



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Discos pedidos As motivações da audiência

Inês Honorato

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor José Ricardo Pinto Carvalheiro

Covilhã, Junho de 2011

Agradecimentos

Acima de tudo quero agradecer aos meus pais por sempre me apoiarem, confiarem em mim, pelo investimento que fizeram e pelo orgulho que têm em mim e no meu trabalho. Mas também, ao meu orientador por ter acreditado no tema do trabalho e pela motivação que sempre me deu. Um grande obrigado, a todos os meus colegas e amigos que me deram força durante este ano, em especial ao Vladimiro Lourenço, à Tânia Cândido e à Nataliya Yanchyk.

Muito obrigado a todos.

Resumo

Pensar a rádio como meio de comunicação de massas capaz de gerar comunidades e satisfazer necessidades dos seus ouvintes é o fio condutor deste trabalho. Os programas de discos pedidos juntam-se a esta investigação pela particularidade de estarem em grelha há muitos anos e por serem um bom objecto de estudo, dentro da temática e do meio a investigar. A teoria dos usos e gratificações, bem como os conceitos de interactividade e de comunicação como ritual têm destaque no estudo, e auxiliam o seu desenvolvimento. Duvidas sobre os tipos de motivações que contribuem para os ouvintes participarem nos programas de discos pedidos, e quais as necessidades que estes esperam ver satisfeitas, bem como a capacidade que este tipo de programas tem para formara uma comunidade, estão no centro desta investigação.

Palavras-chave

Discos pedidos; rádios locais; usos e gratificações; comunidade; interactividade.

Abstract

The leitmotif of the present work is to analyse radio as a mass media that can generate communities and satisfy the needs of its listeners. Radio requests shows are here investigated not only for their value as a study object in this thematic, but also for the particularity of being a long-standing broadcasting format. The uses and gratifications theory as well as the interactivity and communication-as-ritual concepts are emphasized in the study and assist its development. At the core of this research lie doubts about the motivations that underlie listeners's participation on the radio requests shows and the needs that this participation intent to fulfill, as well as of the power of this programme format to generate communities.

Keywords

Requests shows; local radios; uses and gratifications; community; interactivity.

Índice

Agradecimentos	3
Resumo	5
Abstract	7
Índice	9
Introdução	11
Capítulo 1: Contextualização histórica da rádio	13
Secção 1- Rádio, as origens técnicas.....	13
Secção 2 - A rádio em Portugal.....	16
Capítulo 2: A rádio, meio, localização e programas	34
Secção 1- A rádio como meio.....	34
Secção 2 - Discos pedidos.....	37
Secção 3 - As rádios locais em Portugal.....	38
Capítulo 3: Teorias e conceitos de apoio	42
Secção 1 - Usos e gratificações.....	42
Secção 2 - A audiência.....	45
Secção 3 - Os modelos de interação social.....	51
Secção 4 - Os modelos comunicacionais	52
Capítulo 4: Pesquisa e resultados	54
Secção 1 - Metodologia.....	54
Secção 2 - Caracterização do programa	55
Secção 3 - Análise dos resultados.....	57
Capítulo 5 - Discussão e resultados.....	63
Conclusão	66
Bibliografia.....	68
Anexos.....	70

Introdução

Até aos nossos dias, e seguindo uma ideia de Luís Bonixe, poucos são os estudos sobre rádios locais, em Portugal. A rádio, meio de características muito particulares, trouxe várias novidades quando apareceu. Usou, Estados, mas também foi usada por eles, distinguia-se por ser rápida, fluida e uma companheira diária, que encurtava distâncias. Contudo, poucos são os estudos dedicados à rádio como meio agregador, formador de comunidades, ou meio capaz de satisfazer as necessidades diárias de quem ouve.

Mas os estudos sobre rádio foram úteis num pequeno aspecto, principalmente os estudos sobre a história da rádio. Estes mostraram que, pelo menos em Portugal, existe um programa em grelha, quase desde as primeiras emissões radiofónicas, até à actualidade; um programa de discos pedidos.

O objectivo do trabalho é perceber se a rádio contribui para a satisfação das necessidades dos seus ouvintes, ao mesmo tempo que os agrega numa só comunidade, apenas por se exporem ao mesmo programa. Estudar o fenómeno da longevidade dos discos pedidos, faz todo o sentido. É um tipo de programa muito específico e fácil de caracterizar, o que também torna mais fácil de o relacionar com os objectivos do estudo, ao mesmo tempo é um programa que permite não só que os indivíduos o ouçam, mas que também participem nele. No fundo se os ouvintes não participassem, o programa não existiria, pelo menos com as mesmas características, ou seja o programa precisa da participação dos ouvintes. Mas será que os ouvintes necessitam de participar nele? Por que razão as pessoas ligam para o programa? São essas razões fizeram prolongar a existência do programa, nas grelhas radiofónicas até hoje? Assim, como objecto de estudo foi escolhido um programa de discos pedidos, numa rádio local, a fim de analisar a participação dos ouvintes, os seus perfis e motivações.

A da teoria dos usos e gratificações, defende que a utilização dos meios, por parte dos indivíduos, é uma forma de satisfazer as suas necessidades, ou seja, defende que as motivações que levam os indivíduos a se exporem a um meio de comunicação de massa se prendem com a satisfação das suas necessidades. Desta forma tentaremos perceber se, de facto, os ouvintes dos programas de discos pedidos satisfazem as suas necessidades com a auscultação e, sobretudo, com a participação no programa. Mas o mais importante é saber quais as motivações que levam a essa satisfação. Se são motivações utilitárias, motivações interaccionais ou relacionais, e ainda motivações discursivas ou expressivas.

A interacção mediada, que o programa permite, entre locutor e ouvinte, torna-o ainda susceptível de análise relativamente à possibilidade de os seus participantes serem mais do que meros participantes do mesmo programa. James Carey, na sua concepção de comunicação como ritual, atribui à primeira, a capacidade agregadora e, conseqüentemente, formadora de comunidades. Este conceito integrará também a investigação, a fim de ajudar a perceber se pelo facto de os ouvintes dos programas de discos pedidos participarem neles, os torna uma comunidade ou se são apenas audiência.

No capítulo 1, aborda-se o desenvolvimento técnico da rádio, bem como o contexto em que esta surgiu, primeiro a um nível mundial, depois no caso Português. O objectivo é perceber como o meio se desenvolveu, útil para enquadrar o objecto de estudo, mas também para compreender as características da rádio. No capítulo 2, é feita, em primeiro lugar, uma caracterização da rádio enquanto meio, para que se consiga perceber melhor a relação que os ouvintes têm com o meio. Nesse mesmo capítulo é, ainda, feita a caracterização dos programas de discos pedidos, uma vês que é este o objecto de estudo, e o contexto, no qual as rádios locais, surgiram em Portugal, bem como a sua condição nos dias de hoje. No capítulo 3, são expostas várias teorias e conceitos que se relacionam e são úteis tanto para suportar a investigação, como para melhor perceber os resultados desta. No capítulo 4, encontramos a descrição da metodologia aplicada na investigação, o que permite que esta possa ser replicada, mas também a caracterização do programa escolhido como objecto de estudo, e a análise dos dados recolhidos. No capítulo 5, tem lugar a discussão dos resultados, obtidos pela análise dos dados, onde é possível tirar algumas conclusões e relacionar a análise, com as teorias e conceitos do capítulo 3.

Capítulo 1: Contextualização histórica da rádio

Secção 1- Rádio, as origens técnicas

O que começou por ser um negócio de fabricantes tornou-se num instrumento político, cultural e de propaganda, tal como num meio de comunicação e de publicidade (Browne, 1982). Com uma função emotiva e passional, desde o seu início, que a rádio atraiu ouvintes. “Sempre me fascinou este uso afectivo da rádio, a natureza envolvente e quase maternal do discurso radiofónico. Há aliás algo de fascinante e de encantamento na escuta da rádio. O estudante que faz os trabalhos escolares ao som da rádio, a dona de casa que a mantém acesa como fundo sonoro enquanto faz as lides domésticas, o automobilista que vai escutando, com atenção intermitente, a voz do locutor ou a melodia favorita que encomendou por telefone procuram um envolvimento, uma espécie de redoma sonora.”¹ Tal papel deve-se às características deste meio de comunicação, intimista e espontânea, com uma programação adaptada ao público e rápida na informação, fizeram da rádio, a rainha dos meios de comunicação de massa, até aos anos 60. Considerada por alguns a “ arte de sedução intimista” e por outros a “prótese tecnológica”, a rádio era comparada ao teatro helénico, funcionando como uma máscara que camufla a voz, que chega a todo o lado, para dar as primeiras sensações do mundo, antes dos restantes sentidos. Com um discurso lúdico e encantatório, caracterizado por frases curtas, sem silêncios, simples e pausado, este meio de comunicação de massa foi usado em várias circunstâncias.

Resultado da conjugação de descobertas técnicas, necessidades militares e competências políticas, a rádio conhece os seus primórdios em 1897, pelas mãos de James Maxwell e Heinrich Hertz, ambos estudaram as ondas electromagnéticas e como esta se propagavam. Com estes estudos surgiu o primeiro rádio condutor, e posteriormente a primeira antena. Pegando nos estudos e nos instrumentos construídos, Marconi fez as primeiras experiências à distância, em código morse. A partir de 1901, já era possível fazer uma ligação transatlântica. Mas, só em 1906, é que se pode fazer a ligação com voz, graças a Lee de Forest, que ao colocar o terceiro eléctrodo no aparelho além de receptor, este passava a ser também amplificador, e quando ligado ao telefone, podia manter uma conversa por voz. Em 1908, fez-se a primeira transmissão a partir da Torre Eiffel, que se tornou uma importante antena de rádio.

Dois de Novembro de 1920, é apontada como a data de nascimento da radiodifusão pública, visto que antes disso, a rádio já era usada entre os que possuíam aparelhos emissores e receptores, e também pela marinha. A transmissão da reportagem, da eleição presidencial de W. G. Harding, pela KDKA, em Pittsburgh, nos EUA, deu o mote. A partir desse momento

¹ RODRIGUES, Adriano Duarte (1985). *Campo dos media: discursividade, narratividade, comunicação e linguagens* (p118). Lisboa: Vega.

todas as emissoras começaram a transmitir música, política, desporto, e teatro. Os fabricantes de emissores e receptores de rádio, foram os que mais lucraram com a radiodifusão, tanto que foram os primeiros a criar estações e cadeias de rádio. Foi a partir deste ponto que os governos decidiram intervir na radiodifusão. Contudo, o intervencionismo estatal nos Estados Unidos da América era diferente do Europeu.

Ao perceberem que as ondas electromagnéticas eram escassas, os EUA, decidiram regularizar o seu uso e criaram a *Federal Rádio Commission*. O cidadão que daí em diante quisesse abrir a sua estação teria de ter uma licença passada pela referida comissão. Mas, à *Federal Rádio Commission* cabiam também as tarefas de vigiar a potência dos emissores, bem como a moralidade do que era emitido. Os programas de rádio passaram a ser concebidos para prestar serviço à publicidade, e não aos ouvintes e podiam ser retransmitidos em várias estações nacionais através dos retransmissores locais. É desta forma, que a rádio se apodera da influência sobre os ouvintes, a prova dá-se, quando em 1938, Orson Wells transmite “Guerra dos mundos”, e convencidos da total credibilidade do meio de comunicação, os ouvintes acreditam que a história é real, entram em pânico, começando a fugir pelas ruas.

Na Alemanha, o cenário era bem diferente. Por ter sido alvo de um forte intervencionismo estatal, a rádio alemã, atrasou-se no seu desenvolvimento, o que ajudou a adquirir características que se fixaram durante um longo período de tempo. Só em 1923, é que o Estado Alemão concede as primeiras licenças de emissão. Dois anos mais tarde, as nove sociedades existentes são agrupadas e dão origem à “Onda alemã”, cujo objectivo era o de transmitir emissões educativas. Este agrupamento era vigiado pelo governo, através dos ministérios dos postos, que assegurava os meios técnicos e a gestão, e do interior, ao qual cabia a fiscalização do conteúdo. Além das licenças para os receptores, os ouvintes tinham também de pagar uma taxa mensal pelos mesmos equipamentos que possuíam. Apesar, da boa qualidade de emissão, não existia serviço ao público, nem publicidade na rádio alemã, o que não impediu o seu sucesso. Em 1939, já existiam 10,2 milhões de receptores, adivinhando uma preparação da rádio como um veículo da propaganda nazi.

Na Inglaterra, o que começou por ser um modelo diferente do anterior, acabou por o seguir. Depois do liberalismo dos primeiros anos da rádio, Neville Chamberlain, em 1922, obrigou as rádios a unirem-se na BBC - British Broadcasting Corporation, ficando estas ao encargo do sector privado. Mas ao observar o que se passava nos Estados Unidos, relativamente à publicidade e, segundo o próprio, aos maus programas, decidiu voltar atrás e em 1927, através de carta real, o estado nacionaliza todos os emissores e passa a seguir o modelo alemão.

Os avanços tecnológicos do rádio foram lentos, mas este rapidamente ganhou adeptos, dos vários quadrantes, tanto que passou a ser o meio de comunicação preferido dos presidentes, que a usavam como meio organizativo da sua agenda. Dentro do âmbito político, a rádio chegou mesmo a ser apelidada de “arma absoluta”, dado ao uso que foi feito dela, durante a segunda guerra mundial. A Itália, durante a invasão da Etiópia, instalou vários postos, que transmitiam em dez línguas diferentes, para destabilizar os impérios franceses e ingleses, que

dominavam a área. Em Espanha, o general Franco usou postos espanhóis em Marrocos, para se dirigir à população local, com um fim propagandístico. Já a Inglaterra, em 1940, transmite, em dezasseis línguas, cinquenta e um boletins de informação diários, todos diferentes e adaptados às várias audiências. Emitia também em onda média para poder chegar aos países ocupados pelos nazis. Por sua vez, a Alemanha, foi o país que mais usou a rádio para fins próprios. Usou-a para avisar a Áustria de que ia ser anexada e na primeira tentativa de anexação, em 1934, o primeiro local a ser ocupado foi uma estação de rádio. É nesta altura que se dá início à guerra das ondas, quando a Áustria começa a criar interferências às transmissões alemãs. Mas a rádio é usada pelos nazis, principalmente, com fins propagandísticos. Mais de 9,5 milhões de aparelhos, apenas com uma só frequência (a da rádio do estado) foram comercializados. As emissões de propaganda eram várias ao longo do dia. Para uma maior eficácia e abrangência, era pedido aos militares que deixassem as suas janelas abertas e aumentassem o volume do receptor, durante a escuta do aparelho. Os postos alemães transmitiam em onda média, em cinquenta e três línguas para o resto do mundo. À medida que ia invadindo outros países, ia colocando postos para espalhar a ideologia política. Além dos seus esforços, a Itália aliou-se à potência de Hitler e ofereceu-se como retransmissor alemão, sobretudo para os países da América Latina.

Durante a guerra, a rádio destacou-se também como a única forma que os militares tinham de entrar em contacto com as suas famílias.

De natureza afectiva e envolvente, a rádio era um meio associado a hábitos individuais, promovia a homogeneização do público, sem contemplar diferenças sociais, regionais, política, económicas ou culturais, e era de fácil penetração no tecido social, contudo, nenhuma destas características foi suficiente para manter a sua magia. No pós-guerra, pouco mudou nos dias da rádio, a sua evolução estagnou, o aparelho que antes liderava as atenções mundiais, com directos e programas gravados, perdeu a sua força com o aparecimento da televisão. Nem mesmo o papel que ocupou durante o conflito mundial, a protegeu do decréscimo de popularidade, a televisão colocou os programas de rádio de lado, ficava com a maior parte da publicidade e retirou-lhe a função de organizadora das massas.

Com esta mudança, a rádio resigna-se com o seu papel secundário. Surgem os disc-jockeys que preenchem os espaços entre a música e a publicidade, e os modelos de emissão tornam-se mais simples. A antena serve agora minorias e rádios locais, cuja sobrevivência é paga pela publicidade (que começa a ser cada vez mais barata) dos comerciantes locais.

A partir dos anos 60, a rádio volta à ribalta. A mudança deve-se a meios técnicos que começam a ser cada vez mais usados, como o transistor, que permitiu tornar os aparelhos mais leves, com maior mobilidade e também mais baratos. Avanços tecnológicos de outras vertentes permitiram reduzir os custos de produção e de instalação de emissoras, bem como o tempo entre a emissão e a recepção do conteúdo. A modelação de frequência veio trazer uma maior fidelidade de reprodução e o estéreo, dando um ar mais real ao som gravado. Com a utilização de satélites de telecomunicações, a rádio conseguiu ultrapassar barreiras locais, regionais e nacionais. Além das mudanças ao nível da tecnologia, a rádio apostou na mudança

de programação e de linguagem. O tom enfático e solene deu lugar ao estilo coloquial, intimista e espontâneo. A linguagem e os programas adaptavam-se ao público que mudava ao longo do dia. Destinada à rapidez informativa, tornou-se soberana na passagem de música e deu primazia a programas culturais, educativos e artísticos.

Depois do renascimento, a atenção da audiência passou a ser repartida pela televisão, vista à noite, e pela rádio, que tinha o seu tempo à matiné e no carro. Além disso, os adolescentes passaram a ter um lugar de destaque, levando a rádio a investir na música yé-yé, muito ouvida na altura.

Secção 2 - A rádio em Portugal

Já se fazia a transmissão transatlântica, quando, em 1901, se fez o primeiro contacto, em Portugal, pelo rádio. Um ano depois, começaram os primeiros ensaios em TSF - Telegrafia Sem Fios. Em 1904, abre a primeira escola de ensino da TSF, a Escola da Marinha do Vale de Zebro, era Nunes Ribeiro quem assegurava o ensino e as emissões amadoras e distribuía as frequências.

Com a passagem da telegrafia para o rádio, alguns emissores de faísca deixaram de operar e outros foram “remetidos ao silêncio” para que não causassem interferência nos novos emissores.

As válvulas electrónicas vieram a substituir os emissores de faísca, e o altifalante o auscultador, a escuta das transmissões já podia ser colectiva. Passou-se do senfilista, que construía o seu aparelho de auscultador, no sótão, para o radiofilo, que coloca o aparelho na sala, munido de um altifalante.

Na história da rádio em Portugal, surgem três nomes importantes, por terem sido os primeiros a abraçar a nova tecnologia. Alberto Carlos da Silva, foi o primeiro português, a trabalhar em radiofonia. Em 1913, começou com emissões faísca e rapidamente foi destacado durante a guerra para ser informador de Inglaterra, em Cabo Verde. Tinha como função vigiar os navios alemães. Em 1925, começou a trabalhar com válvulas em onda curta e foi ele que em 1931, montou o primeiro posto amador, em Portugal.

José Celestino Soares, outro dos três pioneiros, começou mais cedo a desvendar os mistérios das ondas. Foi ele, quem, em 1902, fez os primeiros ensaios de TSF, com um aparelho receptor. Em 1920, fez as primeiras experiências com lâmpadas de eléctrodo e pouco tempo depois, conseguiu ouvir telefonia sem fios, em Lisboa, com um electrolítico. Foi também, a partir desse ano, que se iniciou na luta pela regulação dos postos amadores em Portugal.

De Fernando Medeiros, podemos dizer que foi um verdadeiro pioneiro, em 1914, fundou a rádio Hertz e foi o responsável pela primeira transmissão de música, em Portugal, com um gramofone de campânula.

Em 1916, Portugal estabeleceu a primeira regulamentação de radioamadorismo. Visto que no ano anterior, a polícia tinha apreendido vários receptores de TSF, cuja posse era proibida.

Com este incidente, Oliva Júnior, director da revista *Electricidade e Mecânica* lutou pela regulamentação do radioamadorismo, junto da AGCT-Administração Geral dos Correios e Telégrafos. Em 1923, os amadores pediam, à mesma administração, a regulação da TSF. Sousa Dias e Melo, em conjunto com três senfilistas fizeram a primeira emissão radiofónica, mesmo sem licença. Rompido o temor, seguiram-se-lhes outros amadores e também eles passaram a transmitir em TSF. Dois anos depois, a polícia volta a intervir no sector e encerra cinco postos emissores, a mando da AGCT, sob a suspeita de estes transmitirem factos políticos.

Novidade em constante evolução, o Estado via a TSF com desconfiança e depois de um período de tolerância, emitiu legislação mais apertada, salvaguardando o seu controlo sobre esta indústria.

Em Junho de 1925, Hermano Neves, Presidente da comissão organizadora da sociedade portuguesa de amadores de TSF, voltava a pedir a regulação do uso de radiotelefonía, argumentado que este, além de um bom instrumento de defesa, seria um meio para educar o povo. Neste período, a existência de várias associações foi determinante para o desenvolvimento da rádio, em Portugal. Entre outros eventos, estas promoviam tertúlias, exerciam pressão sobre o governo, faziam exposições, divulgavam a radiotelegrafia e a radiotelefonía e davam formação a quem queria ter o seu próprio aparelho de transmissão.

Em 1926 foi criada a Rede de Emissores Portugueses, que em 1929 conseguiu a discussão, no governo, sobre a regulamentação da radiodifusão. Foi nesta altura, que pela primeira vez, surgiu a ideia de estação pública. Organizar a radiodifusão, passou a caber ao Estado, que incumbiu, ao Ministério do Comércio, a cedência das autorizações de emissão. Com o projecto de lei aprovado, quem queria emitir em TSF tinha de pagar uma taxa estipulada, de acordo com a potência que usava, o custo podia ir dos cem aos mil escudos. A potência não podia ir além dos 5 quilowatts, e qualquer emissor estava proibido de fazer publicidade ou de ser usado para conversas privadas. Só podia adquirir licenças, quem tivesse diploma de radiotelegrafista das Escolas Náuticas ou de radiotelegrafia da Escola da AGCT, além disso, os vendedores de aparelhos tinham de possuir a listas de compradores dos mesmos, para fins de fiscalização.

De 1924 a 1928, passa a haver transmissões de música gravada. Os programas são mais curtos nas privadas, do que nas emissoras estatais. Aos domingos, a programação era especial, além de haver mais concertos, à noite havia debates e palestras. As rádios com menos possibilidades económicas optavam por passar discos gravados, é neste período que nasce a noção de discos pedidos, quando os ouvintes escreviam para a rádio a pedir que passassem um determinado disco.

Com o decreto de Janeiro de 1930, a pouca abertura que havia no sector terminou. Serviços de radiotelefonía, radiodifusão, radiotelegrafia, passariam a ser monopólio do Estado. Ao Ministério do Comércio e das Comunicações cabia emitir as licenças. Ao futuro proprietário destas era exigido experiência na área e estudos científicos sobre os aparelhos. Contudo, a partir dos anos 30, a rádio sofre algumas mudanças. Quem possuísse um emissor, ou receptor, estava obrigado a pagar uma taxa de 6 escudos mensais, por cada aparelho. As mudanças

estendem-se à programação radiofónica, além dos discos e da música ao vivo, o serviço de radiodifusão transmite notícias, palestras, humor, programas infantis e até mesmo declamação. Os programas deixavam de ser todos iguais, para serem reformulados por cada estação. As palestras tornaram-se fundamentais na rádio, tanto que após a sua transmissão, as mesmas eram publicadas na imprensa. Posteriormente, os concertos foram diminuindo, dando lugar a outras formas de música, como o fado e as trovas, e vários conteúdos foram introduzidos, entre eles destacam-se as crónicas, informação meteorológica, desporto, cinema e livros.

Com o avanço da radiodifusão, os radioamadores começam a cair no esquecimento, tanto que em 1939 vêem a sua actividade proibida, tanto os amadores de radiotelegrafia, como os de radiofonia. Foi também durante este período que começaram a surgir as pequenas emissoras de rádio, que sem profissionais e sem financiamento, conseguiam sobreviver graças aos afiliados e aos sócios.

O do material radiofónico aperfeiçoa-se, a qualidade de transmissão aumenta, e com eles, a rádio começa a estar associada à ideia de serviço universal, passava concertos, pequenas peças e instrumentais. Ainda na mesma década, a programação começa a tornar-se mais popular, virada sobretudo para os bairros, tornou-se mais local e menos geral. Tal mudança deu-se com a queda da Primeira República, e com ela caiu também a alta cultura, e a ideia de uma cultura mais próxima do povo ganhou terreno, o folclore invadiu a rádio portuguesa. Júlio Augusto Silva dizia que “o organizador do programa deverá levar em linha de conta a existência [de] quatro categorias de radiouvintes: analfabetos, medianamente cultos, cultos e “snobs”. A primeira das categorias indicadas, refiro-me evidentemente ao porto, não morre de amores pelo “fado”, canção demasiadamente melancólica e embaladora da desgraça. [...] para esta categoria de radiouvintes, atendendo a que a missão das emissoras é de educar o gosto artístico do povo que anda tão pervertido, deve dar-se música ao nosso do folclore e do folclore de outros países, acessível, como criação do povo que é, a ser entendida pelo povo. Os radiouvintes de cultura média apreciam a música e a meio-dramática. Como, tanto numa como noutra, abundam as obras-primas, só há dificuldade de escolha. Os radiouvintes cultos preferem as orquestras sinfónicas e os grandes conjuntos orfeónicos. Aos “snobs” é que, por melhor boa vontade que haja, nunca conseguiremos agradar, tanto mais que, sistematicamente, desdenham dos postos locais”². A cultura de massas instala-se e a produtora Valentim de Carvalho é uma das responsáveis. Não só comercializava discos vindos do estrangeiro, como aceitava gravar as músicas dos artistas nacionais. Se com esta viragem, rádio e produtores ficavam a ganhar, os fadistas nacionais também conquistaram o seu lugar, graças às editoras, a partir de 1926, passaram a ter direitos de autor e contratos assinados. Das estações existentes em 1924, poucas restavam em 1939. Emissora Nacional, Rádio Clube Português, Rádio Renascença e mais 7 pequenas estações foram as únicas que sobreviveram. As três primeiras deram lugar a postos emissores e com a mudança que se verificou na legislação da radiodifusão, as pequenas estações tiveram de se reunir aos Emissores

² SANTOS, Rogério (2005). *As Vozes da rádio 1924-1939*. (pp96 e 97). Caminho

Associados de Lisboa. Cada uma mantinha a sua identidade, mas todas usavam o mesmo emissor, num sistema rotativo. Verificaram-se, ainda, mudanças na organização e na programação dos emissores, com excepção da Rádio Clube Português, a nenhum posto era dado o direito de passar publicidade.

Determinante para o percurso da rádio em Portugal, foi a inauguração da já referida Emissora Nacional, em Agosto de 1935. Sobre a égide do Estado, esta emissora era o modelo da profissionalização da rádio. Com um número de programas regulares, a estação orgulhava-se de ter a sua própria orquestra, discos de música clássica, e da possibilidade de transmitir em directo concertos de vários locais e palestras de cariz político. Na altura, os noticiários eram curtos.

Foi com a instauração da ditadura, que a rádio passou também a ser objecto de propaganda, à semelhança do que aconteceu na Alemanha hitleriana e na Itália de Mussolini. Eleita como um meio para atingir gostos e atitudes dos ouvintes, foi a mentora da Campanha do Trigo. Esta consistia em altifalantes colocados em camionetas, que eram estacionadas nas praças de vilas e aldeias, para transmitir um sem número de palestras através da rádio. Entre os vários colóquios, a rádio também transmitia frases ideológicas, uma forma sublime de homogeneizar o pensamento social e político. Em 1935, havia cerca de 100 altifalantes espalhados pelo país, e estimava-se que abrangiam em média 180 000 ouvintes. Mais tarde, foram acrescentados diálogos, debates e efemérides às transmissões, uma forma de acentuar a propaganda. Mas, o público gostava mais de ouvir música, e por isso mudava de posto. Para contornar esta situação, uma nova lei do Estado determinou que todos os postos eram obrigados a passar propaganda. Para que a acção de influência fosse bem sucedida, o próprio governo começou a comercializar aparelhos receptores a preços baixos (300 escudos), para que todos pudessem ouvir.

