	5 Minutos	Compad Music	Clips Musicais	Antena + Spotify	Nuno Fernandes	
TER & QUI 10H50	2 Minutos	Prazeres Interrompidos	Sugestões de Leitura	Antena	Octávio Nuno	
TER 11H30	2 Minutos	Terra Cantada	Declamação de Poemas de Autor	Antena	Associação Terra Mágica das Lendas - Rádio Benedita FM	
QUI 11H30	5 Minutos	Os Nossos Dias	Crónicas da Atualidade	Antena	Ana Tinta	
SEX 10H30	5 Minutos	Comentário da Semana	Atualidade Regional e Nacional	Antena (Direto)	Pedro Guerra	
SEX 11H30	3 Minutos	Crónicas	Crónica de Atualidade	Antena	Nuno Calães	
DOM 8H15	5 Minutos	Hipnoterapia: Precisamos de Falar Sobre Isso	Dicas para Fortalecimento Corporal e Mental	Antena	c/ Dr. Jorge Cosme	
DOM 8H40	5 Minutos	Legalmente Falando	Questões de Ovinlens Sobre Leis e Fiscalidade	Antena	c/ Paulo Loureiro	
DOM 8H50	2 Minutos	Momentos de Reflexão	Textos de Reflexão	Antena	c/ Dr. Fernando Figueiredo	
DOM 9H05	5 Minutos	Haja Saúde	Questões de Ovinlens Sobre Saúde	Antena	c/ Rui Vieira	
DOM 9H40	5 Minutos	Viagens Pelo Mundo	Destinos Turísticos	Antena	Isabel Costa	
DOM 9H50	1 Minuto		Informação Sobre Notícias, Descobertas ou Investigações	Antena		

DATA De 27 de março a 04 de abril de 2024

OBSERVAÇÕES

- Redes Sociais: Facebook / YouTube
- Disponibilidade de Interações Diretas: Telefone
- Sinal Horário: a cada hora certa
- Noticiários: SEG/SEX 9H - 13H - 16H - 18H - 22H - SAB 9H - 13H - 16H - DOM 9H - 13H - 18H
- Agenda Cultural: SEG/SEX 12H - 13H - 15H - SAB/DOM 15H
- Envio de PM + Envio de Conteúdo no Website & Aplicação Mobile (Android e iOS)
- Publicidade: de 20 em 20 minutos (das 8H às 20H) / de 30 em 30 minutos (das 20H às 8H)

LEGENDA	
Informação	
Entertainment	
Música	
Clubs	
Desporto	
Religião	
Outro	

# Anexo 6 – Grelha de programação da 91 FM Rádio

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
07H	Programa	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	Programa de Continuidade
	Género	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
08H	Programa	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	Programa de Continuidade
	Género	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
09H	Programa	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	Programa de Continuidade
	Género	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Hélder Santos	Pedro Miguel Silva
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
10H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa
	Descrição	-	-	-	-	-	-
11H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa
	Descrição	-	-	-	-	-	-
12H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa	João Carlos Costa
	Descrição	-	-	-	-	-	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
13H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
14H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	Pedro Miguel Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
15H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Pedro Miguel Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
16H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Pedro Miguel Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
17H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Adriana Dinis	Pedro Miguel Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
18H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva
	Descrição	Bossa Nova & Lounge	Bossa Nova & Lounge	Bossa Nova & Lounge	Bossa Nova & Lounge	Bossa Nova & Lounge	-
19H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
20H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	Pedro Miguel Silva	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
21H	Programa	Desporto em Direto	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Informal	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Jorge Humberto	-	-	-	-	-
	Descrição	Tematicas Desportivas	-	-	-	-	-
22H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
23H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Género	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-

RUBRICAS 91 FM						
Horas	Duração	Nome	Descritivo	Disponibilidade	Autoria	
SEG.SEX 7H50 - 8H30 - 9H20 - 10H20	5 Minutos	Capas dos Jornais do Dia	Informação	Antena	Pedro Miguel Silva	
SEG.SEX 7H30 - 8H50	1 Minuto	Elemente do Dia	Elemente do Dia	Antena		
SEG. 9H30 - 19H30	2 Minutos	Postivamente	Curiosidades	Antena	Carina Carvalho	
SEG.SEX 9H50	2 Minutos	Curiosidades	Curiosidades	Antena	?	
SEG.SEX - 7H45	2 Minutos	Destaque Informação Local	Resumo do Primeiro Bloco Informativo do Dia	Antena	Rafaela Santos	
SEG.SEX - 9H45	15 Minutos	Pregões, Coisas, Nomes, e Outras Recuramencas da Língua Portuguesa que Traduzidas a Letra para inglês, ficam Parvas, em inglês... Certo!	Análise de Expressões Portuguesas	Antena + Podcast	c/ Rui Nogueira	

