



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Artes e Letras

# **A Utilização dos Géneros Jornalísticos em Rádio: *A Antena 3 no Super Bock Super Rock***

**André Filipe dos Reis Rosado**

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

Orientador: Prof. Doutor João Carlos Correia

**Covilhã, outubro de 2016**



# Resumo

Esta investigação aborda o trabalho in loco de uma estação radiofónica num festival de verão. O meio radiofónico há muito que é parceiro de festivais de música, realizando anualmente várias coberturas em direto, de diferentes pontos do país.

É igualmente importante analisar de que forma alguns géneros jornalísticos são integrados nestas emissões, nomeadamente com a reportagem e a entrevista. Apesar de não serem típicas emissões jornalísticas, estas coberturas em muito se assemelham a outro tipo de trabalhos que utilizam os mais variados géneros do jornalismo como ferramentas de trabalho.

Para compreender melhor essa situação, é feita uma análise a um conjunto de emissões, em jeito de estudo de caso. É efetivamente verdade que são utilizados géneros jornalísticos ao longo da cobertura radiofónica, que são integrados como forma de complemento à oferta já existente.

O auditório deste tipo de emissões prefere, porém, consumir outros conteúdos, não considerando a utilização da reportagem e da entrevista mais-valias para este contexto.

Para além de emissões radiofónicas, as estações já começam hoje em dia a integrar novas possibilidades na sua oferta, mas que não divergem muito da tradicional cobertura via rádio.

Ao longo do trabalho, são analisadas todas estas ligações, como forma de identificar os seus usos e potencialidades.

## Palavras-chave

Rádio, Festivais, Música, Jornalismo.



# Abstract

This dissertation analyses the work *in loco* of a radio station in a summer festival. The radio medium has long been music festivals partner, annually performing various live broadcastings, from different parts of the country.

It is also important to analyze how some journalistic genres are integrated in these emissions, particularly with the report and the interview. Although not typical journalistic emissions, these covers much resemble other work using the various genres of journalism as work tools.

To better understand this situation, an analysis is made to a set of emissions in case study way. It is indeed true that are used journalistic genres over the radio coverage, which are integrated as a way to complement the existing offer.

The auditorium of this type of emissions prefer, however, consume other content, not considering the use of reporting and interview capital gains for this context.

In addition to radio broadcasts, the seasons begin already today to integrate new possibilities in their offer, but do not differ much from traditional radio broadcast.

Throughout the work, all these links are analyzed, in order to identify their uses and potential.

# Keywords

Radio, Festivals, Music, Journalism.



# Índice

<b>Resumo</b>	<b>iii</b>
<b>Abstract</b>	<b>v</b>
<b>Índice</b>	<b>vii</b>
<b>Lista de Figuras</b>	<b>ix</b>
<b>Lista de Tabelas</b>	<b>xi</b>
<b>Lista de Acrónimos</b>	<b>xiii</b>
<b>Introdução</b>	<b>1</b>
<b>Parte I. Enquadramento Teórico</b>	
<b>Capítulo 1. Festivais de Música</b>	<b>3</b>
1.1. Definições, conceitos e origem do termo festival	3
1.2. Festivais de Música no Século XX	4
1.3. A Emancipação dos Festivais de Verão	6
1.3.1. Contextualização Histórica	8
1.4. Festivais de Verão em Portugal	12
<b>Capítulo 2. A Cultura do Entretenimento</b>	<b>17</b>
2.1. A Indústria Cultural	17
2.1.1. O Papel da Rádio	21
2.2. A Mediatização da Música ao Vivo	22
<b>Capítulo 3. Jornalismo Radiofónico</b>	<b>25</b>
3.1. O Jornalismo em Rádio	25
3.2. A Linguagem Radiofónica	26
3.3. Géneros Jornalísticos	29
3.3.1. Reportagem	29
3.3.2. Entrevista	30
3.4. Jornalismo Musical	31