Podemos concluir que o regime se serviu da rádio, mas esta também se serviu dele, sobretudo, para se poder desenvolver. Condicionada pelos factores sociais, políticos e económicos, do Estado Novo, a rádio permanece tradicional, apesar de nascer uma nova rádio, graças ao contexto. Uma rádio mais moderna e crítica, com discursos, temas e postura, diferente daquela à qual os ouvintes estavam habituados. Pautada pela informação, a nova rádio era rápida e imediata, se os ouvintes gostavam dela, o regime temia-a, e rapidamente encontrou uma forma de controlo, a censura. Para o efeito, existia um departamento, onde os programas eram analisados antes de irem para o ar, “ Há um serviço de fiscalização em Rádio Clube Português. Criou-se, já lá vão 15 anos e, a principio, apenas com um carácter técnico. Depois alargou o seu âmbito já que foi acertadamente considerado ser um benefício para o ouvinte poder dispor de programas “limpos” (...). Bem vê, portanto qual a conveniência que não existe em manter este serviço de vigilância que é, um modo de salvaguardar o ouvinte e defender a própria estação. Há sempre uma pessoa responsável de serviço nas 24

horas do dia. Logo, bobina chegada é bobina ouvida e de seguida transmitida.”³ Na prática, a última parte da descrição não correspondia bem à realidade, na verdade as bobines deveriam estar gravadas 48 horas antes dos programas serem emitidos, prejudicando a actualidade dos temas. Em muitos casos eram gravadas duas bobines para o mesmo programa, assim no caso de uma ser cortada, o autor do programa poderia usar a segunda. Durante os anos que durou o Estado Novo e mesmo com Marcelo Caetano no poder, a censura continuou a cortar tudo o que achava impróprio para os ouvintes. Os autores dos programas, rapidamente declararam que fazer determinados trabalhos era em vão, pensando sobretudo nas rádios que iam passar os conteúdos e que se iam expor à censura, caso estes não estivessem do seu agrado. Tal como os programas, a publicidade passava igualmente à censura. Nenhuma publicidade podia ser transmitida sem o conhecimento prévio do seu conteúdo, da hora e da rádio onde seria transmitida, além de que não estivesse paga, não podia ser emitida. As canções também eram examinadas, as que tivessem qualquer vestígio de revolta para com o regime, ou palavras consideradas pelo regime como pouco morais, eram proibidas de tocar nas rádios. As que escapavam à censura prévia, muitas vezes eram cortadas em pleno directo.

Para consolidar as acções de censura, foi nomeado um Delegado do Governo que deveria fazer a escuta das emissões, afinal como diziam na época, o programa que está no papel seria apenas um projecto, o programa só seria programa quando fosse para o ar. Na impossibilidade de o fazer 24 horas por dia, muito menos a todas as estações existentes, o Delegado depositava sobre os próprios directores das rádios, a função de analisar todo e qualquer conteúdo antes de ser passado. Esta atitude permitia que muitas vezes os programas que tinham de ser cortados, não o fossem, eram apenas emendados, para que pudessem passar sem qualquer problema. Frequentemente, as mudanças a fazer eram negociadas entre director e autor “ não, não vejo objecção nenhuma”; “ vamos lá ver como é que nós podemos fazer... se tu aqui pudesses fazer uma pequena alteração para isto passar”.⁴ Como já dito o directo era uma forma de fuga à censura, com a desculpa de que a notícia era inesperada, muitos jornalistas conseguiram dar os factos, sem que a emissão fosse cortada. Mas, havia mais uma estratégia para passar na censura, a exploração do som e da linguagem. A utilização de palavras homófonas era recorrente. No papel quem não estivesse sensibilizado para isso não se apercebia do sentido das frases, mas quando lido, ganhava uma nova percepção.

Os próprios ouvintes também tinham maneira de contornar a censura, para isso bastava rodar o botão da frequência, sintonizavam uma rádio de outro país e ouviram as notícias sem cortes ou censura. Exemplo disso era a escuta da BBC, hábito adquirido durante a segunda guerra mundial, que após seis anos de silêncio, voltou a transmitir em português dois noticiários diários, de quinze minutos cada um, um de manhã e outro à noite.

³ Júlio Botelho Moniz em entrevista. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p10). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

⁴ CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p15). Lisboa - Obercom - Observatório da Comunicação.

A partir de 1961, a rádio acentua a sua função de propagandista. Com o início da guerra nas províncias ultramarinas, os democratas criaram duas rádios clandestinas para que todos tivessem acesso às suas ideias. Em resposta o estado intensifica a propaganda tanto para Portugal, como para o ultramar e estrangeiro, para que os emigrantes portugueses pudessem escutar.

O conhecimento sobre o que circulava em rádios avessas à ideologia do governo portugueses, era conseguido através da escuta dessas mesmas rádios. Polícia Internacional e de Defesa do Estado (PIDE), Legião Portuguesa, Forças armadas e até mesmo a própria Emissora Nacional estavam destacadas para procederem à escuta da oposição. “ Nós tínhamos um serviço de escuta, um serviço próprio da Emissora, que funcionava na Cruz Quebrada, onde eram gravadas a rádio Moscovo, a rádio Conakry...os boletins de escuta eram distribuídos e depois era feito um comentário”.⁵

Em contra-ataque, as rádios clandestinas respondiam da mesma forma, escutavam as rádios seguidoras do regime, sobretudo a Emissora nacional, para que a sua resposta à ideologia que era imposta pudesse ser actual e eficaz, como Severino Coelho indica “ Fazíamos escuta, fundamentalmente da EN, dos noticiários principais, que apanhávamos em OC, eram gravados e estudados para podermos fazer esse papel de estar actuais e em cima do acontecimento”.⁶

Em plena ditadura vivia-se um verdadeiro cenário de espionagem hertziana. Eleita por derrubar as fronteiras físicas, encontrava-se no meio de duas posições, ora servia os interesses estatais, ora os interesses daqueles que subvertiam a “Velha Senhora” portuguesa. Estes últimos além de emitirem em Portugal emitiam também de África, onde as equipas eram compostas por portugueses exilados. Um dos casos mais sonantes é a rádio Conakry, Emissora Oficial da República da Guiné, um país recém-independente, que apelava à revolta da vizinha, Guiné-Bissau. Entre argumentos, como cada povo deve governar a sua terra; os europeus não tinham mais poder do que os africanos; nenhum povo deve obedecer a ordens de estrangeiros na sua própria terra; divisão artificial do povo negro, a Conakry defendia sobretudo que o povo africano tinha tantas capacidades para governar e gerir, como o povo Europeu. “Em todos os ramos da actividade social se vê que aqui tudo caminha bem, mas é tudo dirigido por pretos e são os pretos que mandam. Entra-se em qualquer repartição e só se vêem pretos, digo, cabeças pretas. Os pretos podem perfeitamente mandar e governar as suas terras”. “ O preto é que governa a sua terra da República da Guiné, e nada falta, há de tudo, e muito mais do que quando era governada pelos brancos”.⁷ A Conakry, chamava ainda a atenção para a censura, a falta de liberdade e de educação. Referia que os polícias em Bissau

⁵ Rogeiro, Clemente, em entrevista, 02/03/99. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p16). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

⁶ Coelho, Severino - rádios clandestinas, Grândola, 31/03/ 99. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p16). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

⁷ Arquivo Oliveira Salazar /CO, p70, 02/08/59. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p17). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

retiravam os rádios à população para que esta não pudesse ouvir notícias. À rádio cabia ainda a divulgação dos movimentos de libertação em curso.

Nos anos 60, foi a vez dos portugueses criarem as suas rádios clandestinas em território estrangeiro. A rádio Portugal Livre foi uma das pioneiras, em 1962. Admitindo-se como a rádio dos milhares de portugueses, que em território nacional se vergavam às mãos da ditadura, a rádio Portugal Livre estava ao serviço do povo, da democracia e da independência nacional. Criada e orientada pelo Partido Comunista Português, era mantida pela sua estrutura e por funcionários clandestinos. Com quatro emissões diárias, de meia hora, a informação provinha da rede clandestina do partido, que se tinha infiltrado nos campos, nas escolas e mesmo nas forças armadas. Por vezes, a rádio ainda conseguia informação para fazer rubricas pontuais, como a “Diário da Primeira (companhia) de Comandos”. A transmissão dava detalhes pormenorizados do quotidiano de um soldado e o seu olhar sobre a Guerra Colonial. Numa outra emissão a mesma rubrica deu conta da divisão existente nas Forças Armadas, entre os altos comandos, apoiantes do governo, e os soldados insatisfeitos com o regime. “ Salazar fala assim porque tem os fascistas, o exército é apenas um corpo de altos comandos fascistas. Esses, sim, estão vendidos de alma e coração ao fascismo. Mas os outros, os soldados, sargentos e os oficiais? Sobre a posição dos soldados ninguém hoje tem dúvidas, nem mesmo os comandantes das unidades. O descontentamento com a brutalidade da disciplina fascista, contra os maus tratos e principalmente contra a guerra colonial, têm desencadeado uma série de acções que mostram como os soldados são hoje um dos sectores mais activos do movimento fascista”.⁸ Sem ambicionar a rapidez da transmissão, a rádio Portugal Livre (RPL), apenas, queria informar sobre os acontecimentos de Portugal, desconhecidos ao grande público. A análise e os comentários sobre os factos da actualidade constituíam armas de ataque ao regime português. Ao mesmo tempo, relatava as conquistas mais significativas do comunismo, como a revolução de Outubro, no Kremlin. Esta era uma forma de não só, levar os portugueses a conhecerem melhor o partido e a simpatizarem com ele, como um esforço para conseguir apoio dos principais líderes comunistas internacionais. Em 12 anos que a emissora esteve no ar, transmitiu cerca de 4500 emissões, o que resultou em mais de 10 mil horas de emissão. Às informações, análises e crónicas, juntaram-se as músicas de intervenção, algumas compostas de propósito para a RPL, como o “Avante”. Sediada em Bucareste, a emissora chegava a Portugal com algumas falhas na emissão, consequência das interferências provocadas pelo regime português. A grande maioria dos portugueses não teve acesso a ela, as suas ideias eram ouvidas sobretudo por militantes do PC, e por mais alguns simpatizantes da ideologia e avessos ao Governo Português, da época. A transmissora serviu sobretudo, como uma quebra da censura, e foi um grande apoio para que a revolução acontecesse “ A RPL foi uma das mais valiosas contribuições do PCP à luta do nosso povo contra o fascismo e pela democracia. Através da RPL o país inteiro nos negros anos da noite

⁸ Pide - proc nº 1686/65, 03/07/65. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p20). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

fascista era informado de milhares de pequenas e grandes lutas dos operários, dos camponeses, dos estudantes, dos militares, informação que constituiu um poderoso incentivo à organização e preparação do assalto final contra o fascismo. Directamente pela sua acção, RPL deu uma contribuição de primeiro plano para grandes acções de massa, para grandes jornadas de luta antifascista, como as do primeiro de Maio. Através de RPL, pôde o povo português tomar conhecimento dos grandes acontecimentos mundiais que o fascismo lhes escondia e que assinalavam a marcha irresistível da humanidade para o progresso, a liberdade, a paz, a independência nacional e o socialismo”.⁹

Como vimos anteriormente, a rádio também foi usada com fins propagandísticos, pelo Estado Português, durante a ditadura. A fim de promover a integração nas colónias, a Emissora Nacional, começou a emitir para vários territórios ultramarinos, sobretudo depois do início dos conflitos em África. A acção passava por ensinar a história, as tradições e os costumes do país, bem como pela doutrinação da ideologia política, em vigor em Portugal. Existiam, mesmo, programas que para além das histórias passavam músicas do cancionero nacional, com o objectivo de melhorar a dicção dos colonos e dos portugueses que viviam em solo ultramarino. A rádio Escolar era um exemplo deste tipo de actuação. Na sua primeira emissão, recriou um dos episódios dos descobrimentos, e nas seguintes dedicou-se à música portuguesa. Cerca de 200 professores cederam os seus receptores particulares, para que as crianças nas escolas tivessem acesso aos programas.

Mas, se por um lado, a propaganda de integração aparecia “ mascarada” de programa de entretenimento, por outro também dava lugar à informação, que muitas vezes, era distorcida através da linguagem não-verbal, dando lugar à veiculação de informações falsas. Estas eram uma forma de criar a opinião pretendida nos ouvintes, como refere Beckert D’Assunção “ Na rádio é possível transmitir informações falsas, ou julgadas verdadeiras, mas com verdade aparente: isto é, na ordem de transmissão das notícias, na sua integração, sequencia, na entoação, com que o locutor lê, nas pausas, nos silêncios que a antecedem ou sucedem, na sua repetição, etc. (...) transmitir mentiras não é tão perigoso como desvirtuar verdades conhecendo as motivações das massas, criando-lhes um clima de recepção para a conseqüente opinião.”¹⁰

A rádio vivia uma nova guerra hertziana, de um lado os anti-regime com as suas rádios clandestinas fora de Portugal, a veicular a sua ideologia anti-fascista, e de o outro, o próprio Governo Português, que aumenta o número de rádios e de programas, quer em território nacional, quer em território ultramarino, sempre pensando na propaganda de integração e em como esta passava os ideais português “ Deus, Pátria e a Família”.

A pensar numa maior adesão por parte dos nativos africanos, os anti-regime, que começaram a ver a rádio, como uma arma psicológica, capaz de conquistar as populações contra os

⁹ RPL _ Fala Rádio Livre! 1977. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p20). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

¹⁰ D’Assunção, Berkert - Para uma axiologia da rádio, SEIT, Lisboa, 1970. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p40). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

valores nacionalistas, vai mais longe e criam a transmissora “Voz de Moçambique”. Com uma particularidade, as emissões eram pensadas não só em conteúdo, mas também na forma, para quem as estava a ouvir. “ Nas emissões locais começaram a realizar-se programas de acordo com a formação intelectual das populações africanas, utilizando uma linguagem directa, de terminologia simples, procurando neutralizar os efeitos pretendidos pelas rádios contrárias (...); era a organização de programas em dialectos africanos que (...) reconhecia a necessidade de espelhar a propaganda através de uma língua que os africanos compreendessem”. Se no começo, a transmissão começou por emitir em nove dialectos, ao fim de 16 mil horas de programação, a transmissão já se fazia em 11 dialectos. A recompensa valia uma média de 1700 cartas recebidas por mês, em forma de agradecimento, como a seguinte, escrita pelo ouvinte Eário Matos Muchelze “ Na nossa casa já sabemos fazer bolos e esperamos que nos ensinem outras coisas”¹¹.

Para João Carlos Beckert D’Assunção, a rádio da época tinha três grandes funções, informativa, social e política. Deveria servir-se da vertente social, de diversão, ao livrar os ouvintes das suas preocupações, para ao mesmo tempo lhes dar informação e formação. Neste período, assistiu-se a uma competição entre rádios do estado e rádios subversivas ao regime, mas, a verdade, é que apesar de resultados diferentes, o modo de actuar era semelhante.

Contra a propaganda dos que se insurgiam contra o regime, o Governo Português passou a fazer uso da contra propaganda, também através da rádio. Para levar esta tarefa a cabo, contava com grandes trunfos, um deles foi o Centro Emissor Ultramarino. A emitir para mais de 15 países, utilizando as línguas portuguesa, inglesa e francesa, o objectivo era veicular os valores ocidentais e explicar a importância destes para o Mundo inteiro. Os problemas técnicos de transmissão foram superados, através da gravação dos programas, que posteriormente eram enviadas para as estações das colónias, assegurando estas a sua transmissão. Alicerçada na informação, a contra propaganda era composta por horas de informação, por vezes, desactualizada, sem condições de áudio, alienante e com uma grande incidência sobre o futebol, uma vez, considerado como o desporto das massas, era usado para satisfazê-las, mantê-las calmas e aderentes.

Restringir o acesso aos receptores de onda curta (utilizados pela propaganda subversiva), através de um imposto que no mínimo era dez vezes superior ao dos receptores de onda média, foi outra das armas da contra propaganda. Com o decorrer dos anos, esta ganhou ainda mais força e além da informação que passava, havia a transmissão de matinés teatrais, crónicas internacionais, música, programas culturais e políticos, com o cuidado de todos eles terem uma transmissão de boa qualidade, muito diferente do que existia no início.

Com capacidades económicas que ultrapassavam em muito as dos oponentes do regime, o Governo Português conseguiu dotar todo o território com emissores portugueses. O esforço

¹¹ Rádio Moçambique, Julho, 1963, p.6. CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p25). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

valeu a pena, em pouco tempo os líderes de grupo aconselhavam os seus seguidores a ouvirem a rádio portuguesa e a respeitarem o Governo de Portugal, combatendo as ideias propagandísticas vindas dos exilados no estrangeiro. “Muitos não têm compreendido esse sentimento [de se sentirem portugueses], e procuram dividir os filhos da Guiné Portuguesa, criando inimizades entre eles, ódio entre as suas diversas raças a fim de estabelecer a desordem, espalhando mentiras e instigando a nossa pacífica gente que vive e trabalha em paz, a revoltar-se contra as autoridades e contra o Governo. Ainda bem, filhos da Guiné, que não dais ouvidos aos maus conselhos que vos assopram de fora!”¹²

A par de toda a propaganda e contra propaganda, pelos anos 50, vivia-se a passagem, da rádio portuguesa, para a idade adulta. Uma transição possível sobretudo, pelo aperfeiçoamento da tecnologia de transmissão e pelos sistemas de produção. Nessa década, perspectiva-se a rádio, como uma forma de aproximar povos, através dos intercâmbios de programas, uma forma de dar a conhecer diferentes sociedades e culturas.

Marcada pela cultura popular, a rádio adulta dava também lugar à cultura clássica. A revista à portuguesa e a canção popular saltam para a ribalta, muitas vezes, fustigadas pela censura. No entanto, viram-se defendidas por António Ferro e Duarte Pacheco, junto de António Salazar, em nome da aceitação dos novos meios de comunicação social.

Tanto Emissora Nacional, como rádios privadas investem em novos equipamentos. A primeira consegue mesmo aumentar a sua rede de emissores, adquirindo novos terrenos, para o efeito. O resultado é a cobertura total, do território nacional pela radiodifusão e uma nova sede para laborar.

Os gravadores antigos são substituídos por gravadores de fita magnética, permitindo que o programa gravado mantivesse a mesma qualidade, que o programa em directo.

A Emissora Nacional recebe ainda autorização governamental para a uma instalação horária, com frequência normal e um relógio de quartzo, a justificação dada, remete para a utilidade pública “ a emissora nacional necessita emitir sinais horários com rigor de 0,01 segundos; e que os sinais horários rigorosos são de utilidade pública e servem grande numero de entidades tais como Caminhos de Ferro, Correios, Serviços Meteorológicos, Geodésicos, etc.”.¹³

Onde não foi possível instalar emissores, a EN estabeleceu contratos com as rádios da região. Aproveitando estas oportunidades, conjuntura (ao abrigo do Plano de radiodifusão) e a concorrência, as rádios privadas também se reequipam. Tanto Emissores Associados de Lisboa, como Rádio Renascença inauguram novos emissores, esta última aposta também na modernização do seu estúdio de gravação, no qual viriam a nascer, em melhores condições, todos os comunicados, spots ou programas publicitários, posteriormente difundidos, pela estação.

¹² Arquivo Oliveira Salazar/CO, p8 (18/10/59). CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p30). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

¹³ Rádio Nacional, 12 de Setembro de 1953, nº 8442, p.1. SILVA, Virgílio, Luís (2001). A rádio nos anos 50. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p36). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

Ao mesmo tempo, assistia-se à igual evolução da indústria electrónica. Com a invenção do tríodo, os aparelhos receptores tornam-se mais pequenos e também mais baratos, o que conduziu ao aumento da popularidade do rádio.

A ajudar a esta popularidade surge a instalação de transmissores de frequência modulada. Uma frequência que permite emitir com mais clareza, sem ruídos e também mais rapidamente.

Se em território nacional a radiodifusão se aperfeiçoava, nas províncias ultramarinas, dava os primeiros passos. Como já referido acima, em 1954, foi inaugurado o Emissor Ultramarino, cujo objectivo era o de integrar portugueses que não viviam em Portugal, mas também todos os habitantes das colónias, para que se pudessem tornar verdadeiros portugueses. Constituído por 23 antenas, apontadas para 11 destinos, o Centro Emissor Ultramarino, com sede em Barcarena, foi equipado com os emissores pertencentes ao Centro Emissor Imperial (CeI). Apesar de ser um novo projecto, com ligeiras diferenças, a Emissora Nacional, fez uso da experiência que havia adquirido e rapidamente começou a tirar partido do tentáculo português no estrangeiro. Ainda, no ano de inauguração, o Emissor Ultramarino começou a emitir em inglês para os países asiáticos, atingindo um considerável número de horas de emissão, o que mostra que não estava em segundo plano, era explorado na sua máxima potencialidade, programas eram desdobrados, serviços de gravação ampliados, permitia composições radiofónicas, bem como serviços de intercâmbio. Era a verdadeira “expressão radiofónica da espiritualidade portuguesa”.¹⁴

Mas se uma parte da década de 50 foi próspera para a rádio, outra parte trouxe o abandono. O aparecimento da televisão, em Portugal, colocou o grande astro da comunicação de parte, dando lugar à nova coqueluche quer do Governo, quer do público, passando pelos directores das próprias emissoras de rádio.

O esquecimento tão lento, como a penetração da televisão em Portugal, em conjunto com as restrições impostas pelo governo da época, conduziram a uma rádio menos organizada. A informação diluía-se na programação ao longo do dia. Muitas vezes, as próprias notícias davam lugar a uma reportagem, emitida durante todo o dia, como aconteceu com o funeral do Marechal Carmona, a eleição de Craveiro Lopes, ou a visita da Rainha Isabel II, a Portugal. Durante a narração dos acontecimentos, a Emissora Nacional aproveitava para ressaltar a sua posição na vanguarda da tecnologia e da programação, como “a transmissão directa da passagem de ano nos diferentes pontos do Império Português graças à oportuna iniciativa da Emissora Nacional em realizar a transmissão directa da passagem do ano em Lourenço Marques, Luanda, Funchal, S. Miguel, etc., - Um programa que todos os radiouvintes

¹⁴ Manuel Bivar, discurso de homenagem a António Ferro. Rádio nacional, 14 de Janeiro, de 1950, nº651, p. 1. SILVA, Virgílio, Luís (2001). A rádio nos anos 50. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p42). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

acolheram de bom grado. Louvores, merece também a Companhia Marconi através da qual se pôde efectuar um trabalho impecável sob o ponto de vista técnico.”¹⁵

Os concursos de artistas ligeiros eram uma realidade, na programação da rádio de cinquenta. Alguns, foram responsáveis pelo nascimento de grandes artistas da canção portuguesa e a par com os programas literários, faziam a delícia da audiência.

Mesmo com as novidades técnicas, que a década trouxe para o meio, em Portugal, os programas não se renovaram, a ordem era para transformar, os que já vinham da década anterior. O mesmo se passou com os programas propagandistas do governo, não só os dedicados à juventude, como todos os que diziam respeito a discursos de inaugurações, actos políticos, mensagens de natal ou de ano novo. Estes actos eram sempre acompanhados, pela descrição do locutor, que tentava transmitir exactamente o que se passava, sem nunca deixar de realçar a importância na tarefa e a modernidade do meio de comunicação.

Tudo o que era acontecimento público, principalmente político, e datas festivas era pretexto para a criação de uma programação especial à volta do tema, durante um dia ou mais. Mesmo os acontecimentos sociais, não passavam despercebidos à rádio, como casamentos ou as romarias populares.

Numa quebra com a continuidade, surgiram os programas culturais, com um toque de modernidade, como o “Diário do Ar”, da Rádio Clube Português, onde se incluía o calendário de eventos culturais, um capítulo de um rádio-romance, as últimas notícias do país e do estrangeiro, algum humorismo, concursos, consultórios, reportagens e crónicas sobre “ artes, teatro, cinema, musica, assuntos femininos, um carrossel infantil, críticas e relatos sobre desportos, tauromaquia, etc.”¹⁶. Surgem, também, os programas de variedades, que rapidamente, conquistaram os ouvintes, não só com as performances das grandes vozes, quer portuguesas, quer estrangeiras, mas também com a possibilidade de estes puderem assistir ao programa, em directo, no estúdio e de forma gratuita.

O teatro radiofónico, vindo dos primeiros anos da rádio, continuou a fazer parte da sua programação. Com peças escritas especificamente para o efeito, ou com adaptações de grandes sucessos de bilheteira, este género de entretenimento cativou multidões. Os folhetins registaram a mesma adesão. O primeiro a ir para o ar foi “ As pupilas do senhor reitor”, de Júlio Dinis. Mas, um dos que teve maior sucesso foi a “Força do Destino”, que transmitido durante um ano, reuniu quase trezentos episódios. Este tipo de programas serenava o quotidiano português e proporcionava distração e identificação com as personagens, permitindo ao povo esquecer os seus problemas, por alguns instantes.

A década de cinquenta da história da rádio portuguesa, fica igualmente marcada, pelos primeiros estudos efectuados sobre o meio em Portugal, com o objectivo de ficar a conhecer

¹⁵ Rádio Nacional, 14 de Janeiro de 1950, nº651, p. 1. SILVA, Virgílio, Luís (2001). A rádio nos anos 50. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p42). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

¹⁶ Rádio Nacional, 8 Agosto de 1953, nº837, p.1. SILVA, Virgílio, Luís (2001). A rádio nos anos 50. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p57). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

as preferências dos ouvintes, e adaptarem os programas a estes, da melhor forma. Em 1951, surge o primeiro estudo, do qual não existe documentação, sabe-se apenas que dava pelo nome de “Radiouvintes e Programas em Lisboa - Estudo Económico e Social - Salviano Cruz”. Em 1953, o Instituto Nacional de Estatística decide realizar novo estudo, em Lisboa. Os resultados são conhecidos somente um ano depois. As conclusões não foram além do conhecimento sobre o comportamento dos ouvintes de rádio, e de dicas a ter em conta em estudos futuros.

A década de sessenta trouxe poucas novidades aos ouvintes portugueses. Apesar da Primavera Marcelista que se vivia, a ligeira abertura concedida, pelo novo Presidente do Concelho, Marcelo Caetano, podia ser apenas usufruída pela Emissora Nacional. Agora com a possibilidade, consentida pelo regime, de emitir 24 horas por dia, “ a voz do dono”, como era chamada, conseguiu inovar nos seus programas. Da combinação da grande informação, com aspectos lúdicos, nasce “Momento 7”, um magazine radiofónico diversificado. Já “Mesa Redonda Internacional”, nascida no mesmo contexto, dedica-se apenas à análise semanal da política internacional, participada pelos correspondentes da EN em Madrid, Paris, Londres, Roma, Bona e Estocolmo.

Tal inovação, não tinha lugar nas rádios privadas, nas quais a censura ainda imperava, até um espectáculo musical era inspeccionado. “ no Colégio Salesiano, no Estoril: o programa [Página 1- Rádio Renascença] organizou um grande espectáculo musical, que tinha como fulcro o já extinto conjunto 1111. A festa foi inopinadamente cortada pela polícia de Choque, que, sem qualquer motivo aparente, começou a bater, indiscriminadamente, em todos os presentes. Entre estes contava-se um dos filhos do próprio Marcelo Caetano, vários jovens de famílias da zona e, até, turistas, idosos, crianças, e mulheres grávidas.”¹⁷

A abertura ligeira do Governo, não passava, então, de uma esperança malograda para os que queriam um país mais livre, na história da rádio, a década de 60, não foi mais do que um advento para os acontecimentos da década que se seguiu.

Nos anos 70, Portugal e a sua rádio viveram grandes mudanças. A Revolução dos Cravos, a 25 de Abril de 1974, veio trazer liberdade aos portugueses, mas confusão às emissoras. Na madrugada de 24 de Abril de 1974, Rádio Clube Português, Emissora Nacional e Rádio Renascença foram ocupadas pelo Movimento das Forças Armadas. Se a primeira só contribuiu na passagem das senhas para os militares. As duas últimas tiveram um papel fundamental, o de informar a população do que estava em curso e o de permitir a comunicação entre os capitães participantes no golpe. Contudo, no fim do golpe, ambas continuaram ocupadas e sob custódia do MFA. Seguiram-se as lutas pela tutela das emissoras, sobretudo por parte da Igreja, com o intuito de recuperar a sua estação, a Rádio Renascença. Foram várias, as vezes, que o Governo tentou devolver a gestão desta, ao grupo religioso, no entanto, personalidades do país opunham-se, e só mais tarde, a Renascença voltou às mãos dos seus fundadores.