DATA	
De 19 a 27 de março de 2024	

OBSERVAÇÕES	
-	Redes Sociais: Facebook / Instagram
-	Disponibilidade de Interações Diretas: WhatsApp e linha telefónica para informações de trânsito
-	Disponibilidade de Emissão: MEO Rádios
-	Sinal Horário: a cada hora
-	Emissão FM + Emissão Online no Website & Aplicação Mobile (Android e iOS)
-	Noticiários: SEG.SEX 8H - 11H - 13H - 15H - 18H / SAB - 15H - 18H / DOM - 13H - 18H
-	Publicidade: de 20 em 20 minutos.
-	Entrevista c/ Presidente CM Caldas da Rainha - SAB, 18/05/2024 13H e 19H (duração de 55min)

LEGENDA
Informação
Entretimento
Música
Cultura
Desporto
Religioso
Outro



# Anexo 8 – Grelha de programação da Rádio Hiper FM

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
07H	Programa	Old School	Old School	Old School	Old School	Old School	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	-
08H	Programa	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
09H	Programa	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Programa de Continuidade
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
10H	Programa	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Old School
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Músicas 00s, 10s e 20s
11H	Programa	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Wake Up	Old School
	Gênero	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Entretimento	Musical
	Locutores	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	André Silva	-
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Músicas 00s, 10s e 20s
12H	Programa	Checklist	Checklist	Checklist	Checklist	Checklist	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
13H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	André Silva
	Descrição	-	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	Hora Patrocinada	-
14H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	André Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
15H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	André Silva
	Descrição	-	-	-	-	-	-
16H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	Ana Leão	Inês Santos
	Descrição	-	-	-	-	-	-
17H	Programa	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Ana Leão
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
18H	Programa	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Ana Leão
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-
19H	Programa	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Sunset	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Inês Santos	Ana Leão
	Descrição	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	Música & Rubricas	-

HORA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
20H	Programa	Checklist	Checklist	Checklist	Checklist	Checklist	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	Top Músicas Mais Tocadas	-
21H	Programa	Old School	Old School	Old School	Old School	Old School	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	Músicas 00s, 10s e 20s	-
22H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-
23H	Programa	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade	Programa de Continuidade
	Gênero	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
	Locutores	-	-	-	-	-	-
	Descrição	-	-	-	-	-	-

RUBRICAS HIPER FM						
Horas	Duração	Nome	Descrição	Disponibilidade	Autoria	
TER 9H30 - 17H45	3 Minutos	Nova Temporada	Filmes & Séries	Antena - Podcast	Miguel Catarino	
QUIA 9H30	8 Minutos	Uma Placa de Nutrição	Alimentação	Antena - Podcast	c/Filipa Coutinho	Questões do Público p/WhatsApp
SEG/SEX 8H20 - 11H30	3 Minutos	A Verdade Está Nas Cartas	Atualidade dos Famosos	Antena - Podcast		
SEG/SEX 10H20 - 19H30	5 Minutos	O Jogo Que Não Tem Nome	Comentários dos Ouvintes	Antena - Podcast	c/Patrocínio Benicar	
QUI 9H30	2 Minutos	Ano Estrela	Cinema	Antena - Podcast	Miguel Catarino	
SEG 9H30	10 Minutos	O Trabalho Que A Sorte Dá	Empreendimento	Antena - Podcast	c/Ana Prata	
SEG 9H30	6 Minutos	Minutos Sobre A Mente	Saúde Mental	Antena - Podcast	c/Ana Grazina	
SEG 17H45	3 Minutos	Compacto Reality	Resumo de Gala Big Brother	Antena - Podcast	Miguel Catarino	

DATA	De 04 a 12 de abril de 2024
LEGENDA	Informação
	Entretimento
	Música
	Cultura
	Desporto
	Religioso

OBSERVAÇÕES	<p>Redes Sociais: Facebook / X / Instagram / YouTube / Spotify</p> <p>- Disponibilizado de interações Diretas: WhatsApp</p> <p>- Sinal Horário: Não tem</p> <p>- Notícias: SEG, SEX - 8H05 - 10H05 - 13H30 - 16H05</p> <p>SAB, DOM - 12H05 - 15H30 - 18H05</p> <p>* 1 Hora de música seguida, a todas as horas* - Exemplo: das 8h30 as 9h30, novamente das 10h30 as 11h30</p> <p>- Emissão FM + Emissão Online no Website &amp; Aplicação Mobile (Android e iOS)</p> <p>- Disponibilidade de Emissão: MEO / Vodafone TV / Nowo</p>
-------------	--