<b>Capítulo 4. A Rádio nos Festivais de Música</b>	<b>33</b>
4.1. A Cobertura <i>Media</i> em Portugal	34
<b>Parte II. Estudo Empírico</b>	
<b>Capítulo 5. Metodologia e Desenho da Investigação</b>	<b>39</b>
5.1. Tema e Problema	39
5.2. Objetivos e Hipóteses	39
5.3. Universo Estudado	40
5.4. Aplicação das Metodologias	41
<b>Capítulo 6. Análise de Resultados</b>	<b>43</b>
6.1. A <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock</i>	43
6.1.1. Caracterização das Emissões	44
6.1.2. Análise dos Conteúdos	46
6.1.3. Utilização de Géneros Jornalísticos	50
6.1.4. A Emergência da Web	53
6.2. O Auditório da <i>Antena 3</i>	60
6.2.1. Perfil do Ouvinte	60
6.2.2. A Relevância da Rádio	61
6.2.3. Motivações	63
6.2.4. Classificação das Emissões	65
<b>Conclusões</b>	<b>67</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>69</b>
<b>Anexos</b>	<b>77</b>

# Lista de Figuras

Figura 1 - Modelo conceitual: Determinantes de sucesso para um festival .....	5
Figura 2 - Sistema semiótico radiofónico .....	27
Figura 3 - Cobertura rádio de festivais de música em Portugal (1971-2014).....	35
Figura 4 - Cobertura <i>media</i> de festivais de música em Portugal (1971-2014).....	36
Figura 5 - Estúdio da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	43
Figura 6 - Cartaz do 21º <i>Super Bock Super Rock</i> .....	44
Figura 7 - Programa compacto do <i>Super Bock Super Rock 2015</i> para televisão .....	45
Figura 8 - Total, em horas, dos conteúdos das emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	46
Figura 9 - Número de conteúdos das emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	47
Figura 10 - Concertos transmitidos durante as emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	49
Figura 11 - Utilização da reportagem enquanto conteúdo nas emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	50
Figura 12 - Utilização da entrevista enquanto conteúdo nas emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	51
Figura 13 - Utilização da web/redes sociais enquanto conteúdo nas emissões especiais da <i>Antena 3</i> no <i>Super Bock Super Rock 2015</i> .....	53
Figura 14 - Página da <i>Antena 3</i> na rede social <i>Twitter</i> .....	54
Figura 15 - Acompanhamento em direto da entrevista de <i>PZ</i> , na página da <i>Antena 3</i> na rede social <i>Periscope</i> .....	55
Figura 16 - <i>Banner</i> de divulgação do canal especial da <i>Antena 3</i> na plataforma <i>RTP</i> .....	56
Figura 17 - Acompanhamento em direto do concerto de <i>D'Alva</i> , via <i>RTP Play</i> , no canal <i>Antena 3 @Festivais</i> .....	57
Figura 18 - Transmissão do concerto de <i>D'Alva</i> , na <i>RTP2</i> .....	58
Figura 19 - Entrevista com o grupo <i>Thunder &amp; Co.</i> , transmitida na <i>RTP2</i> .....	59
Figura 20 - Estação de preferência dos ouvintes que acompanham a <i>Antena 3</i> nos festivais de verão .....	60
Figura 21 - Emissão de preferência para o acompanhamento de emissões de festivais de verão .....	61
Figura 22 - Motivações dos ouvintes da <i>Antena 3</i> para o acompanhamento de emissões especiais.....	63
Figura 23 - Importância do trabalho radiofónico na cobertura de Festivais de Verão.....	64
Figura 24 - Classificação do trabalho da <i>Antena 3</i> na cobertura de Festivais de Verão.....	65



# Lista de Tabelas

Tabela 1 - Influência da rádio na ida a festivais de verão.....	62
---	----



# Lista de Acrónimos

EUA	Estados Unidos da América
KFCR	Known For Radio Clearness
PIDE	Polícia Internacional e de Defesa do Estado
SBSR	Super Bock Super Rock
RTP	Radiotelevisão Portuguesa
BBC	British Broadcasting Corporation
VHS	Video Home System
MTV	Music Television



# Introdução

Este trabalho pretende oferecer um estudo sobre a cobertura de festivais de verão na rádio. Para isso, foram analisados diferentes fatores, como forma de entender o posicionamento de cada um deles numa cobertura de um festival de verão via rádio.