¹⁷ SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p72). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

Em maior confusão, esteve a Emissora Nacional. Três dias depois do golpe, foi nomeada uma comissão, que destituiu o Presidente da Direcção, Clemente Rogeiro, bem como os Directores dos Serviços Técnicos e de Programas, Manuel Bivar e Alberto Represas, respectivamente. Em consequência, fez entrar um grupo de pessoas que nunca tinha estado ligado à emissora. Alguns, eram bastante experientes na rádio, outros eram de todo desconhecidos do meio. Seguiu-se um período de suspensão de alguns trabalhadores, que laboraram na EN durante o Estado Novo. A partir deste momento, foi constituída a Comissão Interna de Saneamento e Reclasseificação, cujo objectivo era o de submeter esses mesmos trabalhadores suspensos, os trabalhadores que serviram o Estado Novo, os trabalhadores militantes da ditadura, ou qualquer outro trabalhador, a um processo de saneamento. Centenas de trabalhadores foram propostos para o procedimento, ao longo de vários meses, o que provocou uma instabilidade interna na EN. A maior parte dos processos foram arquivados, uns apenas arquivados, outros por falta de provas, e ainda outros, por ilibação de culpa. No final, todos foram readmitidos, com excepção dos directores, que foram sujeitos à reforma compulsiva.

O papel da rádio voltou a ser marcante nos acontecimentos de 11 de Março e de 25 de Novembro de 1975. Até essas datas ambas as rádios se mantiveram sobre a alçada do Governo, estes episódios agravaram ainda mais o clima que se vivia nas emissoras. O golpe de estado a 25 de Novembro, por parte das facções radicais de esquerda, conduziu à nacionalização de todas as estações radiofónicas portuguesas, com a excepção da Rádio Renascença, que foi devolvida à Igreja Católica. Passou a ser a única estação privada de rádio existente em solo português. Estava criada a Radiodifusão Portuguesa.

Segundo preâmbulo que acompanhava o Decreto-lei, pelo qual a nacionalização foi levada a cabo, esta acção justifica-se com comportamentos que a várias emissoras estavam a ter “ é manifesto que tem estado longe de exemplar o comportamento da generalidade das nossas estações emissoras. Apaixonadas e parciais, onde lhes competia que fossem serenas, objectivas e isentas, não raro panfletárias, têm por vezes chegado ao limite de convite à sedição. Indiferentes aos sentimentos, às apetências e às necessidades e interesses do povo português, pressupõem-no moldado ou moldável à rádio que praticam...”¹⁸

Inicialmente, definida como Empresa Pública de Radiodifusão - EPR, passou a designar-se por Radiodifusão Portuguesa - Empresa Publica - RDP, EP, quando foi aprovado o primeiro Estatuto da Empresa, em 1976, que ditava os seus objectivos e estatutos ““por atributo fundamental prestar ao povo português o serviço público de radiodifusão”¹⁹, pelo que era uma pessoa

colectiva de direito público, dotada da autonomia administrativa e financeira, com sede em Lisboa, delegações principais no Porto, Coimbra, Faro, Açores e Madeira, podendo ainda

¹⁸ O preâmbulo do Decreto-lei nº674-C/75. SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p81). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

¹⁹ Decreto-lei nº 274/76. SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p72). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

estabelecer outras delegações e instalações “que considere necessárias em qualquer ponto do território nacional ou no estrangeiro”²⁰. Se na teoria, esta se apresentou como a melhor solução para resolver os problemas comportamentais, rapidamente outros surgiram. À parte da “herança” de todos os bens correspondentes às emissoras nacionalizadas, recebida pela RDP e de toda a dificuldade em geri-los da melhor maneira, os conflitos surgiram relativamente aos trabalhadores. Isto, porque, apesar, da empresa ser a mesma para todos, albergava tanto trabalhadores públicos, como trabalhadores privados. Mesmo assim este ainda era um problema menor, tudo se tornava mais complicado, relativamente aos ordenados. Trabalhadores a desempenhar os mesmos cargos e respectivas funções, apenas com a diferença, de um provir de uma estação mais pequena e outro de uma estação com mais visibilidade, significava uma disparidade de 4.000 escudos no salário. Esta questão só foi resolvida (criação de uma tabela com 25 escalões, cujo ordenado mínimo era de 28.000 escudos para o primeiro escalão e de 4.000 para o último) quando, a questão das taxas de radiodifusão também o foi. Uma vez que estas eram o principal rendimento da RDP. Mas, estas taxas, que deveriam ser cobradas junto com a conta da electricidade, só passaram a sê-lo, em 1979, devido à morosidade da implementação do processo. Assim, com a aprovação da nova tabela salarial, a RDP vivia em constante crise financeira, o que levou ao pedido de empréstimos, subsídios reembolsáveis, restrição de despesas e no adiamento do pagamento de dívidas e do plano de investimentos. A mudança ocorreu, em 1982, com a assinatura entre o Estado e RDP do Acordo de Saneamento Económico e Financeiro. “ O acordo obrigava a RDP a reger-se por um conjunto de princípios de gestão empresarial, a saber: obtenção do equilíbrio económico de exploração; promoção do serviço publico de radiodifusão, através da melhoria concreta da sua programação e difusão, incremento da produtividade, aprovação do estatuto do pessoa, incluindo a redução dos efectivos, a par da formação profissional e da definição das carreiras; reorganização progressiva de empresa, com implementação de um estrutura orgânica adequada aos objectivos a prosseguir. Como contrapartida, o Estado obrigava-se a rever anualmente os valores das taxas de radiodifusão, apoiando a sua progressiva extensão a todo o país; comprometia-se também a garantir o recurso a financiamentos previamente aprovados; avalizava a consolidação do passivo da RDP, autorizando a empresa a emitir um empréstimo obrigacionista nos termos de um protocolo financeiro a celebrar com o sistema bancário; e instituía o regime de indemnizações compensatórias, destinadas a cobrir os encargos com o Serviço Internacional em Ondas Curtas e os défices com a exploração das orquestras e dos Centros Regionais da Madeira e dos Açores.”²¹

De acordo com os ideais de Abril, a RDP deveria transmitir programas de informação, cultura, análise, comentário, crítica, pedagogia, de natureza lúdica, recreativos, desportivos e

²⁰ Ibidem.

²¹ SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p83). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

infantis. Para que pudesse fazer jus a estes princípios, a RDP emitia todos os dias, em Onda Média e Frequência Modulada, os Programas 1,2,3 e 4 para o continente, e programas regionais para território insular e através de Onda Curta, para as comunidades portuguesas espalhadas pelo Mundo. Os programas 1 e 2 completavam-se. Se o primeiro se caracterizava por ter uma emissão generalista, dando primazia à informação e música ligeira, o segundo destacava a cultura e a música erudita. O programa 3 era dedicado às Regiões Autónomas, enquanto o programa 4 emitia em estéreo, uma vez que era dedicado a um público mais jovem.

Posteriormente, a RDP passou a dividir-se em dois grandes sectores, o Centro de Programas Não Comerciais e O centro de Programas Comerciais. Ao primeiro, pertenciam a Antena 1 (ex-programa 1) e Programa 2, ao segundo correspondia à junção do Programa 3 e Programa 4, que resultou no nascimento da Rádio Comercial. Com esta configuração, a RDP correspondeu ao que se comprometera na assinatura do Acordo de Saneamento.

O novo Estatuto da RDP aprovado, em 1984, garantia a autonomia da empresa, em termos administrativos e patrimoniais, e a sua independência relativamente ao Governo. Assim, este não poderia ir além de pequenas sugestões sobre a programação das estações, tal como, só poderia voltar a tutelar a RDP, em último caso, salvaguardando sempre os interesses desta. Mas, a independência da Radiodifusão Portuguesa, face ao poder político, era apenas teórica, na realidade, oito dos dez membros constituintes do Conselho Geral da RDP eram nomeados, seis pelo Conselho de Ministros e dois pelos Governos Regionais dos Açores e da Madeira. O mesmo se passava com o Conselho de Administração, composto pelo presidente e cinco vogais, quatro nomeadas pela tutela, e uma eleita pelos trabalhadores. A mesma tutela era quem dava posse tanto ao Conselho Geral, como ao Conselho de Administração. A verdadeira independência só foi conquistada, quando a RDP passou a Sociedade Anónima, em 1994, e os seus estatutos foram revistos.

Enquanto esta independência não se concretizou, o público tinha da RDP, uma imagem duvidosa, relativamente à sua parcialidade nas notícias. Esta situação era ainda mais grave, uma vez que a Rádio Renascença tinha exactamente como princípios base a distinção clara entre informação e comentário, bem como a total imparcialidade no tratamento da primeira. “...existe uma grande preocupação de ser imparcial - um grande esforço no sentido de fazer a distinção entre notícia e comentário. O público considera que a informação veiculada pela Rádio Renascença é muito mais independente que a fornecida pelas emissoras estatizadas, sobretudo por causa da influência dos partidos políticos, através deste ou daquele jornalista, sobre as referidas estações, influencia essa que é função das mudanças do Executivo”²².

De facto, os portugueses não se reviam nesta nova Empresa. Habitados a escutar o RCP, a EN, entre outras, antes do 25 de Abril, não as associaram ao novo conceito que deram origem, muito por culpa da diferente linha que a RDP seguiu. Quem ficou a ganhar foi a Rádio

²² SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p88). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

Renascença, que ao continuar com os mesmos objectivos, manteve os antigos ouvintes, e ganhou novos entusiastas, os que antes ouviam outras rádios. O Centro de Estudos de Mercado e Análise Socioeconómica tirou essa conclusão com o estudo que efectuou “ cerca de um terço dos inquiridos não associava a sigla RDP à Radiodifusão Portuguesa, enquanto, por outro lado, a grande maioria dos entrevistados considerava que, em matéria de programação, a RDP não detinha qualquer tipo de perfil de imagem”²³. Acrescentar ainda, que o programa “Despertar” era o mais popular entre os ouvintes e pertencia à rádio da Igreja. O nascimento da Rádio Comercial veio, a curto prazo, melhorar a situação da RDP sobretudo junto das camadas mais jovens. A nova estação da empresa ultrapassava já as audiências da Antena 1, e aproxima-se mesmo das da Rádio Renascença, em 1984, chegou mesmo a ultrapassar estas, tanto ao nível das localidades urbanas, como ao nível da faixa etária entre os quinze e os 24 anos.

No ano seguinte, decorreu um Colóquio, organizado pela Radiodifusão Portuguesa, para assinalar os sessenta anos da rádio em Portugal. No final sintetizou-se o estado em que a rádio em Portugal se encontrava “O discurso sobre a rádio é um discurso demasiado ético, que privilegia as suas funções sociais e políticas, esquecendo que o seu princípio é fundamentalmente estético; O uso que se faz da rádio não é mais adequado, nem o discurso político que a enquadra é mais ajustado ao seu funcionamento e à natureza da sua estrutura quer tecnológica, que expressiva; O debate sobre a rádio está demasiado polarizado em torno dos conteúdos, das mensagens; O poder dizer, na rádio, sobrepõe-se ao significado daquilo que é dito; A nacionalização da rádio em Portugal não gerou a rádio nova, misturou as rádios velhas; As emissões em Ondas Curtas são uma questão de Estado, devendo enquadrar-se numa definição global da imagem do País no estrangeiro; A audiência da Rádio representa os destinatários a quem são dirigidos os programas, constituindo a razão de ser da existência desses programas; A utilização média diária do Meio Rádio, não sofreu ao longo de mais de dez anos, alterações significativas, podendo afirmar-se que apenas 4 em cada 10 portugueses com mais de 15 anos, utilizam em media, por dia, o Meio Rádio”.²⁴

A consolidação da televisão em Portugal, retirou a liderança à rádio, mas não a ofuscou, e mesmo não havendo estudos sobre a importância que a rádio tem na vida dos portugueses, ela continua a existir.

Se na década de 90 este meio teve de se recompor e lutar contra o império da imagem, na primeira década do segundo milénio, voltou a conquistar território, mesmo enfrentado um novo meio emergente, a Internet.

Programas mais dinâmicos, com mais música e menos conversa, com o estado do trânsito, a previsão do tempo, rubricas, passatempos e sobretudo a participação dos ouvintes nos programas, foram umas das armas que a rádio usou na reconquista. Deixou de ser apenas

²³ Ibidem

²⁴ Vários Autores, 60 Anos de Rádio em Portugal - 1925-1985, Veja, Lda., RDP - radiodifusão portuguesa, E.P., Lisboa, 1986, p. 26 SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990) do. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4 p92). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

lúdica, para ser útil, dava notícias, outras informações e sobretudo dava voz aos cidadãos. Na década seguinte tudo se manteve, à exceção de que a rádio travava nova luta, desta vez com a internet. Mas se com a televisão tudo se resumia a definir barreiras e na conquista de territórios próprios, com a World Wide Web, era diferente. A própria rádio emigrou para a rede, e passou a disponibilizar não só podcasting, como a sua emissão on-line. A par da sua implementação na internet, a rádio portuguesa também foi alvo de implementações, foi o caso da lei relativa às quotas de passagem de música portuguesa nas rádios nacionais. Assim, todas as rádios têm de passar entre 25 a 40% de música portuguesa, durante a sua emissão. Todas estas transformações ocorreram, também, na rádio pública, tentando concilia-las sempre com o serviço público que deve prestar. Para que esse serviço fosse ainda melhor, em 2006 foi criado o cargo do provedor do ouvinte, dando espaço para este poder fazer uma avaliação dos programas que ouvia e dar a sua opinião. Com estas transformações reinventa-se um meio que se instalou com lentidão, mas com consistência. Que começou por ser de lazer e se tornou também da informação e da utilidade. Um meio que esteve ao serviço da opressão e do medo e que hoje está ao serviço da liberdade e da palavra de todos.

Capítulo 2: A rádio, meio, localização e programas

Secção 1- A rádio como meio

Nascida numa época, onde só existia um único meio de comunicação de massas, a imprensa, a rádio, rapidamente conquistou a população, devido, em muito, às suas características intrínsecas como a linguagem oral, a mobilidade, o baixo custo, a autonomia e o facto de ser imediata e instantânea.

A popularidade e a facilidade com que penetrou nos lares domésticos devem-se precisamente ao seu imediatismo e instantaneidade. A baixa complexidade dos seus meios técnicos, permite noticiar a partir de qualquer local, ao mesmo tempo que os acontecimentos se desenrolam. Esta característica aliada ao uso de uma linguagem simples, sem floreios, que repete os conceitos mais importantes, permite que a mensagem seja elaborada aquando da transmissão, o que a torna também, perceptível para qualquer cidadão. O mesmo não se passa com o jornal, que se torna indisponível para um cidadão analfabeto, ou com a televisão, que utiliza cada vez mais a linguagem escrita dificultando a compreensão dos mesmos cidadãos, para não falar dos deficientes visuais. Por todos estes motivos, a rádio é considerada um dos melhores meios de comunicação de massas para veicular notícias, que se querem recebidas em cima do acontecimento e de forma simples e objectiva.

Com esta imediaticidade e rapidez, a rádio chega onde os sentidos humanos não alcançam, permite a qualquer pessoa ouvir o que se passa em qualquer ponto do planeta. Dá ao Homem uma visão mais ampla e um maior conhecimento, bem como a sensação de que deixa de ser um cidadão de um local específico, para se tornar cidadão do mundo, uma vez que a rádio o aproxima de acontecimentos mais distantes.

Se por um lado pode emitir de qualquer local, por outro lado, pode também ser ouvida em qualquer lugar, desde o lar, ao espaço público, passando pelo carro. A facilidade de transporte dadas as dimensões reduzidas do receptor, o facto da maioria destes não possuir fios de ligação à corrente eléctrica, e o baixo custo do equipamento faz da rádio um meio de grande mobilidade. A adaptação de headphones aos receptores permite ainda, que este meio possa ser escutado num sítio público ou privado, de uma forma individual.

Mas, a grande característica da rádio é o facto de ela possuir apenas um suporte comunicativo, o som. Este permite quatro tipos de comunicação, que correspondem a diferentes formas de mensagem: a linguagem falada (palavra); a linguagem da música (linguagem das sensações); a linguagem dos sons e ruídos e a linguagem do silêncio²⁵. A mais-

²⁵ Tipologia presente em RODRIGUES, Rosa. *Características do rádio*. In *Jornalista e radialista* Rosa Rodrigues. Acedido a 28 de Março de 2011 em <http://rosarodriguesjornalistaeradialista.blogspot.com/2009/01/caractersticas-do-rdio.html>

valia destes tipos de comunicação é a liberdade que proporciona ao ouvinte na criação de uma imagem correspondente ao som ou descrição que ouve, possibilitando-lhe o exercício da sua mente e criatividade.

A comunicação através do som, faz da rádio, um meio com uma função passional e emotiva. Quando um ouvinte a utiliza para comunicar com alguém conhecido ou para passar uma mensagem, o seu único objectivo é o de ampliar e reforçar os seus sentimentos. Segundo Adriano Rodrigues (1985 p.118) “ a mensagem enviada não passa de pretexto para este processo de amplificação e de modulação da voz que caracteriza o próprio dispositivo radiofónico. É que a rádio é o *médium* por excelência da ressonância das relações sociais de que a comunidade se alimenta além das distâncias, para além das fronteiras do espaço e do tempo.”

Escutar a rádio não é só alimentar sentimentos ou estreitar laços sociais, assemelha-se a experiências remotas, como as que acontecem durante a fase uterina, na qual o feto ouve os sons provenientes do mundo exterior. Acontecimento descrito pelo mesmo autor como “ Experiência pré-racional mas prenhe de todas as razões que a vida consciente da razão jamais explorará completamente.”²⁶ É esta experiência, que buscamos durante toda a nossa vida.

Janela de muitos para o mundo, a radiodifusão tem a particularidade de funcionar como uma máscara para quem está ao microfone. No teatro helénico, o uso da máscara servia também para amplificar a voz dos actores por todo o anfiteatro. Mas a rádio não mascara só, não dá apenas o poder de uma voz chegar mais longe, ela naturaliza o locutor que entra no quotidiano dos indivíduos, torna-o neutro, dilui-o no cenário como se de um camaleão se tratasse. A linguagem que utiliza ajuda neste disfarce. Quem a ouve está atento à mensagem que passa, mas esquece que a rádio é na verdade um meio estético. Ela modela a voz, materializa-a e constrói um sentido para a mensagem, impõe um ponto de vista. Retira da voz mais do que uma identidade, desagrega-a do corpo que profere, como se ela fosse o próprio corpo. A rádio toma a parte pelo todo, a voz pela personagem, na falta de um corpo visível, dá-lhe independência face a este, pelo que qualquer mensagem vinda deste meio deve ser sempre considerada tendo em conta esta característica, que torna a rádio tão única.

A máscara da rádio, difere da máscara do teatro helénico não só na dissimulação com o quotidiano, mas também num aspecto muito importante. A voz da rádio não representa, ela cria a realidade ao estimular experiências relativas às sensações, à imaginação e ao intelecto de quem a ouve. “O radiouvinte ‘vê’ o jogo relatado na rádio, sente a vibração do estádio, participa das emoções que o ‘grão da voz’ do locutor corporiza. Como dizia Montesquieu, existe de facto uma imagem dos sons tal como existe uma imagem visual dos objectos, uma imagem sonora que se move, ora lenta ora acelerada, no imaginário com todas as suas dimensões. Imaginário das origens que remete para a mais arcaica experiência do mundo. Antes mesmo que, pela vista, o homem possa analisar os objectos, eles surgem como

²⁶ RODRIGUES, Adriano Duarte (1985). *Campo dos media: discursividade, narratividade, comunicação e linguagens* (p119). Lisboa: Vega.

experiencia sensorial sonora, como ressonância de uma palavra criadora, de uma palavra primeira, no limiar do caos e do cosmos, palavra organizadora ou palavra de ordem com inúmeras modulações familiares, apesar de ameaçada pelo estrondo caótico ou pelo frémito provocado pelo mau funcionamento da máquina.”²⁷ Assim, a voz da rádio funciona como a voz de origem, ela está acima do significado da mensagem, o facto da rádio a tornar incorpórea, condu-la à supremacia do significante.

A camuflagem que a rádio permite à voz torna-a mecânica, o que diz não é seu, repete as palavras da esfera pública, toma-as como suas, aplica-lhes as suas regras, como se higienizasse a língua²⁸ a favor de uma estética com melhores resultados. Frases curtas, pouco complexas e sem silêncios, asseguram a passagem fácil da palavra. Não interessa a mensagem que se passa, interessa o que se pode dizer. A palavra da rádio é performativa, a acção de quem a escuta é uma consequência da sua palavra. Contudo, e apesar de conduzir a actos de fala, a rádio é também um espaço para divulgar diferentes tipos de pensar, onde estes se podem defrontar de forma extrema.

Não é possível acabar esta caracterização da rádio sem incluir a perspectiva que McLuhan²⁹, criador da teoria dos meios, tem sobre ela. Este autor, na década de 60, distinguiu dois tipos de meios, os frios e os quentes. Os primeiros diferenciam-se por fornecerem uma pequena quantidade de informação, deixando espaço para que a audiência preencha os pormenores em falta. Factor que faz de um meio frio, um meio que convida à participação. Os meios quentes são exactamente o oposto dos frios. Estes fornecem uma grande quantidade de dados, deixando pouco espaço para a audiência preencher, o que torna este tipo de meio, menos apelativos relativamente à participação. McLuhan insere a rádio no grupo dos meios quentes, ou seja, afirma que esta transmite muita informação e por isso mesmo não permite uma grande participação dos ouvintes. Ideia que contraria o fio condutor desta investigação, que se centra precisamente na participação dos ouvintes num programa de rádio. No final veremos, qual a perspectiva correcta e acima de tudo, não podemos esquecer que o autor desenvolveu a sua ideia na década de 60.

²⁷ RODRIGUES, Adriano Duarte (1985). *Campo dos media: discursividade, narratividade, comunicação e linguagens* (p127). Lisboa: Vega.

²⁸ RODRIGUES, Adriano Duarte (1985). *Campo dos media: discursividade, narratividade, comunicação e linguagens* (p118). Lisboa: Vega.

²⁹ MCLUHAN, Marshall (1964). *Os meios de comunicação como extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix.

Secção 2 - Discos pedidos

Os programas de discos pedidos inserem-se num tipo particular de programa radiofónico: aquele permite ao ouvinte participar e dessa forma interagir com o locutor. São vários os programas que permitem este tipo de participação, como os fóruns de discussão. Por este motivo, Merayo Pérez, considerou a participação dos ouvintes nos programas de rádios, como um género radiofónico: “o género participação tem modalidades, estrutura e fins definidos, pode operar com autonomia relativamente a outros géneros e está plenamente consolidado na radiodifusão de muitos países.» “Enquanto género radiofónico, entende-se por participação aquela estrutura discursiva que tem como fim principal tornar público o contacto imediato e particular que se estabelece entre o sujeito emissor da comunicação e determinado ouvinte individual”.³⁰ O mesmo autor defende ainda a existência de dois modos de participação, afirmando que esta tanto pode ser feita de forma oral ou escrita. “A que se estabelece por escrito é uma participação restritiva já que se encontra condicionada por vários limites: de expressividade, derivados do uso de um código escrito; de velocidade, impostos pela lentidão com que o código linguístico se utiliza, se traduz e se transmite; e, finalmente, limites de espaço, sempre mais estritos que os de tempo. Portanto, “a comunicação mais perfeita é a de carácter oral, pois que possui maior riqueza linguística e expressiva e permite uma resposta imediata, é na medida esta modalidade que o género participação tem mais relevância.”³¹

Nos primórdios dos programas de discos pedidos, a situação era ligeiramente diferente. Quando ainda não existia telefone, os discos eram pedidos por carta, não existia uma participação directa do ouvinte no programa, até porque não existia um programa com essa finalidade. As pessoas limitavam-se a escrever para a rádio e a pedir uma música de que gostavam, mas o facto é que mesmo este gesto influenciava a programação, e o ouvinte acabava por ouvir a música que pedira.

Posteriormente, com a vulgarização do telefone, os ouvintes passaram a ter mais uma opção para pedir as suas músicas. De forma a aliar as duas tecnologias de ponta, da época, e tirar partido disso, foram criados os programas vulgarmente conhecidos por “discos pedidos”. O objectivo passava por possibilitar ao ouvinte a experiência de se ouvir como participante no programa.

³⁰ PÉREZ, Arturo Merayo (1992). In RIBEIRO, Fábio Fonseca (2008). *A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar* (p.33). Universidade do Minho.

³¹ PÉREZ, Arturo Merayo (1992). In RIBEIRO, Fábio Fonseca (2008). *A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar* (p.34). Universidade do Minho.

Ao contrário do que se possa pensar, no início, este tipo de programas não era feito em directo. Os ouvintes tinham de ligar antes do programa ir para o ar e pedirem a música que queriam ouvir, todo o telefonema era gravado e colocado no ar à hora da transmissão do programa. Não eram permitidas repetições de músicas, nem de grupos musicais. Além disso, quem participava não se podia esquecer de dizer uma frase, que no geral estava ligada à marca que patrocinava o programa.

Actualmente, este género de programas, ainda existe, sobretudo em emissoras locais, com algumas diferenças, mas com uma base semelhante. Mas o que faz perdurar esta estrutura durante anos em antena? Os ouvintes continuarão a ligar apenas para dedicar músicas, ou ouvir as suas preferidas, ou têm outras motivações? E o programa existe porque é campeão de audiências, porque mantém o objectivo primeiro, o de permitir a participação do ouvinte ou existe outra explicação?

O único facto comprovado é a numerosa participação dos ouvintes, neste tipo de programas.

Secção 3 - As rádios locais em Portugal

Se na restante Europa, as rádios locais surgiram nos anos 60, em Portugal, o fenómeno só aconteceu na década seguinte, muito por culpa da situação política e social que se vivia nesse período. Acabado de sair de uma ditadura de meio século, que estagnou o país e os seus meios de comunicação social, Portugal assistiu ao processo de nacionalização das suas rádios, ficando apenas de fora a Rádio Renascença (emissora católica) e as emissoras locais Rádio Clube do Centro e Rádio Latitude, como já referido anteriormente. Apesar destes dois exemplos, a radiodifusão local e livre estava longe de ser uma realidade no país, o que propiciou o aparecimento de pequenas emissoras espalhadas pelo território nacional, mesmo sem estar sob qualquer tipo de regulamentação, o que lhes valeu o nome de rádios-piratas. Influenciadas pelo espírito da revolução dos cravos, estas emissoras queriam dar voz aos que pensavam diferente e de uma forma alternativa, mas sobretudo ao que estavam em outros locais do país, uma vez que o discurso das rádios nacionais se focava, demasiado, na capital. Esta tendência, provocava nas restantes populações um desejo de serem igualmente escutadas e de os seus assuntos terem a mesma prioridade e importância, que os de Lisboa. Podemos então dizer que essa vontade das populações, foi o combustível para a proliferação das rádios-piratas, em Portugal, junto com a influência dos restantes países europeus, onde as rádios locais se tinham tornado livres. É certo que em Portugal, as rádios locais não se envolveram tanto em causas sociais ou políticas, como no resto da Europa, contudo, alguns autarcas nacionais serviram-se destas para promover as suas actividades, tornando-se ao mesmo tempo num dos grupos de cidadãos que mais se debateu pela legalização destas rádios.

Durante o período pré-legalização das rádios locais, muitas emissoras abriram, encerraram e reabriram. A instabilidade era provocada sobretudo, pela falta de meios técnicos, mas

também de meios humanos e financeiros. A sobrevivência económica dependia de pequenos donativos dos ouvintes, e posteriormente da publicidade. Quanto ao capital humano, era jovem e amador, a falta de experiência na vida, como na área, não permitia controlar o impulso da idade e qualquer cidadão curioso sobre o meio e com o desejo de dar voz aos seus ideais, criava uma estação de rádio. Mas, esta explosão de emissoras não tem apenas histórias com um final triste, alguns postos criados durante essa época, actualmente, ainda se encontram a laborar. O caso mais proeminente é o da TSF, que se iniciou como rádio ilegal, e que actualmente é considerada uma das mais importantes rádios de informação, no país.