## Anexo 9 – Identidade visual provisória



Identidade gráfica provisória



Capa para as plataformas de podcast



Exemplo de anúncio dos temas



Carrossel de imagens para divulgação do podcast, nas redes sociais



Imagem estática para acompanhar o podcast, no YouTube



Reel com excerto do programa (da esquerda para a direita, capa e frame do conteúdo)

# Anexo 10 – Recortes de imprensa

ALCOA PUBLICIDADE NECROLOGIA CLASSIFICADOS VIDEOS AGENDA CULTURAL ASSINANTES EDIÇÕES DIGITAIS LOJA D'OALCOA

ALCOA ATUAL IGREJA DESPORTO NEGÓCIOS EDUCAÇÃO CULTURA MEMÓRIA OPINIÃO

ATUAL SETEMBRO 30, 2024

## Informação. Novo programa da BENEDITA FM

"Paradoxo Local: o outro lado do Oeste" é o novo programa da rádio **BENEDITA FM**, que estreia a 1 de outubro. Todas as terças-feiras, depois das 22h00, Sandra Lourenço Amaro, Nuno Ferreira e José Marques Serralheiro vão analisar a atualidade informativa local e regional. O programa resulta do projeto final de mestrado de Diogo Honório, o moderador. Aqui procura-se desenvolver um "produto capaz de contrariar a simplificação da programação das emissoras locais".

PRIMEIRA PÁGINA

Mérito. Alunos da região revelam segredos para bons resultados

Região. Legado de Manuel Vieira Natividade motiva descobertas nas grutas de Alcobaca

Pinas. Trabalho de cátedra reconhecido

Alcobaca. Hermínio Rodrigues recandidata na câmara

Alfândega. Associação do Casal Fardo com meta dielétrica

Cilene. Alcobaca e Nazaré no mapa da Vênia a Portugal

Recorte de notícia do jornal *O Alcoa*, disponível no seu website.  
Consultado a 05 de setembro de 2025 em [alcoa.com/informacao-novo-programa-da-benedita-fm/](http://alcoa.com/informacao-novo-programa-da-benedita-fm/)

REGIÃO de Rio Maior

RIO MAIOR REGIONAL NACIONAL DESPORTO DIVERSOS GRANDE ENTREVISTA SOCIEDADE

## Benedita FM: volta aos debates com Paradoxo Local

23 de Setembro, 2024 | Cultura e Lazer

**Paradoxo Local**

Terça, das 22h às 23h disponível em podcast

A rádio **BENEDITA FM** vai trazer de volta os debates sobre a região Oeste, a partir de dia 1 de outubro.

Todas as terças-feiras, depois das 22h00, em 88.1 FM, Sandra Lourenço Amaro, Nuno Ferreira e José Marques Serralheiro vão juntar-se nos estúdios da emissora beneditense, para analisar a atualidade informativa local e regional.

Um designer gráfico, Diogo Honório, uma geóloga, Sandra Lourenço Amaro, um gestor de empresas, Nuno Ferreira e um economista, José Marques Serralheiro, criam um "Paradoxo Local".

«Paradoxo Local: o outro lado do Oeste»

O programa resulta do projeto final de mestrado de Diogo Honório (moderador), onde se procurou desenvolver um produto capaz de contrariar a simplificação da programação das emissoras locais. Pretende-se suscitar o debate entre a população do concelho de Alcobaca e zonas limítrofes, a partir da opinião dos três convidados residentes e do contributo dos ouvintes.

Para ouvir já a partir de 1 de outubro, todas as 3<sup>as</sup> feiras, a partir das 22h00, na Rádio Benedita, em 88.1 FM.

Últimas

As nuvens choram hoje a morte de Carlos Paião em Sociedade 26 de Agosto, 2025

Dr. Fernando Sequeira Aguiar faria hoje 115 anos em Sociedade 14 de Agosto, 2025

Trabalhadores da Nobre parados de novo em Rio Maior 14 de Agosto, 2025

Agenda Desportiva Casa Pia x Sporting em Desporto 8 de Agosto, 2025

Rio Maior: Susana Gaspar é a candidata do PS à Junta em Rio Maior 8 de Agosto, 2025

Tempo Rio Maior

TERÇA	QUARTA	QUINTA
☀️	☀️	☀️
26° 15"	27° 17"	25° 15"
13 - 30 km/h	18 - 38 km/h	23 - 48 km/h
Umidade: 77%	Umidade: 81%	Umidade: 76%

METEORED info

Recorte de notícia do jornal *Região de Rio Maior*, disponível no seu website.  
Consultado a 05 de setembro de 2025 em [regiaoderiomaior.pt/benedita-fm-volta-aos-debates-com-paradoxo-local/](http://regiaoderiomaior.pt/benedita-fm-volta-aos-debates-com-paradoxo-local/)