O percurso das rádios locais divide-se em dois períodos. O primeiro situado entre 1977 e 1984, que corresponde à descrição a cima, no qual, o objectivo além de chamar a atenção para a localização dos meios, era o de criar uma estrutura adequada para o meio progredir, o que na verdade não aconteceu devido à falta de organização. O segundo tempo situa-se entre 1985 e 1988, altura em que surgiram projectos, já não com o propósito de veicular o conceito, mas de o legalizar. Ao contrário do que aconteceu no primeiro estágio das rádios piratas, em que os seus mentores eram jovens amadores, neste segundo tempo, surgiram projectos mais estruturados e sólidos, no geral, criados por ex-funcionários das rádios nacionais.

Em 1986 deu-se a grande explosão de rádios. Só nesse ano foram criadas 71 novas estações. Mas, esta proliferação era bem diferente da que surgiu no primeiro período histórico do meio, onde as emissoras abriam com a mesma rapidez com que fechavam. Neste segundo tempo, as rádios nascidas eram mais consistentes. De entre elas destacam-se a Rádio Cidade, de Amadora, que com o seu português do Brasil e as músicas do momento, conquistava o público mais jovem; e a Correio da Manhã Rádio, que devido à experiência do grupo na área da comunicação, começou desde o início a emitir 24 horas por dia, algo muito invulgar na época. Finalmente, em 1988, as rádios locais vêm a sua luta recompensada, e em 30 de Julho é aprovada a lei que as legaliza. A partir de aí, empresas públicas, privadas e cooperativas são livres de criarem as suas emissoras. Se bem que tanto as empresas privadas, como as cooperativas, só o poderiam fazer caso cumprissem alguns objectivos. “ De acordo com a lei, os fins da actividade privada e cooperativa passam por alargar a programação radiofónica a interesses, problemas e modos de expressão de índole regional e local, preservar os valores das respectivas culturas, difundir informações de interesse para a área geográfica de cobertura e incentivar as relações de solidariedade entre as populações locais. Constituíam também fins específicos da radiodifusão a promoção de programas educativos e formativos.”³² Apesar de legais, as rádios locais não podiam laborar sem que a sua frequência fosse determinada. Estas só foram atribuídas, um ano depois, em 1989, e até à distribuição todas as emissoras locais tinham de suspender a sua emissão. Segundo o governo da altura, esta medida servia para evitar que as rádios pressionassem a Comissão Consultiva, para que esta atribuisse determinada frequência. O governo cumpriu com a sua palavra, mas antes algo de

³² Bonixe, Luís. (2011). *Legalização, concentração e multimédia: Os desafios das rádios locais portuguesas*. Edição Julho 2010. P.193 Acedido a 22 de Dezembro de 2010 em <http://radioleituras.wordpress.com/>.

inédito aconteceu. Cerca de duas centenas de rádios participaram numa emissão em cadeia, numa iniciativa que ficou conhecida como o Dia da Rádio, uma forma de protestarem contra o silêncio que lhes estava a ser imposto.

Ultrapassadas as questões da legalização e das frequências, a bonança durou pouco tempo. Durante os primeiros cinco anos de existência, as rádios locais aperceberam-se das suas dificuldades em sobreviver, tanto a nível económico como a nível estrutural e algumas tiveram mesmo de fechar. As mais afectadas, foram as do interior do país. Tratadas desde o início de forma desigual, sobretudo na distribuição das frequências, face às locais do litoral, muitas destas rádios não resistiram e fecharam, deixando as populações mais isoladas, sem um rádio perto de si.

Na pós-legalização das rádios locais, podemos encontrar três características diferentes: rádios que apesar de terem licença para emitir, deixam de o fazer por razões financeiras; rádios que vendiam parte ou o total do seu espaço horário para grupos religiosos; e rádios mais pequenas que elaboravam protocolos com maiores, a fim de retransmitir a programação destas. Este último factor conduziu à criação de cadeias de rádio e permitiu realizar o desejo, das grandes estações de rádio, de cobrir todo o território.

Na realidade, muitas rádios locais, confrontadas com a falta de dinheiro, tiveram de vender o seu espaço de programação e começaram a emitir em cadeia, retransmitindo programas de outras estações, que no geral nada tinham a ver com a realidade do local, no qual se situavam. Perde-se o grande ideal das rádios locais, a proximidade dos seus ouvintes. O aumento das transmissões em cadeia, conduziu a uma descaracterização das rádios locais, estas quase que ficaram sem identidade, possuíam um emissor, mas não tinham conteúdos próprios. Segundo Luís Bonixe³³, estimava-se que mais de 55 por cento das rádios locais, se tinham agregado a outras maiores, constituindo uma cadeia de retransmissão. E se pensássemos que as grandes estações às quais as rádios locais se agregavam eram rádios nacionais, estaríamos enganados. Na verdade, eram as rádios locais de Lisboa e Porto que tinham agregado as rádios locais mais fracas. Mas, com a alteração da lei da radiodifusão, a constituição de cadeias passou a ser regulamentada, o que permitiu uma maior organização num sector em crise. Com a nova lei, foi criada uma nova tipologia de rádios, que se dividia entre temática ou generalista. Esta previa que um rádio local pudesse ser qualificada de rádio temática, caso outra rádio existente no mesmo concelho, fosse classificada como generalista. Diante desta perspectiva, muitas rádios transformaram-se em temáticas musicais, renunciando ao seu cariz informativo. Ao mesmo tempo, grandes grupos económicos da área dos media, foram adquirindo algumas rádios locais, não com o objectivo de as tornarem mais próximas das pessoas, mas de fazer chegar uma programação musical às massas.

³³ Bonixe, Luís. (2011). *Legalização, concentração e multimédia: Os desafios das rádios locais portuguesas*. (p.195) Edição Julho 2010. Acedido a 22 de Dezembro de 2010 em <http://radioleituras.wordpress.com/>.

Actualmente, o sector vive uma nova dinâmica, com as rádios locais também presentes na internet ao abrigo do programa ROLI, um projecto que resulta da parceria entre a União Europeia, o Estado Português e a Associação Portuguesa de Radiodifusão, e cuja finalidade é a dar às rádios, condições para que possam estar online. Segundo dados de um estudo da Entidade Reguladora da Comunicação (ERC), de 2007, 62% das rádios locais já estão na Web e fazem um uso simultâneo do ROLI e do site próprio. Através destes dados, a ERC conclui que as rádios locais se adaptaram bem à evolução tecnológica. No entanto, esta nova plataforma é usada apenas de forma complementar à emissão hertziana. Assim, a grande mais-valia desta inovação, é o facto de as rádios locais se poderem expandir a nível geográfico o que lhes permite voltar a cumprir um dos ideais base da sua criação, ou seja, estarem próximas do ouvinte.

Capítulo 3: Teorias e conceitos de apoio

Secção 1 - Usos e gratificações

Desde os anos 30, que a Escola Norte-americana, no âmbito dos estudos de propaganda, teorizou sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa, nas audiências. Teorias como a dos Efeitos Ilimitados (também conhecida como Teoria da Bala Mágica ou da Agulha Hipodérmica) defendiam que os indivíduos recebiam as mensagens mediáticas, de forma directa e instantânea. Considerados como um grupo homogéneo, independentemente das suas características sociais, os indivíduos eram vistos como uma massa moldável, que recebe as mensagens de forma passiva, deixando-se influenciar inconscientemente por elas.

Este paradigma permaneceu até aos anos 40, quando surgiu a Teoria Funcionalista. Esta já não tem em conta os efeitos dos meios de comunicação de massa, mas sim as suas funções. Baseada na sociologia funcionalista, esta teoria defende que os media contribuem para o funcionamento da sociedade. Com esta mudança de paradigma, a preocupação deixa de ser o que os media fazem ao indivíduo, para dar lugar à questão: “o que os indivíduos fazem com os meios?”. Assim, a audiência deixa de ser tratada como um todo, que se molda sem consciência, para passar a ser tida como activa, quer na recepção da mensagem, como na escolha do conteúdo ao qual se expõe.

Esta mesma teoria vem defender que os meios de comunicação de massas tinham várias funções como mostrar que o cidadão é mais prestigiado, quanto mais informado estiver; difundir as normas sociais, condenando os desvios; dar prestígio e estatuto dos indivíduos presentes nos próprios media; alertar os indivíduos para perigos e ameaças; e fornecer instrumentos que exercitem determinadas actividades. A Teoria Funcionalista determina que os *mass media* funcionam como uma forma de coesão social, de informação e cultura da sociedade, bem como uma forma de controlo social. Como resposta, a audiência usa os media como orientação e formação da sua identidade, lazer, adaptação social e procura de informação, ou seja, o indivíduo usa os media quando tem determinadas necessidades.

São precisamente, as necessidades dos indivíduos, que levam a que Elihu Katz crie uma hipótese dentro da própria teoria funcionalista. Hipótese a que chamou: “Usos e Gratificações”.

Na tentativa de reconhecer e classificar os comportamentos dos consumidores, surgem vários estudos, relacionados com os vários meios. Um deles foi a investigação feita a partir das radionovelas, ainda nos anos 40, por *Herta Herzog*. O objectivo era saber o que este conteúdo de rádio proporcionava às donas de casa. Os resultados foram significativos: para a audiência, as radionovelas funcionavam como uma forma de aconselhamento, de apoio e até como um

modelo a seguir, além de ser um conteúdo que lhes permitia libertar emoções, como verter algumas lágrimas ou soltar grandes gargalhadas.

Na hipótese dos “usos e gratificações” a pergunta feita não só é: “o que faz a audiência com os *mass media*”; mas também: “porque usa a audiência os *mass media*”, ou seja, qual a necessidade de os usar.

Depois de alguns anos de estudo, esta hipótese de Katz assenta os seus pressupostos na década de 60. Para o sociólogo, a audiência era tida como activa e racional, na forma como escolhe os conteúdos aos quais se expõe, uma vez que o objectivo é tentar adaptar estes às necessidades que sente. As necessidades do indivíduo variam com a sua vida quotidiana, daí que este tenha consciência de que alguma da sua satisfação está relacionada com os media, mais, o indivíduo sabe perfeitamente que o conteúdo a que escolhe ser exposto vai de encontro à satisfação das necessidades que sente. Para que a satisfação seja obtida, os meios de comunicação devem ser escolhidos tendo em conta, as origens sociais, as necessidades e as expectativas do indivíduo e a gratificação que este pode retirar deles.

Ao se distinguir da teoria da Bala Mágica, sobretudo pela consciência activa que confere à audiência, a Teoria Funcionalista e conseqüentemente a hipótese dos “usos e gratificações” são apoiadas pela indústria mediática, visto que os interesses desta se relacionam directamente com a satisfação da audiência.

Baseado na pirâmide de Maslow, Elihu Katz, elaborou uma lista de necessidades que a audiência pretendia satisfazer com a exposição aos media, diferenciou-as da seguinte maneira: necessidades cognitivas, afectivas, de interacção social, de interacção pessoal e de escape. Posteriormente, Denis Mcquail enumerou possíveis motivações que conduzissem os cidadãos ao consumo dos meios de comunicação de massa, encaixando-as nos vários tipos de necessidades que Katz desenvolveu.

As necessidades cognitivas correspondiam motivações como a possibilidade de se informar e de obter cultura geral, de uma forma selectiva, ou seja, escolher qual o meio e o conteúdo que lhe parecesse mais adequado. Neste campo encontramos ainda motivações como a facilidade de usar os *mass media*. O apelo à libertação de emoções, constitui uma motivação para a satisfação de necessidades afectivas. Relativamente à satisfação de necessidades de interacção pessoal, o facto de consumir conteúdos mediáticos, não só confere informação para reter, mas também para ser discutida, permitindo uma maior interacção social. Esta motivação pretende satisfazer necessidades relacionadas com interacção social, o cidadão adquire, não só, informação que permite relacionar-se com outros cidadãos, como através dessa mesma informação, mas também através do uso do mesmo meio e do mesmo conteúdo que outros indivíduos usam, vai sentir que faz parte de uma comunidade. Isto, porque, os meios também ajudam a construir a sociedade e as relações que nela existem. Mas se por um lado a audiência tem necessidade de interagir, por outro tem necessidades de escape, necessidades que podem ser satisfeitas recorrendo a motivações como evasão do real, para um mundo imaginário, de forma a fugir da rotina e dos problemas do quotidiano.

Com os “usos e gratificações”, o paradigma não mudou apenas nas questões colocadas, relativas aos objectivos de cada teoria, ou na actividade e consciência dos públicos mediáticos, as mudanças verificaram-se também ao nível da visão que se tinha dos media. A discussão sobre os efeitos dos media é posta de lado, para dar lugar à dúvida sobre as funções destes. Assim, neste novo paradigma, a satisfação das necessidades, funciona como um efeito de exposição aos meios de comunicação. A grande diferença é que os “usos e gratificações” defendem que é o próprio indivíduo que procura e tem motivações para se expor aos media, tendo absoluta consciência da escolha que fez e de que esta vai ao encontro das necessidades que sente relativamente aos *mass media*.

Com a mudança de paradigma, a eficácia dos meios de comunicação de massa passou a ser medida de outra forma. Um meio é tanto mais eficaz, não por manipular a maior audiência possível, mas por satisfazer o maior número de indivíduos possíveis. É a satisfação das necessidades de cada indivíduo, que dita a eficácia dos meios. Manter o primeiro pensamento, de que os indivíduos se deixam moldar de forma inconsciente, deixa de ter sentido. No novo paradigma a audiência não se deixa manipular, não é ela que é “atacada” é ela que “ataca” os meios. Em usos e gratificações o receptor é também o iniciador, é ele quem decide expor-se aos *mass media*, e interpreta as mensagens recebidas de forma consciente e autónoma, sempre com a certeza que o objectivo daquele comportamento é o de satisfazer a sua necessidade dos meios de comunicação.

Mas se um dos objectivos da hipótese dos “usos e gratificações” é saber quais as necessidades dos indivíduos, outro dos objectivos é saber as motivações que conduzem os sujeitos a usarem os meios para satisfazer essas necessidades. O conjunto de motivações é formado por condições sociais, culturais e psicológicas, dependendo do tipo de motivações, o indivíduo vai escolher a forma que mais se adequa à satisfação das suas necessidades. As pessoas escolhem os *mass media* e não outras fontes de satisfação, tendo em conta as funções e consequências das suas necessidades. as necessidades são algo que o individuo tem em falta, as motivações são relativas aos impulsos que o individuo tem para satisfazer essas necessidades. por exemplo, um individuo necessita de se abster do seu quotidiano, tem várias hipóteses pode ler um livro, passear ou ver televisão, tem várias motivações para satisfazer as suas necessidades, e faz a sua escolha tendo em conta a expectativa que tem de cada hipótese. Nesta escolha, os meios não têm intervenção, cabe ao indivíduo procurar a resposta para as suas necessidades, é a motivação e o desejo que o move para essa procura, não são os meios de comunicação de massas que o captam. O uso destes meios é a consequência da escolha do individuo, é ele que está na origem de tudo. É o individuo que decide qual o meio e o que fazer com ele, se se expõe, ou se não se expõe aos seus conteúdos. Além de que, este comportamento individual tem um historial de antecedentes que conduzem aos motivos que ajudam na escolha dos meios de comunicação. Esses antecedentes podem ser de origem social (ligados ao grupo ao qual o sujeito pertence), psicológica (relativos ao interesse que o cidadão tem ou não tem no assunto) e situacionais (ligados às acções do quotidiano). O motivo leva a pessoa a procurar a solução para o seu

problema, neste caso, a satisfação de necessidades. Daí que seja possível dizer que é o motivo que leva ao comportamento, de exposição aos meios de comunicação. Mas, de facto, o indivíduo só tem esse comportamento se tiver expectativas de que esta é a melhor solução. Segundo Mcquail, a hipótese dos Usos e gratificações foi bastante criticada, sobretudo pelas inclinações comportamentais e funcionalistas que possui, mas também por não explicar quais as causas que conduzem à escolha dos media e por não permitir previsões. Esta imprevisibilidade deve-se às dificuldades de medida, mas igualmente, ao facto de o uso dos media resultar mais dos hábitos, do que propriamente da motivação. Se no geral a hipótese pode não se adaptar tão bem à realidade, em casos particulares pode ser eficaz. De facto, a exposição a alguns tipos de conteúdos pode ser motivada, como por exemplo nos conteúdos de cariz político ou informativo. Babrow sugere que a teoria se centre mais em “enquadramentos interpretativos”, criados com base na experiência. Assim, algumas escolhas dos indivíduos serão baseadas nestes enquadramentos, enquanto outras serão apenas fruto de hábitos quotidianos, e por isso mesmo não sofrem qualquer tipo de motivação. Já Blumer acredita que as causas para a escolha das audiências formam-se com a junção das origens sociais, e da experiência social. A primeira é responsável pelas escolhas, as expectativas e o comportamento, sendo este traduzido no uso dos media. Enquanto a experiência social, permite menos previsibilidade, na medida em que não se sabe o que esperar do indivíduo, depende da experiência de cada um. Desta forma, as causas do uso dos media resultam de “forças da sociedade, da biografia pessoal do indivíduo e também de circunstâncias imediatas. As causas da formação de audiências localizam-se no passado como no presente mais imediato e em pontos intermédios.”³⁴

Secção 2 - A audiência

A noção de grupo, multidão, público e massa, são importantes para uma melhor compreensão da concepção de audiência. Em 1939, Hebert Blumer decidiu distinguir de forma clara todos estes conceitos. Nas palavras do teórico, um grupo caracteriza-se por todos os seus membros se conhecerem, serem conscientes da sua pertença ao grupo, por partilharem os mesmos valores e por terem uma estrutura estável e agirem com fim a um objectivo comum.

Sem qualquer característica em comum, um grupo distingue-se facilmente de uma multidão. Esta, apesar de maior, é mais restrita e com as fronteiras bem delineadas. É temporária, ou seja, quando se forma, dificilmente o faz com a mesma composição de membros. Contudo, uma multidão pode ter identidade, sem que, no entanto, tenha qualquer estrutura ou ordem moral ou social. As acções de uma multidão são tidas como afectivas, emocionais e por vezes irracionais.

³⁴ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 395). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

Já o público é completamente o oposto da multidão. Considerado como uma colectividade dispersa, ampla e estável, é levado a formar-se em redor de um assunto da vida pública. Tem como finalidade propor uma opinião e conseguir fazer mudanças no pensamento da sociedade, através dela. A noção de público é considerada essencial para uma democracia política, a fim de manter um discurso racional e aberto, que proporcione informação à população.

À semelhança do que se passa com os restantes, também a massa, nada tem em comum com os conceitos aqui descritos, esta é o conjunto maior de todos. É ainda mais dispersa que o público, e por isso os seus membros não se conhecem. Sem consciência e identidade próprias, a massa possui uma composição e fronteiras variáveis e os seus elementos não interagem entre si, sendo considerados como objectos de manipulação. Apesar de ser heterogénea por poder conter elementos com as mais variadas características, é homogénea no objectivo, é este que une os membros.

Não participando de nenhum destes conceitos, além de partilhar algumas semelhanças com a noção de massa como veremos mais à frente, as descrições feitas ajudam a perceber melhor, em termos relativos, a questão da audiência. Este é o termo usado para designar um colectivo de receptores. No âmbito do estudo de comunicação, surgem diferenças de significados e disputas teóricas, relativas a este tema. Isto, porque, a mesma palavra é usada numa realidade complexa e diversificada, isto é, a palavra é a mesma e mantém-se, mas o que ela designa é que muda, sofre mudanças ou desaparece. Segundo Biocca, (1998^a: 103) este desacordo surge porque “ o que está a ocorrer é a quebra do referente para a palavra audiência, na investigação sobre comunicação das ciências sociais e das humanidades.” Este desacordo, por vezes, também se deve ao facto da audiência não ser, segundo Allor (1988), observável. “ A audiência não existe em parte alguma, não habita qualquer espaço real, só tem lugar no discurso analítico.” É por isso, um conceito abstracto e questionável, por se referir a algo diverso e em mudança permanente. Audiência é um conceito que resulta de dois factores: do contexto social, como interesses sociais e necessidade de compreensão e de informação; e da “ resposta a um padrão particular de provisão dos media”³⁵, variadas vezes, os factores misturam-se, como por exemplo, quando se apela a uma classe social, ou a um grupo de moradores de uma região ou com um certo tipo de convicções religiosas.

Ao reflectir o uso que faz dos media, as suas rotinas diárias e a sua disponibilidade, segundo Mcquail, uma audiência é definida de várias formas diferentes, que se podem sobrepor, através: das pessoas (quando visam um grupo específico); do conteúdo das mensagens (tendo em conta os géneros, os estilos e os assuntos); do meio ou do canal (quando se dá a combinação entre tecnologia e organização); do lugar (os meios de comunicação locais) e do tempo (pode ser a audiência da manhã ou do horário nobre).

³⁵ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 364). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

Com origens no público do teatro grego e dos espectáculos musicais, a noção mais remota de audiência é a de um aglomerado físico num local, como os teatros ou as arenas greco-romanas, audiência que ainda hoje, partilha características com a audiência actual, como o facto de se planear o que as pessoas vão ver, ouvir e o desempenho que os intervenientes terão; o facto de se promoverem acções de carácter público e popular; a importância de educar, entreter e permitir ter experiências emocionais, através de desempenhos sem qualquer conteúdo religioso; permissão para que a audiência possa fazer as suas escolhas e controlar o seu grau de atenção, de forma voluntária e consciente; a importância da especialização dos intervenientes na acção, bem como a localização física do conteúdo e da experiência proporcionada aos espectadores.

Como podemos constatar, a audiência como conjunto de espectadores de acontecimentos públicos não religiosos surgiu há mais de dois mil anos. Tinha costumes, regras e expectativas acerca do tempo, do lugar e dos conteúdos. Era um conceito que estava associado às cidades e ao comércio. O conteúdo do espectáculo dependia da classe e do estatuto social dos indivíduos, que compunham a audiência.

Apesar da partilha de características entre as duas noções de audiências, a actual é bastante diferente da antecedente. As invenções tecnológicas mantiveram o conceito antigo, mas com uma fórmula diferente, a audiência mediática actual é mais dispersa, individual e privada. Propriedades que partilha com a massa, o que permite designar a audiência dos meios de comunicação de massas, como audiência de massas. Grande e dispersa, com uma composição em constante mudança e sem identidade própria devido à heterogeneidade e dispersão, uma das suas principais características é os seus membros não se conhecerem. Factores que contribuíram para que a primeira vez que o conceito de audiência de massas surgiu, tenha sido identificado como algo negativo, por conduzir ao individualismo e a uma visão pessimista da sociedade industrial moderna. No fundo, esta posição não passa da reprodução do medo da despersonalização, irracionalidade e manipulação, que também estavam associados ao conceito de audiência de massas.

Embora, permaneça uma audiência de massas, a verdade é que esta adquiriu uma maior autonomia e actualmente tem uma relação de igualdade com os meios de massa. Cada um dos seus membros não é apenas mais um membro. É um indivíduo com capacidade para fazer escolhas, que não se limita a receber informação, procura-a, consulta-a e para tal interage. Se a audiência de massas ainda se mantém, segundo Rice³⁶, é porque muitos membros não têm “a energia, o desejo, a necessidade ou o treino” para escolherem ou procurarem.

Próximo do conceito de audiência de massas, está o de audiências como meio (ou canal). Distinguindo-se por ser dispersa, heterogénea, sem organização interna e sem estrutura a audiência como meio surge quando o aglomerado escolhe um tipo específico de meio para se expor. Cada meio tem de recrutar o seu conjunto de utilizadores, e cada um destes tem de aprender a sua função. Há hábitos, entendimentos, e recepções do meio e dos seus

³⁶ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 122). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

conteúdos, que devem ser assimilados. Este tipo de características muda de membro para membro, em função do lugar e do tempo.

Se a audiência pode ser tida como do meio, também pode ser definida tendo em conta o canal ou o conteúdo. Este tipo de audiência identifica-se de forma automática com um canal ou um conteúdo. Este tipo de audiência segue a linha do pensamento de mercado, “as audiências são conjuntos para produtos mediáticos particulares. A audiência consiste ou em clientes que pagam, ou em números comunicados aos anunciantes por unidade de produto mediático e de acordo com os quais são estabelecidos os preços.”³⁷ A audiência é vista como um efeito do meio, como se fosse um produto mediático. Na prática, não pode ser medida, mas pode ser reconstruída ou estimada, depois de cada acontecimento. Em opção, esta variação de audiência pode ser definida pelos subscritores, lares ou leitores. Contudo, deve ser tido em conta que há variações no grau de atenção e de envolvimento dos indivíduos, visto que nem sempre são os próprios a escolher o conteúdo ao qual se expõe.

Além do conceito de audiência de massas, a audiência tem outras concepções. Existem tipos de audiência tendo em conta a sua origem. Há a audiência com origem na sociedade, quando os membros procuram uma fonte de conteúdos, e esta corresponde às suas necessidades; e a audiência com origem nos media, quando os meios atraem os indivíduos com os seus conteúdos, e estão em constante descoberta de novas necessidades da sociedade.

Outros tipos de audiência são relativos à relação que esta mantém com o emissor. Neste ponto, existe a audiência como alvo, a audiência como participante e a audiência como espectadores. A audiência como alvo é a expressão do modelo de transmissão, no qual o processo comunicativo é unilateral, cuja pretensão é o envio de mensagens ao longo do tempo, com o objectivo de controlar ou influenciar o receptor. Ao trabalhar os conteúdos para agirem ao nível da cognição, os meios transferem propositadamente para a audiência um determinado sentido. No caso da audiência como participante a dinâmica de comunicação é diferente, feita através de partilha e participação, é um modelo bilateral. Quanto mais emissor e receptor tiverem em comum, maior será a partilha entre dois. Na audiência como espectadores, o objectivo do emissor é apenas o de captar a atenção do receptor, sem querer transmitir informação ou crenças, independentemente do efeito que a comunicação possa ter. Contudo, a atenção que o receptor vai despender é envolvente, mas efémera, visto não haver transferência de sentidos, nem partilha, entre emissor e receptor.

Como vimos anteriormente, há uma série de conceitos que ajudam a perceber a concepção de audiência, estes entrelaçam-se, com o conceito de audiência, como acontece com a massa. Assim, a audiência também pode ser considerada um grupo. Quando é em simultâneo as duas coisas, o grupo foi o que se formou primeiro, ou seja, antes de ser audiência, esta é um grupo. Este tipo de audiência possui uma certa homogeneidade, uma composição estável e evidência que é um grupo, independentemente de ser uma audiência. Raros são os casos em

³⁷ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 379). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

que os dois conceitos se ligam, isto deve-se particularmente à existência de governos totalitários, porque impede a formação de grupos sociais autónomos, e aos media monopolistas e capitalistas, que vêem os cidadãos como consumidores sem forma de satisfazer as suas necessidades através dos media. Em lugares onde a junção dos dois conceitos possa ser explorada, é comum tal ser feito através de publicações de cariz profissional ou social. Estas são distribuídas numa comunidade privada, mas disseminada. É através da publicação que a audiência partilha objectivos e interesses em comum. Apesar desta tendência, também televisões e rádios locais e comunitárias colaboram para o crescimento deste tipo de audiências.

Como já referido a audiência pode ser um tipo de massa e um tipo de grupo, mas ela também é vista como um conjunto de gratificações. Este tipo de audiência forma-se pelos interesses, necessidades e preferências relativos aos media, que os seus membros têm em comum. A palavra “conjunto” é aplicada neste contexto para dar a noção que os membros deste tipo de audiências são um agregado, ou são indivíduos sem ligação entre si. Este tipo de conjunto identifica-se por possuir uma necessidade em comum, enquanto, o público, por exemplo, tem várias necessidades e interesses partilhados, e agrega-se por compartilhar características sociais. A audiência como conjunto de gratificações afirmou-se, colocando os tipos de audiências mais antigos de lado, quando os meios de comunicação sofreram mudanças na sua produção, para responder às diferentes necessidades dos indivíduos.

Para os meios de massa não interessa ter apenas uma audiência ou saber as suas variantes, interessa sobretudo ter a audiência certa. Com o objectivo de garantir a sua sobrevivência, os media fazem da audiência um objecto de estudo permanente, para o efeito contam com o auxílio de seis conceitos: audiência disponível ou potencial (todos os que possuem capacidades básicas ou capacidades de recepção); audiência pagadora (todos os que pagam um conteúdo ou meio); audiência atenta (os que se concentram quando se expõem a um determinado conteúdo); audiência interna (os que se concentram em pormenores do conteúdo); audiência cumulativa (o conjunto potencial de indivíduos que assistiu a um conteúdo, durante um determinado período de tempo); audiência alvo (potencial aglomerado de indivíduos que é escolhido para se expor a um conteúdo numa determinada data).

Independentemente da terminologia, as audiências tanto apreciam, como condenam os meios de comunicação. A apreciação destes prende-se com a sua adequação às atitudes públicas, juízos e opiniões conformes às normas morais e do bom gosto. O uso inapropriado da linguagem, a violência, e o sexo são recriminados pela audiência, em detrimento, da defesa de valores como a família, a educação das crianças e os valores morais. Mais sensíveis à qualidade dos media relativamente à tendência política e ao equilíbrio, do que à imparcialidade e à liberdade de expressão, a audiência aplica normas ao conteúdo informativo dos media. Este deve ser integral, preciso, equilibrado e deve abranger várias opiniões. Contudo, apesar da crítica pública que muitas vezes a audiência faz aos meios de comunicação, a verdade é que poucos dos seus membros se sentem de facto ofendidos com algum conteúdo. Tal só mostra que cada indivíduo possui as suas próprias regras baseadas no

seu próprio gosto, independentemente do grupo e da audiência a que pertence. As críticas são apenas superficiais, existindo para corresponder à interacção social entre indivíduos.

Entre conceitos e teorias, a definição de audiência nem sempre foi consensual, dada a característica não física desta. Para compreendermos melhor o que é a audiência temos de lhe dar mais atenção e menos aos meios de comunicação. Contudo, novas e diferentes audiências, constituídas por pessoas com identidades e interesses em comum, começam a surgir. Esta emergência deve-se ao aparecimento de novas tecnologias, que permitiram à audiência fazer um novo uso dos media. Com audiência a fazer um uso interactivo dos media, deixa de haver uma distinção clara entre emissor e receptor, levando quase à extinção do conceito de espectador, que remetia para a ideia de passividade dos indivíduos, subjacente às primeiras ideias que surgiram em volta do conceito de audiência mediática. A culpa não recai apenas nas novas tecnologias, mas também nas mudanças ocorridas nas tecnologias já existentes. O efeito dessas mudanças reflectiu-se em duas características: as audiências tornaram-se maiores, em termos dimensionais, em consequência da concentração e monopólios dos meios de comunicação de massas, mas também da exploração do mesmo conteúdo em mercados diferentes; contudo, tornaram-se mais diversas, devido à multiplicação e especialização dos canais. Daqui, resultam mais audiências, mas mais homogêneas e de pequena dimensão. A formação destas baseia-se mais nas preferências e no estilo de vida em comum, do que no critério geográfico ou de classe social. É neste âmbito que surge o conceito de segmentação - “processo pelo qual a produção dos media se adapta de forma mais precisa a um conjunto relevante de consumidores.”³⁸ Com segmentação da audiência, abre-se caminho para o fenómeno da fragmentação da audiência. Isto é, a quantidade da audiência mantém-se mas torna-se dispersa, visto que todas as escolhas podem ser individuais, o que pode conduzir ao “fim da audiência como colectividade social significativa”³⁹. Numa situação como esta, os indivíduos não têm em comum mais do que serem possuidores de um qualquer artigo de consumo. Com a fragmentação e a individualização esbatem-se as ligações entre audiência e meio, o que contribui para a perda de sentido de identidade por parte da audiência. Em consequência, passa a haver uma maior dificuldade em perceber e acompanhar as audiências. Gerir e prever a composição e a direcção que tomam, tornar-se-á mais improvável. Mas se esta situação pode ser vista como negativa para os meios de comunicação, pode ser tida como positiva para a audiência, que passa a ter mais poder, e mais canais de informação, com menos propaganda monopolista e informação tendenciosa, à disposição. Ao mesmo tempo que a audiência passa a estar mais atenta, os persuasores (políticos e empresários) têm a sua tarefa de chegar, ao público mais dificultada.

A fragmentação das audiências é uma realidade, contudo, ainda é demasiado cedo para dizer que as audiências de massa vão desaparecer. Os meios de massa têm sobrevivido, através da

³⁸ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 414). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

³⁹ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 414). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

adopção de formatos familiares. Mas, apesar, da existência de mais canais, e de mais formas de publicação, a estrutura geral da audiência ainda não se modificou muito. Segundo ⁴⁰Neuman, há dois motivos para que tal aconteça: o facto de a audiência só prestar uma atenção parcial quando usa os media; e o facto, da indústria continuar a comunicar num único sentido, em vez de preferir um estreitamento da relação receptor-emissor, em dois sentidos. A forma das audiências reflecte as formações sociais em termos de estruturas, da dinâmica e das necessidades. Estas não vão todas nos mesmo sentido, umas podem favorecer os meios de comunicação de massa e outras um novo uso dos novos media, levando à aparição de uma nova forma de audiência.

Secção 3 - Os modelos de interacção social

Quando pensamos em interacção social, imediatamente nos lembramos de uma imagem de duas pessoas a conversar. É uma imagem correcta porque ilustra verdadeiramente o conceito, mas também é incompleta, porque existem mais tipos de interacção social. Estes surgiram com o nascimento dos meios de comunicação de massa e não só, e têm características diferentes da inicial. John B. Thompson⁴¹ distingue três tipos de interacção social a face-a-face, a quase-interacção mediada e a mediada.

A primeira, tal como o nome indica, refere-se a uma interacção com presença directa, na qual tempo e espaço são partilhados por todos os intervenientes, em simultâneo. Desta forma todos comunicam e todos são alvo da comunicação dos outros, trata-se de uma interacção orientada para indivíduos específicos, estamos então perante uma direcção dialógica da comunicação, ou seja, o fluxo comunicativo é feito em duas vias, tanto há uma comunicação, como há uma retribuição a essa mesma comunicação. A intervenção num mesmo tempo e espaço e a dimensão dialógica, fazem da interacção face-a-face, a que melhor possibilita o uso diversificado de referências simbólicas, como gestos, expressões faciais e variações de entoação, cujo objectivo é o de complementar a palavra e facilitar a transmissão e a interpretação das mensagens.

Características diferentes tem a interacção mediada. Esta flui influenciada pelas características do tempo, espaço e meio, onde ocorre. O contexto do emissor e do receptor podem ser diferentes. Relativamente ao tempo, estes podem interagir em simultâneo, dando lugar a uma acção comprimida, ou em alturas diferentes, conduzindo a uma acção ampliada. Quanto ao espaço, a interacção mediada é sempre distendida, ou seja, nunca ocorre no mesmo espaço. Apesar de também ser orientada para indivíduos específicos e de ser uma comunicação dialógica, como o tipo anterior, a interacção mediada deve conter informação

⁴⁰ MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 417). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

⁴¹ Thompson, John (1995) *Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press.

contextual, mas utilizar um número reduzido de referências simbólicas, dado que os indivíduos estão sempre separados relativamente ao espaço e também o podem estar relativamente ao tempo, facto que iria dificultar a apreensão e entendimento destas. A carta e o telefone são exemplos de meios que possibilitam uma interacção mediada.

Totalmente diferente da interacção face-a-face, mas com pontos comuns à interacção mediada, a interacção quase-mediada distingue-se por ser a única a possuir uma comunicação monológica, isto é, um fluxo comunicativo apenas com uma direcção, vai do receptor, para o emissor. Por este motivo não existe uma relação recíproca ou interpessoal, mas não deixa de haver uma interacção, apenas é diferente das anteriores. Com um fluxo comunicativo monológico e orientado para um número indefinido de potenciais receptores, as referências simbólicas são nulas ou quase escassas, numa interacção deste tipo, uma vez que não se sabe quem as vai receber, e por isso mesmo se as vai compreender. Assim, uma troca simbólica deste tipo gere diferentes tipos de relações interpessoais, de vínculos sociais e de relativa intimidade, tudo dependendo das características de quem recebe a mensagem. Livros, televisão, filmes, rádio ou jornais, são meios que potenciam uma interacção quase-mediada.

Provenientes de épocas diferentes, a interacção face-a-face surgiu primeiro que as restantes, que só viram o seu apogeu pleno nos séculos XV e XVI, com o a criação da indústria gráfica e nos séculos XIX e XX, com a invenção dos meios electrónicos. Habitada a imperar, a interacção face-a-face foi complementada pelos novos tipos de interacção, que aos poucos começaram a desempenhar um papel cada vez mais activo na sociedade. Dão ao indivíduo a possibilidade de aceder a informação e a conteúdos simbólicos de outras fontes, para além de fontes humanas. É através de interacção mediada ou quase-mediada, que cada vez mais os cidadãos contactam com o conhecimento que vai para além do local onde se situam, da sua proximidade. É este tipo de conhecimento que os ajuda a na construção pessoal, e na criação e renovação de tradições. Estas dependem cada vez mais de um fluxo de comunicação mediada, contudo, este não as destrói, mas pode enfraquecê-las.

Secção 4 - Os modelos comunicacionais

Em Mcquail, podemos encontrar quatro modelos de comunicação, o de transmissão, o ritual ou expressivo, o publicitário e o de recepção. Todos são descritos tendo em conta os diferentes conteúdos, e as diferentes formas de produção e de recepção destes. James Carey⁴² falou em particular dos dois primeiros. Referindo-se ao modelo de transmissão como o mais comum e por isso mesmo, o que veicula mais informação entre os indivíduos. Este modelo concebe os meios de comunicação como transmissores de acontecimentos à audiência, e não como os que originam a mensagem ou esses mesmos acontecimentos. Modelo seguidor do paradigma

⁴² Carey, James (1992) *Communication as Culture: Essays on media and society*. Nova Iorque: Routledge.

dominante responde à fórmula “ quem diz o quê, a quem, através de que canal e com que efeito?”⁴³, contudo, não interessa persuadir, educar, ou mesmo informar, interessa apenas transmitir. Daí que o modelo de transmissão tenha a preocupação de seleccionar muito bem os comunicadores, bem como os conteúdos, tendo em conta o interesse que este suscitará na audiência.

Quanto ao modelo de comunicação como ritual, aparece-nos associado a uma comunicação partilhada e participada. Ao contrário do modelo anterior que transmite a mensagem com o objectivo de a propagar o mais rápido possível, pela maior extensão de território possível, o modelo ritual tem o objectivo de propagar a mensagem no tempo, dentro de uma comunidade, independentemente da sua extensão. Tal como afirma Carey “a comunicação está ligada a conceitos como divisão, participação, associação pertença e partilha de uma fé comum. Uma visão ritual não é direccionada para a extensão das mensagens no espaço, mas para a manutenção da sociedade no tempo: não é o facto de fornecer informação mas a representação de crenças comuns.”⁴⁴ Diferente do de transmissão este modelo não se limita a difundir informação, ele representa crenças partilhadas.

Podendo também ser chamado de modelo expressivo, este modelo é utilizado acima de tudo para satisfação do receptor ou emissor e o seu sucesso depende da compreensão e emoções comuns aos que vão partilhar a mensagem. Sendo um fim em si própria, a comunicação como ritual necessita de um bom desempenho do emissor, para que possa transmitir a satisfação que o receptor pretende. E apesar de não fazer um uso instrumental deste, a comunicação expressiva tem consequências para a sociedade, como por exemplo uma maior integração, ou o aumento das relações sociais.

Ao usar uma comunicação baseada em símbolos poderosos, valores culturais, tradições e mitos, este modelo tem um papel unificador e mobilizador das emoções e acções dos receptores. É por este motivo que a comunicação como ritual é um conceito importante neste trabalho. Os participantes dos programas de discos pedidos, só pelo facto de o serem, tornar-se-ão numa comunidade que partilha através daquele espaço de antena várias informações e mensagens, provavelmente como os mesmos objectivos e necessidades? Nesta comunicação, não interessa tanto o que se diz, mas o facto de ela ser partilhada, e de ser uma acção comum a todos os participantes.

⁴³ LASSWELL, Harold D. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*. (p12).

⁴⁴ James Carey in MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). (p 56). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.

Capítulo 4: Pesquisa e resultados

Secção 1 - Metodologia

No seguimento das teorias e conceitos apresentados, esta investigação pretende dar resposta a várias questões. Que tipo motivações têm as audiências para ouvirem e participarem em programas de discos pedidos nas rádios locais? Predominam as motivações utilitárias, expressivas ou relacionais? Os participantes constituem uma audiência dispersa? Ou se pelo contrário, formam uma comunidade? No caso de formarem uma comunidade, ela existe previamente, ou formou-se após a audição e participação no programa?

Para responder às perguntas, foi utilizado como instrumento de recolha de dados, o método qualitativo, por este permitir a recolha de dados em ambiente natural, o que motiva mais o à vontade dos entrevistados, ser de carácter descritivo e indutivo, permitindo o desenvolvimento de ideias, a partir dos padrões encontrados, facilitando as conclusões e por permitir uma recolha de dados intensa e profunda.

A técnica utilizada foi a entrevista estruturada, ou seja com perguntas e ordem fixas, com limites na liberdade de resposta, para que as várias entrevistas não se distanciassem muito umas das outras, facilitando uma possível homogeneização e o estabelecimento de padrões. Esta técnica foi escolhida por informar sobre valores e atitudes dos entrevistados e uma vez que a investigação se centra tanto nas motivações, como nas necessidades dos indivíduos em se expor a um tipo de programa radiofónico, revelou adaptar-se muito bem. Além disso, a entrevista permite saber as razões das respostas dos inquiridos, o que tendo em conta os objectivos é extremamente importante. Esta técnica dá ainda a possibilidade de compreender respostas e atitudes não-verbais, implícitas como o à vontade dos entrevistados em falar do assunto, ou perceber uma ideia que eles não consigam definir tão facilmente ou de forma tão concreta. O facto de permitir a recolha de muita informação, também é importante, porque quanto mais informação melhor se pode perceber os objectivos em causa.

A escolha do universo de indivíduos a inquirir obedeceu a critérios, de idade e tipo de audiência: os entrevistados são adultos, ouvintes e participantes activos no Programa do Frank, programa emitido das 16:00 às 19:00 horas, na rádio de Peniche. O programa foi escolhido para a investigação por estar há vários em anos em grelha, pela grande participação que tem e pela afinidade visível entre locutor e ouvintes.

Apenas foram entrevistados dez indivíduos. Para seleccionar a amostra do estudo, bastou ouvir algumas emissões e escolher um participante de fácil acesso, para estabelecer o primeiro contacto. Foi escolhida a proprietária de um café, uma vez que era um local público, pois além de não se saber a morada dos participantes, evitava que, no caso de serem procurados nas suas casas sem aviso prévio, os entrevistados se sentissem agredidos. Após

esta primeira entrevista, foi utilizado o método “bola de neve”, cada indivíduo recomendava um ou mais participantes para serem entrevistados, e dava o seu contacto. Todos os indivíduos aceitaram conceder a entrevista ao primeiro contacto.

As entrevistas decorreram entre os dias 30 de Maio e 1 de Junho, de forma presencial, gravadas em suporte áudio e com uma duração média de 7 minutos. Como já referido foram entrevistados 10 participantes, 6 participantes do sexo masculino e quatro do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 30 e os 60 anos, de vários concelhos do Oeste, Bombarral, Caldas da Rainha, Óbidos e Peniche.

Antes de iniciar as entrevistas aos participantes do programa, foi feita uma entrevista exploratória ao locutor, a fim de ajudar na preparação das entrevistas seguintes, mas também para recolher informação sobre as características e objectivos do programa.

Na preparação dos dois guiões das entrevistas foram também utilizados dados recolhidos, através da escuta do programa, que foi frequente desde o dia 1 de Abril, até 31 de Maio.

Secção 2 - Caracterização do programa

Sediada em Peniche, a rádio 102 FM, insere-se na categoria de rádios locais. Actualmente, a transmitir só programas diários, destacou-se para esta investigação por na sua grelha constarem dois programas de discos pedidos, o Programa do Louro, das 10 às 13 Horas e o Programa do Frank, das 16 às 19 horas, escolhido pelos motivos já referidos. A atenção dada pela rádio a este formato de programa, tipo discos pedidos, explicada por Frank d’Amori, locutor do programa da seguinte forma “a questão dos discos pedidos acontece (...) para dar oportunidade, às pessoas que têm vontade de ouvir uma música, você liga para lá e ouve a sua música sem ter de comprar o CD, sem ter de gastar dinheiro”. Ao mesmo tempo, na opinião do animador “os discos pedidos, de certa maneira são uma válvula de escape que os ouvintes também têm para falar dos seus problemas, da sua vida, (...) para dialogar e matar o tempo”

Estreado há cinco anos, O programa do Frank, nem sempre teve o mesmo locutor, nem o mesmo nome. Antes chamado Sociedade Recreativa, os ouvintes eram convidados a fazer a sua participação no programa, através do telefone, tendo liberdade para falarem sobre o assunto que quisessem, pedir músicas, fazer dedicatórias ou divulgar acontecimentos. Centrada nos ouvintes e na sua participação no programa, a emissão dependia da cooperação do ouvinte no programa para o seu sucesso. Tal como o próprio nome indica, o programa pretendia, antes de ser um espaço da rádio ou do locutor, ser um espaço onde os ouvintes podiam ter voz activa. Existia apenas uma restrição. Como forma de incentivar os ouvintes a falarem em directo, no início de cada emissão, era estabelecido um tema ou pergunta, aos quais os ouvintes teriam de comentar ou responder, para que a música por eles pedida

passasse. A resposta ou o comentário, além de funcionar como uma alavanca de conversa, funcionava como substituto da frase, que o participante tinha de dizer nos programas de discos pedidos com o formato original, muito populares nos anos 80, quando estes eram patrocinados por uma marca específica.

Em Maio deste ano, o programa passou a chamar-se Programa do Frank, animador que conduz a emissão há quase três anos, esta decisão foi influenciada pelo facto de as pessoas simpatizarem muito com o locutor, como o próprio confirma: “a maioria das pessoas liga de propósito para falar comigo, nem que seja um pouquinho e vão elogiar”; mas também porque as próprias pessoas já se referiam ao programa desse modo, quando nele participavam.

Além do nome, o programa sofreu igualmente uma pequena mudança estrutural, deixou de ter a pergunta ou tema colocados no início do programa, como descrito acima. Desta forma, a senha que permite ao participante ouvir a música que pediu deixou de ser a resposta à pergunta ou o comentário ao tema, para dar lugar ao grito da estação, “Eu gosto!”, que deve ser dito bem alto e com convicção.

Apesar das mudanças, o programa continua a dar oportunidade aos ouvintes participantes, de falarem sobre o assunto que desejarem em directo, mas o grande objectivo da emissão é o de os ouvintes ligarem para pedir as músicas que queiram ouvir. Desta forma, o programa já não se centra, apenas, no discurso dos participantes, mas sobretudo na relação destes com Frank D’Amori, e a mudança do nome do programa vem sugerir isso mesmo. Esta mudança acontece não por o programa ser pouco participado, mas porque a maioria das pessoas se limitava a pedir a música e a fazer a dedicatória, tentando fugir ao tema ou à pergunta colocada. Em grande parte das vezes, esta resistência prendia-se com o facto das pessoas não terem opinião formada sobre o assunto, ou por se sentirem pouco à vontade com ele. Actualmente, a maioria dos indivíduos continuam a entrar em linha apenas com o objectivo de pedir a música e fazer a respectiva dedicatória, mas a conversa acaba por se desenrolar, quase sempre com o locutor a tomar a iniciativa. No ar, as conversas, desenvolvem-se em torno das dedicatórias, das músicas pedidas ou do quotidiano, até porque, segundo o locutor, as pessoas que mais falam, ou as únicas que tomam iniciativa para falar são pessoas que têm “carência de conversar, de ter alguém para falar, nem todo o mudo tem alguém para falar. Às vezes passam o dia todo dentro de casa, não está ali o marido, a família, e quer dialogar, quer brincar e muitos querem transformar a rádio num *big brother* pessoal. Querem dizer que estão doentes, fazem questão de dizerem que estão doentes!”

Sem dados concretos sobre o número de ouvintes e de participantes do Programa do Frank, pelas escutas efectuadas estima-se que por cada hora de emissão do programa, pelo menos cinco pessoas entram em linha. Contudo, o número varia dependendo do tempo que cada participante está em linha, e dos compromissos publicitários, uma vez que o programa possui os seus próprios patrocinadores.

Secção 3 - Análise dos resultados

Tabela 1 - Categorias de análise das entrevistas

Entrevistado					
Categorias de análise					
Sexo					
Idade					
Profissão					
Frequência da escuta de rádio					
Tipo de programas ouvidos					
Tempo de acompanhamento do programa					
Frequência com que ouve o programa					
Local de escuta					
Escuta acompanhada/isolada					
Número/frequência de participação					
Dificuldade/facilidade em participar					
Assuntos falados em directo e sua importância					
Outras formas de aceder a música					
Relevância, de poder conversar em directo, para escuta do programa					
Sentimento aquando da participação do programa					
Caracterização do locutor					
Perspectiva sobre a existência do programa					
Utilização do programa para estreitar as relações sociais					
Descrição do perfil de pessoas que ouvem o programa					

Tabela 2 - Motivações dos participantes para participarem no programa

Motivações	Motivações utilitárias	Motivações relacionais/ internacionais	Motivações discursivas/expressivas
Entrevistado			

A condução das entrevistas (ver guião em anexo) e a sua análise procurou recolher e avaliar de forma sistemática vários tipos de dados (tabela 1): quanto ao perfil dos ouvintes e participantes (idade, sexo, profissão); quanto aos seus hábitos de audição radiofónica (frequência de escuta e tipo de programas); quanto à escuta e participação no programa específico em análise (tempo de acompanhamento, frequência de escuta e participação, local de escuta e dificuldade de participação); quanto à relação ouvinte/locutor; quanto à própria participação (assuntos falados, assuntos que mais interessam e dedicatórias); quanto às formas alternativas de aceder a música; quanto à relevância da conversa em directo para participar no programa; quanto à existência do programa e ao tipo de pessoas que o ouve. Os ouvintes participantes foram igualmente questionados sobre as necessidades e os tipos motivações (tabela 2) que levam à escuta do programa. As motivações estão divididas em três tipos, as utilitárias (ouvir música, fazer companhia); as relacionais/interaccionais (dedicar músicas, falar com o locutor) e as discursivas/expressivas (para dar a opinião, por gostar de falar).

Analisando os dados das entrevistas (tabela 1.1, ver anexo), podemos constatar de imediato, que todos os ouvintes participantes ouvem o Programa do Frank, diariamente. Verificamos também que, na grande maioria, todos eles participam no programa pelo menos uma vez por semana. Contudo, uns fazem-no mais vezes que outros, há quem participe todos os dias, outros apenas duas ou três vezes por semana e ainda outros, que se limitam apenas a uma participação semanal.

A diferença entre a escuta diária, e a participação com uma incidência semanal, poderá explicar-se com a dificuldade que os ouvintes dizem sentir para participar no programa. Quase todos afirmam ter de fazer várias tentativas durante a emissão. Alguns afirmam, que só quase no término deste conseguem entrar em directo, e outros dizem que a única solução é ter o número gravado, previamente, e ligar quando a linha abre (“É difícil, às vezes estou a tentar desde o início e só consigo no fim”, entrevistado 1; “É difícil porque existe muita gente em linha e a única maneira que há é mesmo termos já o número de telefone inserido no telemóvel e estar à espera da palavrinha chave, para conseguirmos fazer a chamada”, entrevistado 7). A participação revela-se tão difícil para os participantes que um dos

entrevistados confessou considerar a sua entrada em directo no programa, como uma vitória pessoal (“Às vezes sinto uma conquista. Estou tempos sem conseguir, agora consegui, é uma certa conquista”, entrevistado 9). É de notar que apesar da dificuldade em participar, os ouvintes não perdem a motivação de o fazer, independentemente do tipo de necessidade, esta é a prova, de que não agem por estímulo-resposta, e como tal, não necessitam de estar continuamente a reforçar o seu comportamento, mas sim de que agem por sua vontade próprio tendo consciência das suas escolhas e do que melhor satisfaz as suas necessidades.

As necessidades que procuram ver satisfeitas com a escuta e participação no programa, variam conforme certos factores, como o local onde a escuta do programa é efectuada e se esta é feita isoladamente ou acompanhada. Assim, os indivíduos que ouvem o programa no carro, na sua maioria, fazem-no sozinhos e partilham as mesmas motivações de participação. Estas relacionam-se com a necessidade de companhia e distração (“Para distrair do dia-a-dia”, entrevistado 3; “É mesmo a companhia e o bem-estar”, entrevistado 7; “é uma boa companhia”, entrevistado 9). As mesmas motivações são partilhadas pelos sujeitos que ouvem o programa em casa, e que estão igualmente sozinhos.

Já os ouvintes participantes que escutam o programa no seu local de trabalho, fazem-no quase sempre acompanhados, pelos seus colegas de trabalho e apresentam motivações que se prendem com aspectos de distração e diversão, não fazendo referência à solidão. (“Estamos a ouvir estamos distraídos”, entrevistado 2; “Para distrair do dia-a-dia, e por brincadeira”, entrevistado 3; “Para me divertir porque ouvimos os outros e nós também”, entrevistado 3).

Segundo o locutor do programa do Frank, um dos objectivos pelo qual o programa existe, é a possibilidade de as pessoas ouvirem música. Contudo, ao analisar a tabela, constatamos, que todos os entrevistados possuem formas alternativas de ouvir música. Telemóvel e leitor de cds são os mais referidos. Apesar disso, muitos afirmam que uma das suas motivações para participarem no programa é precisamente para ouvirem determinada música ou cantor, (“Ouvir um cantor”, entrevistado 2; “Porque gosto de ouvir músicas, quando me apetece uma em especial peço”, entrevistado 3; “Às vezes até vem uma música ou outra à cabeça que nos apetece ouvir”, entrevistado 5; “É mesmo por causa da música”, entrevistado 6; “Porque passam algumas músicas de que gosto, também tenho hipótese de pedir as que eu gosto”, entrevistado 7; “As músicas que gosto de ouvir, gosto de pedi-las”, entrevistado 8; “Para pedir músicas de que gosto e que nem sempre passam na rádio”, entrevistado 10). Alguns esclarecem esta situação dizendo gostar de partilhar as musicas que mais apreciam e pedem as músicas no programa apesar de em casa as terem (“Apesar de ter uma discografia grande em casa, peço músicas que tenho, porque gosto de repartir o meu gosto com outras pessoas”, entrevistado 4; “porque eu ao pedir determinado tipo de música, estou a contribuir também para que outras pessoas, possam ouvir e possam gostar do tipo de música que eu gosto” entrevistado 1). É, então, possível afirmar que um dos objectivos do programa serve plenamente as motivações das pessoas, relativas à escuta de determinadas músicas.

Apesar da base do programa ser o pedido de músicas, a conversa em directo, entre ouvinte e locutor, acaba por também se destacar. Segundo os participantes, todos os assuntos têm lugar no programa, mas há temas recorrentes, como o quotidiano de cada um, as músicas ou os cantores que pedem. Os indivíduos entrevistados revelam que quando os assuntos falados no programa têm algum interesse para si, como o facto de se identificarem com uma pessoa que ligou ou com o assunto que esta falou, (“Sim as pessoas falam de si e interessa-nos porque às vezes vivemos coisas parecidas”, entrevistado 4) acabam por comentá-los com amigos ou familiares. No entanto, a maioria afirma não gostar tanto de falar, mas sim de gostar mais de ouvir os outros participantes. Os indivíduos que se prolongam mais na conversa, afirmam também que não gostam tanto de falar sobre a sua vida, mas sim sobre música, um cantor, ou outro tema.

Falar do programa, ou dos assuntos que nele se fala com outras pessoas, mostra que os indivíduos o utilizam como forma de agilizar a sua socialização. A recomendação da audição dos programas contribui para a formação de uma comunidade, uma vez que a maior parte dos entrevistados, revela conhecer pessoas que participam no programa, apesar de muitos já se conheceram pessoalmente, outros só chegaram ao contacto, a partir do momento em que começaram a participar regularmente na emissão. Há ainda alguns indivíduos que sentem afinidade pelas pessoas que participam, sem nunca as ter conhecido pessoalmente e baseando-se, apenas, no contacto desenvolvido durante a emissão (“umas sim outras conheci através do programa, e outras ganhei afinidade, mas nem conheço pessoalmente”, entrevistado 6; “às vezes há outras pessoas que não conhecemos mas criamos afinidade e dedicamos-lhes músicas”, entrevistado 5). Os laços parecem tão evidentes para quem participa, que o entrevistado 6 afirma “É tudo uma questão de amizade, amizade vai puxando amizade e a gente vai participando”. O entrevistado 2 chega mesmo a referir-se à comunidade participante como uma família “acho que se torna uma família, com o dia-a-dia e é engraçado”. Para complementar a ideia da existência de uma comunidade, é de destacar a relação com o locutor e a importância que este tem na escuta e participação no programa. Caracterizado como comunicativo, trabalhador, prestável, simpático, alegre, brincalhão e de voz cativante, a surpresa surge quando o caracterizam como amigo e o consideram da família (“como se fosse família”, entrevistado 2).

A afinidade com o locutor é tão grande, que caso o programa restringisse a conversa em directo, ao pedido da música e respectiva dedicatória, a maior parte dos participantes entrevistados, revela que continuaria a ouvir o programa, colocando apenas uma condição, a de este continuar a ser conduzido por Frank d’Amori. (“Ouvia, porque gosto do trabalho do locutor”, entrevistado 3; “desde que Frank continuasse a apresentá-lo”, entrevistado 5; “Ouvia, ele é uma pessoa muito comunicativa, que nos transmite energia, às vezes aquelas brincadeiras, mesmo não participando farto-me de rir”, entrevistado 9). As pessoas que deram estas respostas, são pessoas cujas motivações para a audição do programa também se relacionam com a afinidade que têm com o locutor. Enquanto, os participantes que têm como motivações de escuta, a interação que o programa permite, afirmam que continuariam a

ouvir o programa, sem, contudo, ter a mesma satisfação (“mas não era a mesma coisa, porque assim é diferentes dos outros programas de rádio, o facto do ouvinte poder falar com o locutor”, entrevistado 1 “Ouvia, mas não ficava tão satisfeito, a piada está em ouvir o que as pessoas têm a dizer”, entrevistado 10).

Relacionando a perspectiva que os entrevistados têm das restantes pessoas que ouvem o programa, com as motivações dos primeiros para ouvir e participar no programa, verifica-se que eles têm tendência a caracterizar essas pessoas, recorrendo às suas próprias motivações. Por exemplo, o entrevistado 5 é motivado pela companhia que o programa lhe faz e pelo ânimo que lhe dá, e descreve o perfil das pessoas que ouvem o programa, como indivíduos que precisam de se animar. Já o entrevistado 1 é motivado pela evasão do quotidiano que o programa lhe permite e por isso descreve os restantes ouvintes como pessoas que ouvem o programa para esquecer o dia-a-dia.

O mesmo se passa com a perspectiva que os entrevistados têm sobre a existência e os objectivos do programa. Estes tendem, igualmente, a descrever os motivos da existência do programa, tendo em conta as suas motivações. O entrevistado 10 afirma que o programa existe para “nos dar tempo de antena, para ouvirmos músicas que queríamos e também por companhia, nota-se que há pessoa que ligam, só para terem alguém com quem falar”, descrição semelhante às motivações que diz ter para escutar e participar no programa “Para pedir músicas de que gosto e que nem sempre passam na rádio”; “É divertido e gosto de ouvir o que os outros têm a dizer”; “e porque gosto de dar a minha opinião”; “Trocar ideias, deixar as minhas e as outras pessoas darem as delas.

Relativamente às motivações que os indivíduos apresentam optámos por classificá-las em três tipos: motivações utilitárias, que nos indicam a principal finalidade prática e imediata da escuta e participação dos ouvintes; motivações relacionais/internacionais, marcas que nos dão a noção da possível existência de uma comunidade; e motivações discursivas/expressivas, que se prendem com a necessidade, que os participantes têm de falarem ou de se fazerem ouvir. É possível verificar que os entrevistados, apontam e partilham motivações utilitárias. Escutar o programa para ouvir e pedir músicas, são as motivações deste tipo mais apontadas, e também as mais partilhadas. Contudo, existem outros exemplos deste tipo de motivações, nas respostas dos indivíduos, evasão do quotidiano, dedicar músicas, ouvir para se sentir acompanhado, ouvir para se distrair, ou para se animar. O facto das motivações utilitárias serem partilhadas pelos ouvintes participantes, poderá indicar que o programa está vocacionado para satisfazer um determinado tipo de necessidades. Na entrevista com o locutor do programa em questão, este revelou que os objectivos do programa eram permitir aos ouvintes, ouvirem música, principalmente a que gostam, fazer companhia a quem o ouve e permitir a que esta pessoa converse em directo, quebrando a sua rotina diária. Assim, e tendo em conta, pelas respostas obtidas, que é isso que os ouvintes procuram, conclui-se que estes devem conseguir satisfazer as suas necessidades utilitárias, quando ouvem o programa. Ao nível das motivações relacionais/interacionais, os entrevistados afirmam ouvir e participar no programa por este permitir a interacção entre ouvinte locutor, mas também pelo facto de

poderem dedicar músicas a outras pessoas. Nas respostas dadas encontram-se sinais evidentes da existência de uma comunidade, que é exactamente, alimentada por estas motivações. Em expressões - “para dedicar a quem ouve” (entrevistado 3); “às vezes há outras pessoas que não conhecemos mas criamos afinidade e dedicamos-lhes músicas” (entrevistado 5); “porque quase toda a gente me conhece e há pessoas que dedicam para mim e eu dedico para a minha equipa, ou dedico para quem eu gosto” (entrevistado 7) - compreende-se a ligação que os ouvintes vão desenvolvendo com outros ouvintes, e tal como é referido numa das citações, mesmo sem se conhecerem. É como se aquela relação vivesse apenas durante aquelas horas de emissão, nas ondas da rádio. Algumas pessoas levam tão a sério esta ligação entre ouvintes que caracterizam os restantes participantes e ouvintes como família (“acho que se torna uma família, com o dia-a-dia”, entrevistado 2) ou como amigos (“É tudo uma questão de amizade, amizade vai puxando amizade e a gente vai participando”, entrevistado 6). É possível dizer que nesta comunidade há dois tipos de interactividade, a que existe entre ouvintes e participantes, e que existe entre ouvinte e o locutor, visto que alguns entrevistados alegam participar no programa precisamente, por esta interacção (“Porque gosto do programa e há essa afinidade entre o ouvinte e quem faz a rádio, isso motiva-me, realmente a entrar no programa”, entrevistado 1; “Falar um bocado com o Frank, gosto de falar com ele”, entrevistado 2).

Apesar de terem motivações de ordem relacional e interactiva, não são muitos os ouvintes que também relevam motivações discursivas/expressivas. Aliás, são apenas dois os ouvintes que afirmam ter este tipo de motivação. (“Gosto de participar nesse tipo de eventos. Eu gosto muito, tanto de ouvir, como de participar. Gosto de comunicar, gosto de falar e gosto de ouvir músicas. Porque gosto de conviver e de falar”, entrevistado 9; “E porque gosto de dar a minha opinião”, entrevistado 10). Além disso, os restantes revelam não gostar muito de falar, mas sim, gostar mais de ouvir os outros a falar e por isso, na maioria das vezes só pedem a música e fazem a dedicatória, não prolongando muito a conversa em directo. É possível ver em outros locais da grelha, que os ouvintes acabam por falar em directo, contudo, pouco, identificam esse acto, como uma motivação para ouvir ou participar no programa. E de facto, quando questionados sobre a continuação da sua participação, caso fosse retirado a possibilidade de conversar em directo, como vimos acima, a maioria referiu que continuaria a acompanhar o programa, demonstrando que, apesar, da motivação pela interacção, não se sentem tão motivados para conversar.

Capítulo 5 - Discussão e resultados

A teoria dos usos e gratificações, constituinte base desta investigação, caracteriza-se por conceber os indivíduos que usam os meios de comunicação de massas, como sujeitos activos e racionais, capazes de escolher o conteúdo ao qual se expõe, tentando que este corresponda à satisfação das necessidades que sentem. Desta forma, e após análise dos dados recolhidos, podemos verificar, que se passa isso mesmo com as pessoas que ouvem o Programa do Frank. As pessoas ouvem-no porque o escolheram, e têm consciência das razões pelas quais o ouvem. No momento em que são questionadas sobre o porquê de ouvir ou o porquê de participar, sabem responder de imediato. O que nos leva a concluir que elas escolheram esse preciso programa para ouvir, porque este satisfaz de facto as necessidades que elas têm.

A motivação que têm para ouvirem este programa, é exactamente, por terem necessidades, que este é capaz de satisfazer. Recordemos que Elihu Katz distingue vários tipos de necessidade, que os indivíduos pretendem ver satisfeitas, quando se expõem a um conteúdo mediático. De entre elas destacam-se a necessidade de interacção social, a necessidade de interacção pessoal, e a necessidade de escape, uma vez, que são as únicas que os indivíduos auscultados referem. Denis Mcquail criou igualmente uma lista, mas, de motivações, que correspondem às necessidades de Katz. Não podemos esquecer que as motivações dependem de vários factores. Os dados recolhidos mostram isso mesmo, as pessoas que ouvem o programa sozinhas, estejam elas no carro ou em casa, têm motivações como falar com o locutor, ouvir musica, dedicar musicas (mesmo a quem não conhecem), para terem companhia ou para se animarem. Motivações que se prendem, com a satisfação de necessidades de interacção social e pessoal, uma vez que passam o dia todo, sem terem com quem falar. Enquanto isso, os indivíduos, que fazem a escuta do programa acompanhados, geralmente pelos colegas de trabalho, referem ter motivações como, a distração e a quebra da rotina, mostrando que as suas necessidades se prendem com o escape do quotidiano. Uma vez, que em termos sociais e pessoais estão satisfeitos. Contudo, o escape do quotidiano, também é válido para os que procuram satisfazer as suas necessidades interaccionais, pois deixar de estar sozinho, para ter a companhia da rádio, ou ligar para o programa para falar com o locutor, também é um escape da realidade, naquele momento, é como se deixassem de estar sozinhos. O mesmo se passa quando ouvem os restantes participantes a falar deles próprios, acabam por entrar na vida do outro e abstrair-se da sua, tal como alguns entrevistados referem.

Quando os sujeitos entrevistados evocam motivações utilitárias para ouvir o programa, como ouvir musica, distraírem-se, quebrar a rotina, diversão e companhia, eles exactamente demonstram que querem satisfazer as suas necessidades de escape, de evasão do quotidiano. Este torna-se mais divertido com as músicas, ou mais participado com a companhia da rádio e com o facto das outras pessoas entrarem no programa, como se elas entrassem na sua vida, e enquanto falam de si, quem ouve esquece o seu quotidiano por um pouco, fixando-se no do

outro. No entanto, é também isto que procuram os indivíduos que têm motivações relacionais/interacções, o escape do quotidiano, mas para eles escapar do quotidiano é interagir socialmente, daí que liguem para o programa para falar com o locutor, ou dediquem músicas, aos restantes ouvintes, mesmo não os conhecendo pessoalmente. Já os que mostram ter motivações discursivas/expressivas, como falar, gostar de comunicar, gostar de dar a sua opinião, e também ouvir as dos outros, mostram ter necessidade de interacção pessoal.

Quando os usos e gratificações foram introduzidos, nos estudos de comunicação, a eficácia dos meios de comunicação de massa passou a estar associada à satisfação das necessidades dos indivíduos, ou seja, um meio de comunicação é tanto mais eficaz, quanto mais satisfação os indivíduos conseguirem com a exposição aos seus conteúdos. Podemos então concluir, que o Programa do Frank é um conteúdo bastante eficaz, as pessoas conseguem satisfazer as necessidades que afirmam ter, mesmo quando têm obstáculos, como a dificuldade de entrar em directo, contudo não desistem. Além disso, é de destacar o tempo que dedicam ao programa, quase todos o ouvem diariamente, e o tempo que o acompanham, a maioria ouve o programa há cinco anos, um indicio de que este deve satisfazer as necessidades sentidas, e consequentemente, uma mostra da eficácia do conteúdo.

A satisfação de ambas as necessidades, interacção social e interacção pessoal, como vimos a cima, leva à construção de uma comunidade. Uma vez expostos ao mesmo canal, conteúdo e assuntos, e apresentando motivações e necessidades semelhantes, os ouvintes participantes formam um agregado. A partilha, porque todos ouvem e a participação, porque todos ligam, são os factores chave para a formação desta comunidade, indo de encontro ao modelo, de James Carey, que confere a comunicação como um ritual. Ao existirem necessidade de interacção seja pessoal ou social, que são satisfeitas com a escuta e participação do programa, leva a que esta comunidade se forme, por partilharem vários factores, e continue a existir no tempo. Enquanto obtiverem satisfação com a audição e participação no programa, as pessoas continuam a ouvir e a comunidade continua a existir. Mas para a manutenção desta comunidade, não basta partilharem necessidades semelhantes, elas têm de compreender o que é partilhado, o que são essas necessidades. De facto compreendem, quando lhes é pedido para dizer o objectivo da existência do programa, ou para traçarem o perfil das pessoas que ouvem o programa, eles vão ter em conta as suas próprias necessidades, como constatamos através da análise de dados, e como são semelhantes, então compreendem-se perfeitamente. Mas há alguns que conseguem ter uma compreensão ainda maior, além de responderem à sua semelhança, invocam necessidades que não têm, mas que sabem que outras pessoas podem ter, por exemplo, há pessoas que ouvem o programa só para ouvirem músicas, mas acham que os restantes indivíduos o ouvem por isso, mas também para combater a solidão. A compreensão é perceptível, também, na discussão de assuntos, os indivíduos revelam gostar de ouvir os restantes ouvintes a falar, sobretudo quando se identificam com o que eles dizem, pois assim compreendem melhor o outro, e o outro a eles. Se fizermos a correspondência entre os pontos que definem uma comunidade, segundo Carey, e as características desta comunidade, veremos que esta encaixa no molde do autor.

Necessária a esta compreensão e por sua vez, à manutenção da comunidade, é o desempenho que o locutor deve ter, para garantir a satisfação desta. Problema, que no caso do Programa do Frank, não se coloca, quase todos os indivíduos afirmam ouvir o programa, também, pelo trabalho do locutor, ou para poderem falar com ele. Há, inclusive, indivíduos que começaram a ouvir o programa, apenas, quando o locutor actual o foi apresentar. O desempenho dele será tão eficaz e permitirá tanta satisfação, que alguns entrevistados o descrevem como amigo ou família, mostrando assim, que ele não só é importante para manter a comunidade, como faz parte da própria comunidade.

Fazer parte desta comunidade conduz a mais satisfação, uma vez que permite uma maior integração social e um aumento nos relacionamentos sociais. Como comprovam os dados recolhidos, de facto, os indivíduos utilizam os temas debatidos no programa para conversas no seu dia-a-dia, seja com familiares, amigos ou colegas de trabalho, ao mesmo tempo alguns referem que através do programa já conheceram os indivíduos pessoalmente, o que contribui, não só para o aumento das relações sociais, como para o aumento, reforço e manutenção da comunidade.

Se achávamos que a noção da existência de uma comunidade passa despercebida, estávamos enganados, para alguns é bem real, a provar isso estão alguns entrevistados, quando afirmam que ouvem o programa porque este se tornou numa grande família, ou quando dizem que a amizade, conduz a mais amizade e por isso participam no programa, a fim de fomenta-la ainda mais.

Os vários tipos de satisfação que os indivíduos obtêm com a escuta do programa, e o facto de serem uma comunidade, tornam mais fácil a caracterização do tipo de audiência, que o Programa do Frank pode ter.

Acima de tudo, esta é uma audiência participante, porque há partilha, tanto das músicas, como dos assuntos falados, como há participação, com os pedidos de músicas e igualmente com os temas falados. Além disso, o locutor interage bastante com os ouvintes, factor que também caracteriza este tipo de audiência.

Contudo, a audiência deste programa encaixa ainda em outros tipos de audiência, como a audiência com origem na sociedade, uma vez que procura um conteúdo específico, e este satisfaz as suas necessidades.

Por último, é preciso clarificar, que a satisfação das necessidades da audiência não seria possível, se a interacção que existe entre ouvintes e locutor, não fosse mediada. Apesar da separação no espaço, locutor e ouvintes podem estar em simultâneo no tempo, o que permite essa comunicação dialógica, que cativa os ouvintes há tantos anos.

Conclusão

Apesar do aparecimento da televisão, a rádio não perdeu as suas funções de lazer ou de fazer companhia. No trabalho, em casa ou no carro, continua a ser um meio preferido independentemente do ouvinte estar só ou acompanhado. A televisão permite igualmente a possibilidade da audiência interagir em directo com o meio. Contudo, os indivíduos preferem a rádio, ou pelo menos os ouvintes que participam nos discos pedidos, preferem este meio sem imagem, que se distingue pela sua envolvimento e linguagem simples, para satisfazerem as suas necessidades. Independentemente do tipo de motivações, sejam utilitárias, expressivas ou relacionais, os participantes dos discos pedidos, escolhem este tipo de programas para satisfazerem as suas necessidades, sejam elas ouvir música, sentirem-se acompanhados, dedicar músicas ou poder se expressar, e sentem-se de facto satisfeitos, tão satisfeitos que fazem da participação no programa, uma rotina ou um vício. Mesmo os que podiam satisfazer as suas necessidades por outra via, não o fazem, recorrem continuamente ao programa para se sentirem satisfeitos.

Devido à relação que o locutor mantém com os ouvintes, podemos designar a audiência deste programa como uma audiência participante. Como podemos constatar, a comunicação processa-se em dois sentidos, do emissor para o receptor e vice-versa, ambos os lados são emissores e receptores à vez. Neste caso concreto o locutor tanto o locutor é emissor, como os ouvintes se tornam emissores quando participam.

É esta possibilidade de interacção que ao aproximar os ouvintes entre si, e estes do locutor, que faz com esta audiência seja ao mesmo tempo uma comunidade. Uma comunidade que se une, não só por ouvir o mesmo programa, mas sobretudo por o ouvir pelos mesmos motivos, ou seja, satisfazer as suas necessidades. Mas, apesar, de nem todos participarem, pelo mesmo tipo de motivação, é comum encontrar indivíduos que ouvem o programa com o objectivo de satisfazer exactamente as mesmas necessidades. Afinal, uma comunidade é isso mesmo, a compreensão e a partilha de emoções em comum. É neste aspecto, que este tipo de audiência difere da audiência de massas. Um aglomerado grande e disperso, de composição inconstante e sem identidade própria, uma vez que os seus membros não se conhecem.

Concluimos que além de serem uma audiência participante, dadas a características do programa, os ouvintes constituem uma comunidade. Mas uma surgiu primeiro. É possível afirmar que primeiro constitui-se a audiência, isto, porque, alguns dos ouvintes referem ter ganho afinidade com outros ouvintes e com o próprio locutor só depois da participação no programa. Contudo, existem também ouvintes que já conheciam outros ouvintes mesmo antes de qualquer um deles participar no programa, evidenciando que a comunidade já podia existir. Mas, a relação com o locutor, só se torna possível após a participação no programa. Além disso, os ouvintes, na maior parte das vezes só interagem entre si, por partilharem as mesmas motivações e necessidades, é para satisfazê-las que ouvem o programa, portanto podemos afirmar que primeiro se constituiu a audiência, com a escuta do programa e só depois a comunidade, com a partilha de aspectos comuns.

Dizer que uma audiência conduz à formação de uma comunidade, é contrariar, a ideia, defendida por Mcquail, de que a audiência como colectividade social está a desaparecer, como se comprova com esta investigação, a audiência não se forma só por ouvir o mesmo programa, mas também, tal como já foi referido, por partilhar os mesmos objectivos da escuta do programa, as mesmas motivações para o ouvir, e por este permitir o desenvolvimento de uma relação entre eles, que conduz à formação de uma comunidade. Assim, actualmente é possível existirem audiências que também são colectividades sociais.

É por esta capacidade de formar uma comunidade, e recordemos que e pela capacidade de satisfazer as necessidades de quem participa que os discos pedidos permanecem na programação radiofónica, desde que surgiram até à actualidade.

Bibliografia

- AMARAL, Catarina. *Características da rádio*. Acedido a 28 de Março de 2011 em <http://www.ipv.pt/forumedia/4/16.htm>
- Bonixe, Luís. (2011). *Legalização, concentração e multimédia: Os desafios das rádios locais portuguesas*.
Edição Julho 2010. Acedido a 22 de Dezembro de 2010 em <http://radioleituras.wordpress.com/>.
- CARVALHO, Tatiane. *Gratificação do programa Em Frente*. Acedido a 20 de Outubro de 2010 em http://www2.metodista.br/unesco/1_Celacom%202010/arquivos/Trabalhos/104-A%20gratifica%C3%A7%C3%A3o%20do%20programa_TatianeE.pdf
- CAREY, James (1992) *Communication as Culture: Essays on media and society*. Nova Iorque: Routledge.
- CRISTO, Dina (2001). A rádio ao tempo de Salazar e Caetano - censura, propaganda e resistência. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4). Lisboa: Obercom - Observatório da Comunicação.
- LASSWELL, Harold D. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade* (p12).
- MCLUHAN, Marshall (1964). *Os meios de comunicação como extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix.
- MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas* (Jesus, Carlos Trad.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, Serviço de Educação e Bolsas.
- PÉREZ, Arturo Merayo (1992). In RIBEIRO, Fábio Fonseca (2008). *A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar* (p.33). Universidade do Minho.
- RIBEIRO, Fábio Fonseca (2008). *A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar*. Universidade do Minho.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1985). *Campo dos media: discursividade, narratividade, comunicação e linguagens*. Lisboa: Vega.
- RODRIGUES, Rosa. *Características do rádio*. In Jornalista e radialista Rosa Rodrigues. Acedido a 28 de Março de 2011 em <http://rosarodriguesjornalistaeradialista.blogspot.com/2009/01/caractersticas-do-rdio.html>
- SANTOS, Rogério (2005). *As Vozes da rádio 1924-1939*. Caminho.

SANTOS, Rogério (2005). *Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade* (Vol.7). In Comunicação e Sociedade.

SEREJO, Fernando (2001). Rádio - do marcelismo aos nossos dias (1968-1990). In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

SERRA, J. Paulo (2007). *Manual de teoria de Comunicação*. Covilhã: Livros Labcom.

SILVA, Virgílio, Luís (2001). A rádio nos anos 50. In Francisco Cádima Coord. *Para a história da rádio em Portugal* (ed.4). Lisboa- Obercom - Observatório da Comunicação.

SUBTIL, Filipa (2006). James W. Carey: Uma voz que clamou por mais e melhor democracia. In *Obituários*. Media & Jornalismo. Acedido a 24 de Março de 2011 em

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/view/6225/5642>

THOMPSON, Jonh B. A nova Visibilidade (Limberto, Andrea Trad.). *MATRIZES* (Abril 2008).

Acedido a 18 de Março de 2011 em

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/view/5230/5253>

Anexos

Guião da entrevista aos participantes

Dados sócio gráficos:

Sexo

Idade

Profissão

- Ouve rádio com frequência?
- Que estações costuma ouvir?
- Que programas costuma ouvir?
- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?
- Há quanto tempo ouve o programa?
- Porque ouve o programa?
- Com que frequência o ouve?
- Onde costuma ouvi-lo?
- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?
- Quantas vezes já participou?
- É fácil ou difícil conseguir participar?
- Porque participa no programa?
- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?
- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?
- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?
- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?
- Tem outras formas de aceder à música?
- Passa o seu tipo de música?
- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?
- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?
- Qual a necessidade de participar no programa?
- O que sente quando participa?
- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?
- Como definiria o locutor?
- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?
- Fala do programa com alguém?
- Já recomendou o programa a alguém?
- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?
- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?
- Já conhecia?
- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Guião da entrevista ao locutor do Programa do Frank:

- Porque existe o programa?
- Ligam muitos ouvintes?
- Acha que a pessoas ligam porquê?
- Qual a sua relação com os ouvintes?

Tabelas de análise

Tabela 1.1 - Análise das entrevistas

Entrevistado	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5
Categorias de análise					
Sexo	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Feminino
Idade	59	50	33	52	35
Profissão	Empresário agrícola	Dona de um café	Ladrilhador	Esteticista	Doméstica
Frequência da escuta de rádio	“quase todos os dias, principalmente quando conduz”	“normalmente, de noite”	“diariamente”	“todos os dias”	“Alguma, mas não todos os dias”
Tipo de programas ouvidos	“É indiferente”	“Discos pedidos de várias estações”	“Todos”	“Vários”	“O Programa do Frank, o Programa do Louro, assim programas, que dão energia”
Tempo de acompanhamento do programa	“Há bastante tempo, mas não sei precisar bem, talvez desde que o Frank começou a apresentá-lo”	“Desde que o Frank foi apresenta-lo”	“Há mais ou menos dois anos”	“Desde que o Frank o apresenta”	“À bastante tempo, mas não me lembro bem de quando comecei a ouvir”
Frequência com que ouve o programa	“Quase todos os dias”	“Todos os dias”	“Quase todos os dias”	“Todos os dias”	“Três vezes por semana”
Local de escuta	“No café da Dona Eva”	“No meu local de trabalho”	“No carro e no trabalho quando é possível”	“Em casa”	“Em casa”
Escuta acompanhada/isolada	“Costumo estar acompanhado por ela e pelos outros clientes que lá estiverem”	“Acompanhada pelos clientes”	“Acompanhado pelos meus colegas de trabalho”	“Sozinha”	“Estou sozinha”
Número/frequência de participação	“Não me recordo. Mas sempre que posso”	“Bastantes”	“Muitas vezes, mas não sei ao certo”	“Muitas vezes, participo pelo menos uma ou duas vezes por semana”	“Bastantes, participo todas as semanas”
Dificuldade/facilidade em participar	“É difícil, às vezes estou a tentar desde o início e só consigo no fim”	“É difícil, às vezes estou a tentar o programa todo e não consigo”	“É difícil, temos de tentar várias vezes”	“É difícil, temos de estar muito tempo a tentar”	“É muito difícil, já tenho o número gravado para ser só carregar no botão, mas nem assim”

Assuntos falados em directo e sua importância	“Fala-se de tudo, da vida, das pessoas, da música. Alguns são mais interessantes do que outros, como aqueles que me sinto mais tocado”. / “sim são, porque eu gosto muito de conversar” / “De música, principalmente, não gosto muito de falar da minha vida”	“Fala-se de tudo. Alguns assuntos mais sérios interessam, outros mais a brincar não interessam muito” / “Falo muito pouco, faço só a dedicatória”	“De muitos. Alguns são importantes porque são assuntos do dia-a-dia, outros são mais na brincadeira”. / “sobretudo com os colegas de trabalho, estamos o dia inteiro juntos”. / “Não falo de nenhum assunto especial, ligo pela brincadeira”	“Fala-se de tudo. Sim as pessoas falam de si e interessa-nos porque às vezes vivemos coisas parecidas.” / são assuntos do dia-a-dia, vou comentando com varias pessoas. / Não falo muito, gosto mais de ouvir, do que falar, respondo às perguntas do Frank e faço a dedicatória”	“As pessoas falam de si. Alguns assuntos são importantes, e ajudam as outras pessoas que possam ter uma vida parecida.” / “acho que todos falamos deves assuntos assim mais do dia-a-dia” / “Falo também do meu dia-a-dia”
Outras formas de aceder a música	“tenho um leitor de CDs e um gira-discos”	“O telemóvel”	“tenho o telemóvel”	“tenho um leitor de cds em casa e uma grande discografia”	“Tenho o computador, e um leitor de cds e também o telemóvel”
Relevância, de poder conversar em directo, para escuta do programa	“ouvira, mas não era a mesma coisa, porque assim é diferentes dos outros programas de rádio, o facto do ouvinte poder falar com o locutor”	“Sim ouvira, porque eu gosto é de pedir a música e de ouvir o que pedi, e também o ouço para acompanhar o Frank”	“Sim ouvira, porque gosto do trabalho do locutor”	“Desde que desse para dedicar na mesma, sim”	“desde que Frank continuasse a apresenta-lo”
Sentimento aquando da participação do programa	“Fico feliz”	“Fico contente”	“Fico sempre a tentar ver se calha a mim”	“Sinto-me bem comigo própria”	“Às vezes riu-me sozinha. Ficou com mais “pica” para fazer as coisas. Porque as “palhaçadas” do Frank, os outros ouvintes são engraçados. É uma companhia.”
Caracterização do locutor	“Amigo. Transmite ao ouvinte a sensação de alegria, do esquecimento dos problemas diários.”	“Como se fosse família”	“Sempre à vontade com ele”	“Amigo e comunicativo.”	“acho a voz dele cativante, o facto de ser brasileira tem carisma”

Perspectiva sobre a existência do programa	“Há uma camada de pessoas que é para ouvir, outras é uma forma de esquecer o dia-a-dia.”	“Fazer companhia”	“Para divertir as pessoas e elas pedirem músicas”	“Apesar de ter uma discografia grande em casa, peço músicas que tenho, porque gosto de repartir o meu gosto com outras pessoas.”	“Para dar um pouco mais de valor à música portuguesa, a 102 dá-lhe muito destaque e para haver também intercâmbio entre a rádio e o ouvinte.”
Utilização do programa para estreitar as relações sociais	“Falo só com uma pessoa ou duas. Normalmente não divulgo muito. eu gosto muito da rádio, de falar na rádio, mas não gosto que o meu nome ande espalhado”. / “já recomendei a várias pessoas”. / “conheço pelo menos mais duas pessoas” / “ já conhecia”	“Falo com muita gente sobre o programa”. / Troco mensagens com pessoas que conheço e que também participam”. / “conheço algumas”. / “Umas sim, outras foi através do programa”	“Falo com os meus colegas”. / “já recomendei”. / “não conheço muitas” / Já conhecia, foram eles que me disseram para ouvir”	“Não tenho muito hábito de falar do programa, só dos assuntos que se fala nele”/ “já recomendei às minhas migas às amigas”/ “Só o meu marido” / “já conhecia”	“Sim, falo mas só aqui por casa” / “Talvez, não me lembro em concreto se recomendei, mas acho que sim.”/ “Sim, conheço” / “Já conhecia.”
Descrição do perfil de pessoas que ouvem o programa	“umas ouvem para esquecer o dia-a-dia, outras para conversar um bocadinho”	“Pessoas que gostam de ouvir música e de fazer dedicatórias”	“Pessoas que se queiram distrair”	“Pessoa que precisam de companhia e que gostam de dedicar músicas a outras pessoas”	“Pessoas que precisam de se animar.”

Entrevistado	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10
Categorias de análise					
Sexo	Masculino	Masculino	Masculino	Feminino	Masculino
Idade	43	40	27	45	50
Profissão	Motorista	Técnico e formador de prevenção e segurança	Trabalhador agrícola	Cozinheiro	Empregado de balcão
Frequência na escuta de rádio	“Todos os dias”	“todos os dias”	“todos os dias”	“Todos os dias”	“Todos os dias”
Tipo de programas	“Gosto de	“102 FM - discos	“Todos da 102fm	“Todos da 102	“O do Frank”

ouvidos	todos, mas não perco as noticia”	pedidos; m80 - top mais”	e manhas da comercial”	FM”	
Tempo de acompanhamento do programa	“Há três anos”	“Há vários anos”	“Desde que o Frank foi para lá”	“há dois anos”	“Há um ano”
Frequência com que ouve o programa	“Todos os dias”	“Quase diariamente. Nem que seja um quarto de hora, vinte minutos, enquanto me estou a deslocar de um cliente para o outro.”	“Todos os dias”	“Todos os dias”	“Quase todos os dias”
Local de escuta	“No carro (trabalho).”	“No carro”	“No trabalho, principalmente”	“Carro, trabalho”	“No trabalho”
Escuta acompanhada/isolada	“Na maioria das vezes estou sozinho”	“Só ou com um dos meus funcionários”	“Acompanhado” (colegas)	“No caso, geralmente, estou só. No trabalho é com as colegas todas da equipa da cozinha”	“Sozinho”
Numero/frequência de participação	“Muitas vezes, não me lembro quantas, mas todas as semanas participo mais do que uma vez.”	“Não sei, participo uma vez por semana”	“Muitas vezes. Participo sempre que posso.”	“Já não tenho conta, geralmente é quase todos os dias”	“Algumas vezes, já perdi a conta”
Dificuldade/facilidade em participar	“É difícil, tento muitas vezes ate conseguir.”	“É difícil porque existe muita gente em linha e a única maneira que há é mesmo é termos já o número de telefone inserido no telemóvel e estar à espera da palavrinha chave, para conseguirmos fazer a chamada”	“Não, é fácil”	“É um bocadinho difícil, porque quando vamos para ligar já está tudo ocupado”	“É um bocado difícil, por vezes temos de esperar muito tempo até estarmos em linha”
Assuntos falados em directo e sua importância	“Tudo, fala-se de tudo. Alguns são interessantes, agora tem-se falado muito da crise e o que fazer para resolver, damos força uns aos outros.”/ “são assuntos de que se fala no dia-a-	“De todos (...) Eu lembro-me por exemplo quando saiu a norma 44/13, que é uma norma de segurança, em que havia varias empresas a fazer mesmo trabalho que nós fazemos, a um preço muito mais reduzido,	“sociedade e família. Sim são importantes, porque desabafamos” / “Não tanto” / Falo do dia-a-dia”	“É depende porque eles têm uma base de assunto todos os dias, e depois fazem-nos perguntas sobre aquele tema e depois nos respondemos, consoante for o tema. Há sempre a favor e	“Assuntos da actualidade ou os grande temas de sempre. Sim são a actualidade é o que se passa é muito importante os grande assuntos se ainda são

	<p>dia, daí também a sua importância”/ “Costumo falar do meu trabalho e brinco um bocadinho com o Frank.”</p>	<p>mas eles não eram certificados pela Bérta, nem pela qualidade. Eu depois divulguei isso, porque as pessoas estavam a fazer um trabalho, que se levassem com uma fiscalização, automaticamente era dado como nulo, porque aquele trabalho não estava a cumprir.” / “eu explico sempre aos meus clientes” / “Depende, se for, por exemplo, o tema a seita tem um radar é se calhar para dar a dica a alguns senhores que pensam que por terem uma farda, que são reis do planeta, e que por vestirem uma farda têm direito a tudo e os outros não têm direito a nada. Se for uma música romântica, se calhar indirectamente para dedicar a alguém.”</p>		<p>contras, mas geralmente, é sempre temas interessantes.” / “Costumo, há dias que estou em casa, debate-se e depois chego ao trabalho “ontem o Frank foi este tema assim-assim, outro tema”. “Geralmente falo dos colegas, ou do dia-a-dia ou do meu actual companheiro, porque ele esta sempre a perguntar sobre ele.”</p>	<p>debatidos é porque ainda não foram resolvidos.” / “falo deles com várias pessoas” / “Das musicas ou dos cantores ou de algum tema actual, não falo da minha vida”</p>
<p>Outras formas de aceder a música</p>	<p>“o leitor de cds do carro”</p>	<p>“Internet youtube, alguns cedezinhos”</p>	<p>“Tenho um radiozinho”</p>	<p>“Internet, mas gosto mais de rádio, faz-me uma certa companhia”</p>	<p>“internet e cds e vinis”</p>
<p>Relevância, de poder conversar em directo, para a escuta do programa</p>	<p>“Sim ouvia, porque dava para pedir as músicas, mas perdia um pouco o interesse”</p>	<p>“Ouvia, mas se calhar não seria a mesma coisa, porque é sempre o contacto; é sempre a maneira de falar, é o locutor, diz uma do lado de lá, nós respondemos com uma do lado de cá e acho que ai acaba por ser o</p>	<p>“Ouvia, gosto de ouvir o locutor”</p>	<p>“Ouvia, ele é uma pessoa muito comunicativa, que nos transmite energia, às vezes aquelas brincadeiras, mesmo não participando farto-me de rir”</p>	<p>“Ouvia, mas não ficava tão satisfeito, a piada está em ouvir o que as pessoas têm a dizer”</p>

		diálogo e a boa ética, do que deve ser feito.”			
Sentimento aquando da participação do programa	“Às vezes a gente esquece certos problemas e uma pessoa fica contente, sempre desanuvia um bocadinho as ideias”	“Sinto que faço parte daquela equipa, não como trabalhador, mas como um bom ouvinte, como uma pessoa que dá garra a quem lá está”	“Sinto piada”	“Às vezes sinto uma conquista. Estou tempos sem conseguir, agora consegui, é uma certa conquista.”	“Sinto que dou o meu contributo enquanto cidadão.”
Caracterização do locutor	“amigo”	“Muito trabalhador, muito prestável, é uma pessoa que pode não saber do significado em português, porque ele é brasileiro, mas tenta compreender, tenta ser acessível, pergunta à pessoa o que é que aquilo quer dizer, transmite-lhe o que aquilo quer dizer na terra dele, ou seja, o Frank acaba por estar a aprender a nossa língua, mas ao mesmo tempo também nos dedica e nos diz o que as coisas querem dizer no país dele, ou seja, acaba por ser um intercambio de línguas”	“Simpático, uma pessoa de confiança, brincalhão e alegre”	“É um espectáculo. Tanto a nível profissional e ou estou muito enganada ou ele é muito humano, uma pessoa compreensiva”	“É simpático e puxa pelas pessoas”
Perspectiva sobre a existência do programa	“Eu oiço outras rádios e acho que serve para muitas coisas, há pessoas que se sentem só, durante a noite, não têm com quem falar. Às vezes para certas pessoas é um desanúvio a pessoa falar um bocadinho com	“serve para os ouvintes ouvirem o tipo de som que eles gostam”	“Para chamar a atenção das pessoas da cidade e para as pessoas ouvir com mais frequência e ouvirem as músicas.”	“Para desanuviar um bocadinho o stress da vida, uma pessoa já anda tão stressada, tão em baixo, que estes programas fazem mesmo falta para nos animar.”	“Para nos dar tempo de antena, para ouvirmos músicas que queremos e também por companhia, nota-se que há pessoa que ligam, só para terem alguém com quem falar”

	o locutor e é uma companhia que tem ali durante a noite e às vezes durante o dia”				
Utilização do programa para estreitar as relações sociais	“falo, as pessoas aqui na zona conhecem-me muito, às vezes estão a ouvir também e depois estão me logo a chatear a cabeça a dizer que me ouviram”/ “já recomendei e como ouvem participar, depois também querem participar” / “conheço algumas” / Umas sim outras conheci através do programa, e outras ganhei afinidade, mas nem conheço pessoalmente.”	“tenho montes de clientes que às vezes dizem “ouvi-te na rádio” ou amigos” / “recomendo sempre 102 FM, alias quando estamos a fazer projectos de segurança novos ou estabelecimentos que vão abrir, eu encaminho logo os meus clientes para a 102 FM, para fazerem publicidade”/ “utilizo muito o Facebook e falo lá do programa”/ “Conheço.”/ “Algumas já as conhecia e outras são clientes que nos contactam para nós irmos lá fazer o serviço e reconhecem-me.”	“Falo do programa com muita gente” / “recomendo principalmente às minhas colegas de trabalho, ouvem todas” / “O Facebook” / “Conheço muita gente, mesmo” / “Umas já conhecias, outras conheci por intermédio do programa”	“Falo com as colegas e com meu companheiro que já o incumbi de ouvir.” / “Sim, completamente, colegas, as pessoas que não ouviam e que perguntavam qual era a rádio, é a tal vai ouvir e elas já ligam, já ouvem.” / “No Facebook mas pouco.” / “Conheci, quando ela disse que tinha a oficina e percebi que era um dos patrocinadores do programa.” / “Conheço a proprietária da auto mecânica. Nos já dedicamos umas às outras, mas sem nos conhecermos”	“Com algumas pessoas que ouvem, ou quando se fala de um assunto interessante” / “recomendo sobretudo a pessoas que estão sozinhas ou que gostam de falar” / “Conheço um ou dois.” / “Sim, já conhecia”
Descrição do perfil de pessoas que ouvem o programa	“Pessoas que ouvem por companhia, outras para se divertir e outras para pedir musicas”	“Eu acho que toda a gente que esteja a trabalhar. Há aquilo tipo de pessoa que é mais agarrada, que ouve e gosta. E há aquela pessoa que está a ouvir única e simplesmente para passar o seu dia de trabalho,”	“Todas as pessoas gostam de ouvir música (...). Há muitas pessoas que por estarem solitárias, é uma companhia e ligando para lá e falando com o locutor, é uma companhia para essas pessoas”	“Pessoas que gostam de musica, (...) da musica e temas tão variados que engloba toda a gente. Também por companhia.”	“As pessoas que gostam de musica variada, as que gostam de falar e de dar o seu contributo e as que precisam de companhia”

Tabela 2.1 - Tipos de motivações dos participantes

Motivações	Motivações utilitárias	Motivações relacionais/ internacionais	Motivações discursivas/expressivas
Entrevistado			
Entrevistado 1	<p>“esquecer os meus problemas diários e me faça, quando peço uma música, recuar no tempo”. “porque eu ao pedir determinado tipo de música, estou a contribuir também para que outras pessoas, possam ouvir e possam gostar do tipo de música que eu gosto”</p>	<p>“Porque há uma interactividade muito grande entre o ouvinte e a pessoa que faz o programa. O que para mim é extremamente importante (...) esse jogo de interacção entre o ouvinte e o locutor.” / ““Porque gosto do programa e há essa afinidade entre o ouvinte e quem faz a rádio, isso motiva-me, realmente a entrar no programa”</p>	
Entrevistado 2	<p>“Ouvir um cantor e para dedicar” / “estamos a ouvir estamos distraídos. É a companhia no dia-a-dia”</p>	<p>“Porque gosto, já gostava dele dantes e continuo a ouvi-lo. Acho que faz um bom programa”. (refere-se ao locutor) / “Porque também gosto, acho que se torna uma família, com o dia-a-dia e é engraçado”</p>	
Entrevistado 3	<p>“Porque gosto de ouvir músicas, quando me apetece uma em especial peço”. / “Para distrair do dia-a-dia, e por brincadeira” / “Para me divertir porque ouvimos os outros e nós também”</p>	<p>“Porque o Frank é uma pessoa espectacular, gosta de brincar e eu gosto de o ouvir”. / “para dedicar a quem ouve”</p>	
Entrevistado 4	<p>“Como trabalho sozinha em casa, o meu marido anda no trabalho dele e dedica-me muitos discos e eu retribuo.”</p>	<p>“Porque acho o Frank uma pessoa muito simpática, e encoraja as pessoas, quando estão em baixo, ele tem sempre uma palavra amiga,” / “O Frank é uma pessoa muito positiva e ele transmite isso mesmo aos ouvintes”</p>	

Entrevistado 5	<p>“E também por companhia” / “Se estou mais em baixo, que me suba o astral.” / “É cativante, acabamos por querer participar. Às vezes até vem uma música ou outra à cabeça que nos apetecia ouvir” / “Às vezes estou um bocado desanimada e serve de ânimo”</p>	<p>“Porque acho a forma do Frank falar muito simpática” / “às vezes há outras pessoas que não conhecemos mas criamos afinidade e dedicamos-lhes musicas.”</p>	
Entrevistado 6	<p>“É mesmo por causa da música”</p>	<p>“Já conheço o Frank de longa data, já é um amigo de longa data, sempre simpatizei com ele e gosto de ouvir os programas dele” / “É tudo uma questão de amizade, amizade vai puxando amizade e a gente vai participando”</p>	
Entrevistado 7	<p>“Porque passam algumas músicas de que gosto, também tenho hipótese de pedir as que eu gosto e por isso, ouço quando poço” / “Talvez a solidão, porque também quando se vai de carro sozinho e passa-se dez e doze horas dentro de um carro, é como disse acaba por ser o rádio e o cigarro, são duas companhias, que a pessoas tem.” / “É mesmo a companhia e o bem-estar. Muitas vezes estamos a pensar resolver qualquer coisa e depois de uma musicazinha arranjamos sempre uma solução”</p>	<p>“Porque gosto, porque sou do concelho de Peniche e porque quase toda a gente me conhece e há pessoas que dedicam para mim e eu dedico para a minha equipa, ou dedico para quem eu gosto”</p>	

Entrevistado 8	“Gosto de ouvir. É uma coisa que fazia falta aqui na rádio de Peniche, que eram os discos pedidos” / “As músicas que gosto de ouvir, gosto de pedi-las” / “Ouvir a musica que pedi”	“ele é brincalhão e sabe falar com as pessoas” / “Falar um bocado com o Frank, gosto de falar com ele”	
Entrevistado 9	“Porque gosto, transmite uma certa energia boa, é uma boa companhia” / “Um bocadinho mais de ânimo”		“Porque gosto. Gosto de participar nesse tipo de eventos. Eu gosto muito, tanto de ouvir, como de participar. Gosto de comunicar, gosto de falar e gosto de ouvir músicas. Porque gosto de conviver e de falar.”
Entrevistado 10	“Para pedir musicas de que gosto e que nem sempre passam na rádio” / “e também pedir músicas.” / “Ouvir a música que pedi.”		“É divertido e gosto de ouvir o que os outros têm a dizer” / “e porque gosto de dar a minha opinião”. / “Trocar ideias, deixar as minhas e as outras pessoas darem as delas”

Entrevista dos participantes

Entrevistado 1

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 59

Profissão Empresário Agrícola

- **Ouve rádio com frequência?**

Sim, quase todos os dias, principalmente quando conduzo. Normalmente, quando trabalho não, mas quando conduzo, sim.

- **Que estações costuma ouvir?**

Indiferente, tudo depende da situação, do local onde estou. Se estou na zona de Lisboa ouço outra rádio, se estou aqui nesta zona ouço a 102.

- **Que programas costuma ouvir?**

É indiferente.

- **Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?**

Gosto dos de informação, tanto em televisão, como em rádio.

- **Há quanto tempo ouve o programa?**

Há bastante tempo, mas não sei precisar bem, talvez desde que o Frank começou a apresentá-lo.

- **Porque ouve o programa?**

Por dois motivos. Porque há uma interactividade muito grande, entre o ouvinte e a pessoa que faz o programa, o que para mim é extremamente importante em termos de rádio. E Porque a comunicação é extremamente importante, não só porque predispõe a pessoa ao diálogo, a pessoa acaba por entrar no jogo da rádio e penso que é muito importante esse jogo de interacção, entre o ouvinte e o locutor.

- **Com que frequência o ouve?**

Quase todos os dias.

- **Onde costuma ouvi-lo?**

No café da Dona Eva.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Costumo estar acompanhado por ela, e pelos outros clientes que lá estiverem.

- Quantas vezes já participou?

Não me recordo, mas sempre que posso.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É difícil, às vezes estou a tentar desde o início e só consigo no fim.

- Porque participa no programa?

Porque gosto do programa e há essa afinidade entre o ouvinte e quem faz a rádio, isso motiva-me, realmente, a entrar no programa.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Fala-se de tudo, da vida, das pessoas, da música. Alguns são mais interessantes do que outros, como aqueles que me sinto mais tocado.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, sim são, porque eu gosto muito de conversar.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Quando se falou de deixar de fumar, porque sou fumador há muitos anos, e aquilo pôs-me a pensar.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

De música, principalmente, não gosto muito de falar da minha vida.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Dos Pink Floyd.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, tenho um leitor de CDs e um gira-discos.

- Passa o seu tipo de música?

Nem sempre e também por isso é que ligo.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Sim ouvia, mas não era a mesma coisa, porque assim é diferentes dos outros programas de rádio, o facto do ouvinte poder falar com o locutor.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Sempre que posso, lembro-me de entrar, faz parte de uma rotina.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Pela afinidade. Aproveitar e pedir a musica de que gosto. Para dar uma forma de rádio diferente, porque eu ao pedir determinado tipo de música, estou a contribuir também para que outras pessoas, possam ouvir e possam gostar do tipo de música que eu gosto. Além de que gosto do contacto com o locutor.

- O que sente quando participa?

Fico feliz, gosto, senão não participaria.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Me faça esquecer os meus problemas diários e me faça, quando peço uma música, recuar no tempo, por exemplo. Quando peço uma música do meu tempo, eu recuo no tempo. E nessa interacção entre mim e o locutor, eu esqueço o meu dia-a-dia.

- Como definiria o locutor?

Amigo. Transmite ao ouvinte a sensação de alegria, do esquecimento dos problemas diários. Ontem ao falar com ele, fez-me cantar. Isso para mim é extremamente importante, essa ligação que há entre ouvinte e locutor.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Há uma camada de pessoas que é para ouvir, outras é uma forma de esquecer o dia-a-dia. No meu caso uma forma de mudar o meu estilo diário e de falar com alguém, muitas vezes nós conversamos, e de transmitir a alguém aquilo que eu penso.

- Fala do programa com alguém?

Não. Falo só com uma pessoa ou duas. Normalmente não divulgo muito. Eu gosto muito da rádio, de falar na rádio, mas não gosto que o meu nome ande espalhado.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, já recomendei a várias pessoas.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Sim

- **Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?**

Sim, conheço pelo menos mais duas pessoas. São as que me recordo, logo de imediato.

- **Já conhecia?**

Sim, já conhecia, porque uma é a dona do café e o outro é cliente.

- **Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?**

Como eu disse, umas ouvem para esquecer o dia-a-dia, outras para conversar um bocadinho.

Entrevistado 2

Dados sócio gráficos:

Sexo: Feminino

Idade: 50

Profissão: Dona de um café

- **Ouve rádio com frequência?**

Sim, normalmente, de noite.

- **Que estações costuma ouvir?**

Depende.

- **Que programas costuma ouvir?**

Discos pedidos de várias estações.

- **Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?**

De rádio, discos pedidos, de televisão não tenho.

- **Há quanto tempo ouve o programa?**

Desde que o Frank foi apresentá-lo.

- **Porque ouve o programa?**

Porque gosto, já gostava dele dantes e continuo a ouvi-lo. Acho que faz um bom programa.

- **Com que frequência o ouve?**

Todos os dias.

- **Onde costuma ouvi-lo?**

No meu local de trabalho.

- **Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?**

Acompanhada pelos clientes.

- **Quantas vezes já participou?**

Bastantes.

- **É fácil ou difícil conseguir participar?**

É difícil, às vezes estou a tentar o programa todo e não consigo.

- **Porque participa no programa?**

Porque também gosto, acho que se torna uma família, com o dia-a-dia e é engraçado.

- **De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?**

Fala-se de tudo. Alguns assuntos mais sérios interessam, outros mais a brincar, não interessam muito. Mas eu não falo muito.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Às vezes, se interessam sim.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Não.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Falo muito pouco, faço só a dedicatória.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Nenhum, foi só a dedicatória, como já disse.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, o telemóvel.

- Passa o seu tipo de música?

Passa.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Sim ouvia, porque eu gosto é de pedir a música e de ouvir o que pedi, e também o ouço para acompanhar o Frank.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Gosto de ouvir e as vezes participar.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Ouvir um cantor e para dedicar.

- O que sente quando participa?

Fico contente.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Se ouvimos o programa é porque gostamos, estamos a ouvir, estamos distraídos. É a companhia no dia-a-dia.

- Como definiria o locutor?

Como se fosse família.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Fazer companhia.

- Fala do programa com alguém?

Falo com muita gente sobre o programa.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, muita gente.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Sim, troco mensagens com pessoas que conheço e que também participam.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Sim, conheço algumas.

- Já conhecia?

Umás sim, outras foi através do programa.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?
Pessoas que gostam de ouvir musica e de fazer dedicatórias.

Entrevistado 3

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 33

Profissão Ladrilhador

- Ouve rádio com frequência?

Sim, diariamente.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM.

- Que programas costuma ouvir?

Todos.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

De rádio, o programa do Frank, de televisão, gosto de ver as notícias.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Há mais ou menos dois anos.

- Porque ouve o programa?

Porque o Frank é uma pessoa espectacular, gosta de brincar e eu gosto de o ouvir.

- Com que frequência o ouve?

Quase todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

No carro e no trabalho, quando é possível.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Acompanhado pelos meus colegas de trabalho.

- Quantas vezes já participou?

Muitas vezes, mas não sei ao certo.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É difícil, temos de tentar várias vezes.

- Porque participa no programa?

Porque gosto de ouvir músicas, quando me apetece uma em especial, peço.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

De muitos. Alguns são importantes, porque são assuntos do dia-a-dia, outros são mais na brincadeira.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, sobretudo com os colegas de trabalho, estamos o dia inteiro juntos.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Não.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Não falo de nenhum assunto especial, ligo pela brincadeira.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Não, só pedi a música.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, tenho o telemóvel.

- Passa o seu tipo de música?

Passa, e quando não passa peço.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Sim ouvia, porque gosto do trabalho do locutor.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Quanto tenho tempo ouço.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Para distrair do dia-a-dia, e por brincadeira para dedicar a quem ouve.

- O que sente quando participa?

Fico sempre a tentar, ver se calha a mim.

- **Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?**

Para me divertir, porque ouvimos os outros e nós também.

- **Como definiria o locutor?**

Sempre à vontade com ele.

- **Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?**

Para divertir as pessoas e elas pedirem músicas.

- **Fala do programa com alguém?**

Falo com os meus colegas.

- **Já recomendou o programa a alguém?**

Sim, já recomendei.

- **Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?**

Não.

- **Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?**

Sim, mas não conheço muitas.

- **Já conhecia?**

Já conhecia, foram eles que me disseram para ouvir.

- **Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?**

Pessoas que se queiram distrair.

Entrevistado 4

Dados sócio gráficos:

Sexo feminino

Idade 52

Profissão esteticista

- **Ouve rádio com frequência?**

Sim, todos os dias.

- **Que estações costuma ouvir?**

A 102 FM e a Mais Oeste.

- Que programas costuma ouvir?

Vários dessas rádios.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

Não tenho.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Desde que o Frank o apresenta.

- Porque ouve o programa?

Porque acho o Frank uma pessoa muito simpática, e encoraja as pessoas, quando estão em baixo. Ele tem sempre uma palavra amiga, para levantar o astral, como os brasileiros dizem.

- Com que frequência o ouve?

Todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

Em casa (que também é o seu local de trabalho)

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Sozinha ou com os meus clientes.

- Quantas vezes já participou?

Muitas vezes. Participo pelo menos uma ou duas vezes, por semana.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É difícil, temos de estar muito tempo a tentar.

- Porque participa no programa?

Como trabalho sozinha em casa, o meu marido anda no trabalho dele e dedica-me muitos discos e eu retribuo.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Fala-se de tudo. Sim, as pessoas falam de si e interessa-nos, porque às vezes vivemos coisas parecidas.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, são assuntos do dia-a-dia, vou comentando com várias pessoas.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

A solidariedade.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Não falo muito, gosto mais de ouvir, do que falar, respondo às perguntas do Frank e faço a dedicatória.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Não, dediquei uma música ao meu marido.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, tenho um leitor de cds em casa e uma grande discografia.

- Passa o seu tipo de música?

Sim passa.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Desde que desse para dedicar na mesma, sim.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Ouçó quando posso.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Se o meu marido me dedica um disco eu aproveito para dedicar também. Também gosto de dedicar às crianças. É uma forma de sermos comunicativos.

- O que sente quando participa?

Sinto-me bem comigo própria.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

O Frank é uma pessoa muito positiva e ele transmite isso mesmo aos ouvintes.

- Como definiria o locutor?

Eu conheço o Frank, conheci noutra rádio ganhei confiança através da rádio, ele conheceu pessoalmente o meu marido, e visitei-o na rádio. Amigo e comunicativo.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Apesar de ter uma discografia em grande casa, peço músicas que tenho, porque gosto de repartir o meu gosto com outras pessoas.

- Fala do programa com alguém?

Não tenho muito hábito de falar do programa, só dos assuntos que se fala nele.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, já recomendei às minhas amigas.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Não.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Só o meu marido.

- Já conhecia?

Sim, já conhecia.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Pessoas que precisam de companhia e que gostam de dedicar músicas a outras pessoas.

Entrevistado 5

Dados sócio gráficos:

Sexo Feminino

Idade 35

Profissão Doméstica

- Ouve rádio com frequência?

Alguma, mas não todos os dias.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM e a Rádio de Alenquer.

- Que programas costuma ouvir?

O Programa do Frank, o Programa do Louro, assim, programas que dão energia.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

De rádio, O Programa do Frank, de televisão, o Querida Júlia.

- Há quanto tempo ouve o programa?

À bastante tempo, mas não me lembro bem de quando comecei a ouvir.

- Porque ouve o programa?

Porque acho a forma do Frank falar muito simpática. Eu acho que as pessoas brasileiras cativam de uma melhor forma, têm carisma na fala, dão outra vida. E também por companhia.

- Com que frequência o ouve?

Três vezes por semana, nos outros dias não estou em casa.

- Onde costuma ouvi-lo?

Em casa.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Estou sozinha.

- Quantas vezes já participou?

Bastantes, participo todas as semanas.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É muito difícil, já tenho o número gravado para ser só carregar no botão, mas nem assim.

- Porque participa no programa?

É cativante, acabamos por querer participar. Às vezes, até vem uma música ou outra à cabeça que nos apetecia ouvir. Às vezes, há outras pessoas que não conhecemos, mas criamos afinidade e dedicamos-lhes músicas.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

As pessoas falam de si. Alguns assuntos são importantes, e ajudam as outras pessoas que possam ter uma vida parecida.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, acho que todos falamos desses assuntos, assim mais do dia-a-dia.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Quando se falou de violência doméstica e várias mulheres ligaram a dizer que já tinham passado por isso.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Falo também do meu dia-a-dia.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Não, dediquei só a música a uma amiga que fazia anos.

- Tem outras formas de aceder à música?

Tenho o computador, e um leitor de cds e também o telemóvel.

- Passa o seu tipo de música?

Sim, gosto muito.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Sim, desde que o Frank continuasse a apresentá-lo.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Ouçõ diariamente, mas não participava tanto, acho que as outras pessoas também tinham de ter oportunidade, às vezes é difícil telefonar.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Às vezes, estou um bocado desanimada e serve de ânimo. Por todos os motivos, alternadamente.

- O que sente quando participa?

Às vezes riu-me sozinha. Ficou com mais “pica” para fazer as coisas. Porque as “palhaçadas” do Frank, os outros ouvintes são engraçados. É uma companhia.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Se estou mais em baixo, que me suba o astral.

- Como definiria o locutor?

Acho a voz dele cativante, o facto de ser brasileira tem carisma.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Para dar um pouco mais de valor à música portuguesa, a 102 dá-lhe muito destaque e para haver também intercambio entre a rádio e o ouvinte.

- Fala do programa com alguém?

Sim, falo, mas só aqui por casa.

- Já recomendou o programa a alguém?

Talvez, não me lembro em concreto se recomendei, mas acho que sim.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Não.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Sim, conheço.

- Já conhecia?

Já conhecia.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Pessoas que precisam de se animar.

Entrevistado 6

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 43

Profissão Motorista

- Ouve rádio com frequência?

Todos os dias.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM e Rádio de Alenquer.

- Que programas costuma ouvir?

Os que estiverem a dar quando estou a ouvir.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

Gosto de todos, mas não perco as notícias.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Há três anos.

- Porque ouve o programa?

Já conheço o Frank de longa data, já é um amigo de longa data, sempre simpatizei com ele e gosto de ouvir os programas dele, que ele faz na rádio.

- Com que frequência o ouve?

Todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

No carro (trabalho).

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Na maioria das vezes estou sozinho.

- Quantas vezes já participou?

Muitas vezes, não me lembro quantas, mas todas as semanas participo mais do que uma vez.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É difícil, tento muitas vezes até conseguir.

- Porque participa no programa?

É tudo uma questão de amizade, amizade vai puxando amizade e a gente vai participando.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Tudo, fala-se de tudo. Alguns são interessantes, agora tem-se falado muito da crise e o que fazer para resolver, damos força uns aos outros.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, porque são assuntos de que se fala no dia-a-dia, daí também a sua importância.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Recentemente, não.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Costumo falar do meu trabalho e brinco um bocado com o Frank.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Sim, do local onde me encontrava, para dizer como estava lá o tempo.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, o leitor de cds do carro.

- Passa o seu tipo de música?

Sim passa, porque passa todo o tipo de música.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Sim ouvia, porque dava para pedir as músicas, mas perdia um pouco o interesse.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Quando posso ouço e participo.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Para ouvir uma música em especial e às vezes para dedicar.

- O que sente quando participa?

Às vezes a gente esquece certos problemas e uma pessoa fica contente, sempre desanuvia um bocadinho as ideias.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

É mesmo por causa da música.

- Como definiria o locutor?

É um amigo de longa data.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Eu oiço outras rádios e acho que serve para muitas coisas, há pessoas que se sentem só, durante a noite, não têm com quem falar. Às vezes, para certas pessoas é um desanúvio a pessoa falar um bocadinho com o locutor e é uma companhia que tem ali durante a noite e às vezes durante o dia.

- Fala do programa com alguém?

Sim, falo, as pessoas aqui na zona conhecem-me muito, às vezes estão a ouvir também e depois estão logo a chatear-me a cabeça, a dizer que me ouviram.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, já recomendei e como me ouvem participar, depois também querem participar.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Não.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Sim, conheço algumas.

- Já conhecia?

Umás sim, outras conheci através do programa, e outras ganhei afinidade, mas nem conheço pessoalmente.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Pessoas que ouvem por companhia, outras para se divertir e outras para pedir músicas.

Entrevistado 7

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 40

Profissão Técnico e formador de prevenção e segurança

- Ouve rádio com frequência?

Sim, todos os dias.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM, M80, Rádio Comercial e Hiper FM.

- Que programas costuma ouvir?

102 FM - Discos Pedidos; M80 - Top Mais.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

De televisão, notícias; de rádio, Programa do Frank.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Há vários anos, embora o Frank seja um locutor mais recente, mas acho que ele também atrai, muito mais as pessoas, porque a maneira espontânea de ele estar, de tratar as pessoas, cativa muito mais o ouvinte.

- Porque ouve o programa?

Porque passam algumas músicas de que gosto, também tenho hipótese de pedir as que eu gosto e por isso, ouço quando poço. Muitas vezes, desloco-me para uma área, em que a rádio já não abrange.

- Com que frequência o ouve?

Quase diariamente. Nem que seja um quarto de hora, vinte minutos, enquanto me estou a deslocar de um cliente para o outro.

- Onde costuma ouvi-lo?

No carro.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Só ou com um dos meus funcionários.

- Quantas vezes já participou?

Não sei, participo uma vez por semana.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É difícil porque existe muita gente em linha e a única maneira que há é mesmo, termos já o número de telefone inserido no telemóvel e estar à espera da palavrinha chave, para conseguirmos fazer a chamada.

- Porque participa no programa?

Porque gosto, porque sou do concelho de Peniche e porque quase toda a gente me conhece e há pessoas que dedicam para mim e eu dedico para a minha equipa, ou dedico para quem eu gosto.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

De todos. Das freguesias, deram tempo de antena aos empresários que viviam naquelas juntas e o que é que eles tinham que defender, uma vez que fui escolhido para isso e normalmente também expressei muito a minha maneira de ser. Eu lembro-me, por exemplo, quando saí a norma 44/13, que é uma norma de segurança, em que havia várias empresas a fazer o mesmo trabalho que nós fazemos, a um preço muito mais reduzido, mas eles não eram certificados pela BÉritas, nem pela qualidade. Eu depois divulguei isso, porque as pessoas estavam a fazer um trabalho, que se levassem com uma fiscalização, automaticamente era dado como nulo, porque aquele trabalho não estava a cumprir.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Claro, eu explico sempre aos meus clientes.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Nenhum.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Depende, se for, por exemplo, o tema a 'seita tem um radar' é se calhar para dar a dica a alguns senhores que pensam que por terem uma farda, que são reis do planeta, e que por vestirem uma farda têm direito a tudo e os outros não têm direito a nada. Se for uma música romântica, se calhar, indirectamente, para dedicar a alguém.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

A última vez, acho que dediquei à minha equipa e à equipa da 102 FM, com uma boa semana.

- Tem outras formas de aceder à música?

Tenho. Internet, Youtube, alguns cedezinhos, aqueles que os amigos gravam para termos em casa.

- Passa o seu tipo de música?

Conforme, se eu tiver um bocado inspirado para o meu tipo de música, eu ouço M80. Se eu quiser rir um bocadinho das "paspalheiras", que a malta diz, se calhar, ouço a rádio da minha terra, porque há os discos pedidos, há um que pede de uma maneira... e acabamos por apanhar as várias gerações de pessoas.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Ouvia, mas se calhar não seria a mesma coisa, porque é sempre o contacto, é sempre a maneira de falar, é o locutor, diz uma do lado de lá, nós respondemos com uma do lado de cá e acho que ai acaba por ser o diálogo e a boa ética, do que deve ser feito.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Costumo dizer que só tenho duas companhias no carro, uma delas é o rádio, a outra é o cigarro.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Talvez a solidão, porque também quando se vai de carro sozinho e passa-se dez e doze horas dentro de um carro, como disse, acaba por ser o rádio e o cigarro, as duas companhias, que a pessoas têm.

- O que sente quando participa?

Sinto que faço parte daquela equipa, não como trabalhador, mas como um bom ouvinte, como uma pessoa que dá garra a quem lá está e que mostra que o trabalho deles não é só levantar um deque e baixar o outro, mas sim também informarem-nos de muitas coisas e fazerem-nos companhia, que no fundo é isso que fazem.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

É mesmo a companhia e o bem-estar. Muitas vezes estamos a pensar resolver qualquer coisa e depois de uma musicazinha arranjamos sempre uma solução.

- Como definiria o locutor?

Muito trabalhador, muito prestável, é uma pessoa que pode não saber o significado em português, porque ele é brasileiro, mas tenta compreender, tenta ser acessível, pergunta à pessoa o que é que aquilo quer dizer, transmite-lhe o que aquilo quer dizer na terra dele, ou seja, o Frank acaba por estar a aprender a nossa língua, mas ao mesmo tempo também nos diz o que as coisas querem dizer no país dele, ou seja, acaba por ser um intercâmbio de línguas.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Este tipo de programas, por exemplo, serve para os ouvintes ouvirem o tipo de som que eles gostam, porque um dos grandes problemas das rádios hoje em dia... vou-lhe dar um exemplo, no outro dia pedi ao Frank um tema que era de José Cid, Mulheres, é um tema que saiu agora numa telemóvel, mas eu já tenho esse tema quase há um ano e o Frank diz-me que esse tema não há, ou seja, tudo o que é comercial e tudo o que está dentro das editoras é posto e é dado às rádios e muitas vezes, a rádio não consegue passar daquele circuito de 380° e dá a volta, e dá a volta. Eu acho que devia haver mais apoio, uma rádio tem de ter os cds todos de uma ponta à outra, desde o Bill Aiden até os Abba, isto porquê, se uma pessoa pede e a rádio não tem, claro que o ouvinte não vai ficar satisfeito, porque tentei, não era esta a música que eu queria ouvir, porque a pessoa quando liga para a rádio, ela vai marcar um objectivo e chega ali, está no ar, e o objectivo vai-se e a pessoa fica assim “agora não ligo tão depressa”.

- Fala do programa com alguém?

Sim, tenho montes de clientes que às vezes dizem “ouvi-te na rádio” ou amigos.

- Já recomendou o programa a alguém?

Já e recomendo sempre 102 FM, aliás quando estamos a fazer projectos de segurança novos ou estabelecimentos que vão abrir, eu encaminho logo os meus clientes para a 102 FM, para fazerem publicidade.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Sim, utilizo muito o Facebook e falo lá do programa.

- **Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?**

Conheço.

- **Já conhecia?**

Algumas já as conhecia, e outras são clientes que nos contactam para nós irmos lá fazer o serviço e reconhecem-me.

- **Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?**

Eu acho que toda a gente que esteja a trabalhar. Há aquilo tipo de pessoa que é mais agarrada, que ouve e gosta. E há aquela pessoa que está a ouvir única e simplesmente para passar o seu dia de trabalho, imagine numa fábrica estão 100 pessoas, o rádio está ligado e não metem CD para ninguém andar ali para trás e para a frente. Há 60% que até gostam de ouvir, há 25 % que têm de entrar dentro do filme e há os outros 15 % que não ouvem, mas também aquilo estar ligado ou não estar para eles é igual.

Entrevistado 8

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 27

Profissão Trabalhador agrícola

- **Ouve rádio com frequência?**

Sim, todos os dias.

- **Que estações costuma ouvir?**

102 FM e Comercial.

- **Que programas costuma ouvir?**

Todos da 102 FM e Manhãs da Comercial.

- **Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?**

De rádio, Hiper FM; de televisão, desporto.

- **Há quanto tempo ouve o programa?**

Desde que o Frank foi para lá.

- **Porque ouve o programa?**

Gosto de ouvir. É uma coisa que fazia falta aqui na rádio de Peniche, que eram os discos pedidos e ele é brincalhão e sabe falar com as pessoas.

- Com que frequência o ouve?

Todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

No trabalho, principalmente.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Acompanhado (colegas).

- Quantas vezes já participou?

Muitas vezes. Participo sempre que posso.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

Não, é fácil.

- Porque participa no programa?

A música que gosto de ouvir, gosto de pedi-las, as que peço mais são essas, as outras que as outras pessoas pedem também gosto, mas as que gosto mais são as que eu peço.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Sim, sociedade e família. Sim, são importantes, porque desabafamos.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Não tanto.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Lembro-me de um, as obras dos fossos da muralha de Peniche. Eles falaram lá muito disso nesse programa, daquilo como estava antes. Esse assunto foi o que me chamou mais a atenção.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Falo do dia-a-dia.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Só dedicatória.

- Tem outras formas de aceder à música?

Tenho um radiozinho.

- Passa o seu tipo de música?

Passa.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Ouvia, gosto de ouvir o locutor.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

É uma rotina do dia-a-dia.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Falar um bocado com o Frank, gosto de falar com eles.

- O que sente quando participa?

Sinto piada.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Ouvir a música que pedi.

- Como definiria o locutor?

Simpático, uma pessoa de confiança, brincalhão e alegre.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Para chamar a atenção das pessoas da cidade e para as pessoas ouvir com mais frequência e ouvirem as músicas.

- Fala do programa com alguém?

Falo do programa com muita gente.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, recomendo, principalmente às minhas colegas de trabalho, ouvem todas.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

O Facebook.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Conheço muita gente, mesmo.

- Já conhecia?

umas já conhecia, outras conheci por intermédio do programa.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Todas as pessoas gostam de ouvir música. As pessoas têm os seus próprios estilos de música, esta é uma rádio que passa todos os estilos de música, ouvem e gostam. Por isso, acho, que qualquer pessoa ouve este programa. Há muitas pessoas que por estarem solitárias, é uma companhia e ligando para lá e falando com o locutor, é uma companhia para essas pessoas. Mas procuram mais a música.

Entrevistado 9

Dados sócio gráficos:

Sexo Feminino

Idade 45

Profissão cozinheira

- Ouve rádio com frequência?

Todos os dias.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM e Cister.

- Que programas costuma ouvir?

Todos da 102 FM.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

De rádio, os programas da 102 FM das 10:13 às 13:00 e das 14:00 às 19:00; de televisão, informação e documentários.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Quando vim para cá (há dois anos). Ofereceram-me um rádio para o carro o outro não apanhava, comecei a apanhar a 102 e comecei a ouvir.

- Porque ouve o programa?

Porque gosto, transmite uma certa energia boa, é uma boa companhia.

- Com que frequência o ouve?

Todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

Carro, trabalho, impinjo a rádio, eu ouço, têm de ouvir todas e geralmente toda a gente gosta.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

No carro, geralmente, estou só. No trabalho é com as colegas, todas da equipa da cozinha.

- Quantas vezes já participou?

Já não tenho conta, geralmente é quase todos os dias. Quando tenho hipótese, porque nem sempre se consegue.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É um bocadinho difícil, porque quando vamos para ligar já está tudo ocupado. Temos de estar a insistir.

- Porque participa no programa?

Porque gosto. Gosto de participar nesse tipo de eventos. Eu gosto muito, tanto de ouvir, como de participar. Gosto de comunicar, gosto de falar e gosto de ouvir músicas. Porque gosto de conviver e de falar.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Depende, porque eles têm uma base de assunto todos os dias, e depois fazem-nos perguntas sobre aquele tema e depois nós respondemos, consoante for o tema. Há sempre a favor e contras, mas geralmente, é sempre temas interessantes.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Costumo, há dias que estou em casa, debate-se e depois chego ao trabalho “ontem o Frank foi este tema assim-assim”.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Sim, o tema sobre violência, violência doméstica, por infelizmente ter sentido tanto isso.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Geralmente falo dos colegas, ou do dia-a-dia ou do meu actual companheiro, porque ele está sempre a perguntar sobre ele.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Não me lembro.

- Tem outras formas de aceder à música?

Internet, mas gosto mais de rádio, faz-me uma certa companhia. Como não gosto de estar sem um som qualquer, faz-me impressão, tenho medo, medo do escuro e do silêncio. Antigamente era a televisão, ligava a televisão estava a trabalhar para as moscas, mas ouvia, agora não, é o rádio.

- Passa o seu tipo de musica?

Passa. Aliás, depende do estado espírito, mas gosto de todo o tipo de música.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Ouvia, ele é uma pessoa muito comunicativa, que nos transmite energia, às vezes aquelas brincadeiras, mesmo não participando farto-me de rir, às vezes falo sozinha “ oh Frank realmente”. Gosto, gosto muito do programa dele.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

É um vício.

- Qual a necessidade de participar no programa?

É por participar, é por gostar de falar com ele, umas vezes assuntos mais sérios, outras menos sérios, mas gosto de falar de participar.

- O que sente quando participa?

Às vezes sinto uma conquista. Estou tempos sem conseguir, agora consegui, é uma certa conquista.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Um bocadinho mais de ânimo. Há dias que estou um bocadinho em baixo, às vezes estou um bocadinho melancólica, isto já se tornou um bocadinho um vício, ligo e anima.

- Como definiria o locutor?

É um espectáculo. Tanto a nível profissional e ou estou muito enganada ou ele é muito humano, uma pessoa compreensiva.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Para desanuviar um bocadinho o stress da vida, uma pessoa já anda tão stressada, tão em baixo, que estes programas fazem mesmo falta para nos animar.

- Fala do programa com alguém?

Falo com as colegas e com o meu companheiro, que já incumbi de ouvir.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, completamente, colegas, as pessoas que não ouviam e que perguntavam qual era a rádio, “é a tal vai ouvir” e elas já ligam, já ouvem.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

No Facebook, mas pouco.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Conheço a proprietária da auto-mecânica. Nós já dedicamos umas às outras, mas sem nos conhecermos.

- Já conhecia?

Conheci, quando ela disse que tinha a oficina e percebi que era um dos patrocinadores do programa.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

Pessoas que gostam de música, que gostam de ouvir o Frank, porque ele dá música e temas tão variados que engloba toda a gente. Também por companhia.

Entrevistado 10

Dados sócio gráficos:

Sexo Masculino

Idade 54

Profissão Empregado de Balcão

- Ouve rádio com frequência?

Todos os dias.

- Que estações costuma ouvir?

102 FM, Rádio Sim e Renascença.

- Que programas costuma ouvir?

O do Frank.

- Qual é o seu programa de rádio preferido? E de televisão?

De televisão, o Preço Certo; de rádio, o programa da manhã da Rádio de Sim.

- Há quanto tempo ouve o programa?

Há um ano.

- Porque ouve o programa?

É divertido e gosto de ouvir o que os outros têm a dizer.

- Com que frequência o ouve?

Quase todos os dias.

- Onde costuma ouvi-lo?

No trabalho.

- Costuma estar só? Ou acompanhada (por quem)?

Sozinho.

- Quantas vezes já participou?

Algumas vezes, já perdi a conta.

- É fácil ou difícil conseguir participar?

É um bocado difícil, por vezes temos de esperar muito tempo até estarmos em linha.

- Porque participa no programa?

Para pedir músicas de que gosto e que nem sempre passam na rádio, e porque gosto de dar a minha opinião.

- De que assuntos se costuma falar no programa? Acha que esses assuntos são importantes? Porquê?

Assuntos da actualidade, ou os grande temas de sempre. Sim, são a actualidade, é o que se passa é muito importante. Os grandes assuntos, se ainda são debatidos, é porque ainda não foram resolvidos.

- São assuntos de que costume falar também com os seus amigos/família?

Sim, falo deles com várias pessoas.

- Lembra-se de algum tema que tenha sido falado recentemente e que lhe tenha prendido a atenção?

Sim, quando se falou de ajuda ao outro.

- Quando a senhora/o senhor participa, costuma falar de quê?

Das músicas, ou dos cantores ou de algum tema actual, não falo da minha vida.

- Na última vez que participou, falou sobre algum assunto?

Só do cantor.

- Tem outras formas de aceder à música?

Sim, internet, cds e vinis.

- Passa o seu tipo de música?

Às vezes não, por isso é que peço.

- Ouviria o programa se ele fosse apenas de música pedida e as pessoas não pudessem falar também? Porquê?

Ouvia, mas não ficava tão satisfeito, a piada está em ouvir o que as pessoas têm a dizer.

- Qual o lugar que o programa tem na sua vida?

Participo, mas se não participar também não faz mal.

- Qual a necessidade de participar no programa?

Trocar ideias, deixar as minhas, as outras pessoas darem as delas e também pedir músicas.

- O que sente quando participa?

Sinto que dou o meu contributo, enquanto cidadão.

- Quando ouve o programa o que espera que este lhe dê?

Ouvir a música que pedi.

- Como definiria o locutor?

É simpático e puxa pelas pessoas.

- Na sua opinião, este tipo de programas existe para quê?

Para nos dar tempo de antena, para ouvirmos músicas que queremos e também por companhia, nota-se que há pessoa que ligam, só para terem alguém com quem falar.

- Fala do programa com alguém?

Sim, com algumas pessoas que já ouvem, ou quando se fala de um assunto interessante.

- Já recomendou o programa a alguém?

Sim, recomendo sobretudo a pessoas que estão sozinhas ou que gostam de falar.

- Utiliza outros meios (tecnológicos) para comentar/partilhar algo sobre o programa?

Não.

- Conhece pessoalmente outras pessoas que participam?

Conheço um ou dois.

- Já conhecia?

Sim, já conhecia.

- Qual acha que é o tipo de pessoas que ouvem o programa?

As pessoas que gostam de música variada, as que gostam de falar e de dar o seu contributo e as que precisam de companhia.

Entrevista ao locutor:

Porque existe o programa?

A rádio já teve vários formatos, todas as rádios, uma ora faz um formato, outra ora faz outro. É uma linha de programa que são elaborados por cada rádio, por cada direcção. A questão dos discos pedidos, para dizer a verdade, quase todas as rádios estão cortando os discos pedidos, pela liberdade que você dá. Você abre a linha telefónica e diz liga para cá e pede uma música. Acontece muitas coisas. Pode acontecer de a gente não ter a música, nós temos muita música, mas pode ser que não tenha justamente aquela que a pessoa cismou de ouvir. Tem gente que faz de propósito, ouve a rádio durante o dia todo, sabe que não tem a música, mas liga para provocar, para dizer tomara que se envergonhe e que da próxima tenham a tal música que eu quero ouvir. A questão dos discos pedidos faz com que o artista tenha mais sucesso ou não. Porque se determinados ouvintes gostarem de determinadas músicas, vão pedir essas determinadas músicas para passarem, se o ouvinte não pedir, o artista fica sem ser conhecido. Se não passa na rádio, se não passa na televisão, ou em algum lugar... a questão dos discos pedidos também acontece, que é para dar oportunidade, às pessoas que têm vontade de ouvir uma música, você liga para lá e ouve a sua música sem ter de comprar o CD, sem ter de gastar dinheiro.

Ligam muitos ouvintes?

Sim, tem umas fases que se eu deixasse era do início ao fim. Aliás, os discos pedidos eram mais ao fim-de-semana, era só ao sábado, era das oito da manhã até meio-dia, uma hora, sempre discos pedidos, um atrás do outro, o telefone não parava e tanto que durante a

semana, a gente tentou fazer um teste a ver se isso funcionava e foi directo, não parava, era toda a hora. E para você conversar com cada pessoa você tem de ter assunto, não vai repetir a mesma coisa para todos. Tem de estar preparado para qualquer tipo de conversa, brincadeira. Os discos pedidos, de certa maneira são uma válvula de escape que os ouvintes também têm para falar dos seus problemas, da sua vida, para dizer que hoje foram não sei onde. Mais para dialogar e matar o tempo.

Acha que a pessoas ligam porque?

Talvez seja carência de conversar, de ter alguém para falar, nem todo o mundo tem alguém para falar. Às vezes passam o dia todo dentro de casa, não está ali o marido, a família e quer dialogar, quer brincar e muitos querem transformar a rádio num *big brother* pessoal. Querem dizer que estão doentes, fazem questão de dizerem que estão doentes. E tem as conversas que são fora do ar também. Toda a vez que vou colocar alguém no ar, eu falo previamente com a pessoa, para ter ideia do que a pessoa quer ouvir, para evitar as gafes, há não tem, já aconteceu muitas vezes de eu colocar no ar em directo, logo de uma vez, e geralmente acontece isso, não tem a música e a pessoa fica chateada. Agora essa história da internet facilita bastante, muitas vezes a gente está ali, não vamos fazer sempre, mas de vez em quando no Youtube, a gente procura ali rapidinho a ver se consegue satisfazer alguém. Mas aí também é complicado, porque eu tenho de ouvir previamente, tenho de ver se o som está adequado. Não é uma coisa que se use muito, mas ...

Qual a sua relação com os ouvintes?

O que foi que aconteceu, devido à minha nacionalidade, eu achei que ia ser muito complicado. Eu trabalhei dez anos na Globo, no Brasil, e vim para cá por outras razões, acabei por virar empresário também e depois desisti e voltei a fazer o que eu gosto que é rádio. Eu trabalhei quase dez anos na filiada da rede Globo, mas na Amazônia. Cada cidade do Brasil tem uma Globo. Eu sou de São Paulo, mas passei muito tempo na Amazônia, Belém do Pará. Eu vim para cá e a minha ideia era: será que vou conseguir fazer rádio em Portugal? Será que vou ser bem aceite? Ou coisa qualquer. Eu fui para o norte, lá para as aldeias e tive problemas para me adaptar, mas depois adaptei-me. A questão de falar com os ouvintes é assim, eu falo previamente com as pessoas e me dou bem com elas todas, a maioria das pessoas liga de propósito para falar comigo, nem que seja um pouquinho e vão elogiar e vão falar coisas. Para não dizer que ninguém fala contra, só uma vez, que no Bombarral, teve uma pessoa que me mandou uma mensagem, volta para o teu país, mas quando acontece esse tipo de coisas a gente até pensa que tem concorrência, ou se é alguém que está chateado por estarmos ali em evidente. Eu tento ser eu no ar, eu mesmo, eu não tento fazer tipo. Alguns locutores, alguns artistas, porque na realidade nós somos artistas de rádio, muitas vezes temos de fazer um tipo, fazer tipo romântico, ou o tipo jovem, eu tenho facilidade, porque já tenho 41 anos, faço rádio desde que eu tenho 23, profissionalmente, eu já frequentava a rádio desde os catorze anos, nunca trabalhei de graça, muita gente fez rádio pirata, depois

foi para as rádios cooperativas e nunca recebeu um salário, fazia porque gostava, eu também faço porque gosto, mas também é o meu ganha-pão. Eu caí na graça das pessoas, as pessoas gostaram e tenho facilidade de me dar bem com todo o mundo, tento evitar as críticas. No ar sou muito imparcial, nunca digo se sou do Porto, do Sporting ou do Benfica. No ar eu não tenho sexo, não sou casado, não sou solteiro, não sou nada, no ar sou eu e pronto, quem souber da minha vida, sabe, quem não sabe, fica sem saber. Acho que tem de ter envolvimento com as pessoas, mas com respeito.