Desse modo, a investigação é dividida em duas partes: quatro capítulos de revisão teórica, para aprofundar o tema em análise, e outros dois de estudo, incluindo a metodologia.

Assim, no primeiro capítulo é feito o enquadramento daquilo que se considera ser um festival, identificando as claras diferenças em relação aos festivais de música e festivais de verão. Foi, portanto, necessário recorrer a alguns dos teóricos do tema, como forma de analisar as diferentes posições retratadas na investigação. Foi igualmente feita uma contextualização histórica daquilo que hoje conhecemos como festivais de verão. A revisão termina com um pouco de história do setor em Portugal, igualmente importante de focar.

O segundo capítulo retrata a Indústria Cultural e a cultura do entretenimento aos olhos de alguns dos maiores teóricos do tema. Adorno, Horkheimer ou Brecht são alguns dos autores representados na análise. É situado igualmente o papel da rádio nessa conjuntura. A parte final inclui um tópico sobre a democratização da música ao vivo. É graças a isso, que hoje consumimos música e cultura de uma forma livre e democrática.

O terceiro capítulo foca-se nos temas do jornalismo radiofónico, nomeadamente nos géneros em análise. É feito um resumo do percurso do jornalismo no meio de comunicação rádio, assim como introduzidas as suas principais características. Foi igualmente oportuno abordar o conceito de jornalismo cultural, através do jornalismo musical, porque será o que mais se aproxima da análise deste trabalho.

O quarto capítulo teórico aborda a presença da rádio nos festivais de música em Portugal. Para além disso, é feita uma comparação direta entre a rádios e os restantes meios de comunicação, como forma de análise ao posicionamento de cada um deles nas coberturas dos festivais de verão.

Na parte prática da dissertação, é feito um primeiro capítulo com a apresentação da metodologia utilizada, assim como apresentados o tema, problema, hipóteses e objetivos do trabalho.

Quanto à investigação propriamente dita, a mesma ocorre no capítulo seis. Numa primeira fase é feita a análise às emissões da *Antena 3* no festival *Super Bock Super Rock*, abordando o tipo de conteúdos, a utilização dos géneros jornalísticos e a emergência da web.

Por fim, são trabalhados e analisados os dados do inquérito por questionário realizado no âmbito do trabalho. É possível conhecer o perfil do ouvinte deste tipo de emissões, quais os conteúdos da sua preferência, as motivações e de que forma classifica o tipo de trabalho das rádios perante este cenário.

# Capítulo 1. Festivais de Música

“Os festivais de verão são uma experiência excepcionalmente exclusiva dentro do meio dos espetáculos ao vivo. Em nenhum outro local existe uma total experiência de imersão musical durante vários dias e noites” (Snell, 2005, p.14)<sup>1</sup>.

## 1.1. Definições, conceitos e origem do termo *festival*

Os festivais são hoje uma importante característica da vida cultural moderna. Apesar de notório, o considerável aumento do número de festivais nas últimas décadas, fruto do dinamismo que tem caracterizado as sociedades contemporâneas, não é um fenômeno novo. Segundo Falassi (1987), um “festival é um evento, um fenômeno social, encontrado em praticamente todas as culturas humanas” (p. 1)<sup>2</sup>, que permite aos seus participantes uma oportunidade de lazer, social e cultural, de viverem novas experiências (Getz, 1991).

Os festivais são eventos de origem antiga, que começaram por ser planeados em diferentes contextos dos que ocorrem agora, como as feiras, programadas por razões comerciais, porque era necessário que assim fosse, ou as celebrações religiosas, e porque faziam parte do quotidiano orgânico das sociedades (Getz, 2007b). Assim, o significado de *festival* “abrange uma constelação de diferentes eventos, sagrados e profanos, privados e públicos, tradicionais ou com a introdução de inovação, que propõem um reviver de experiências nostálgicas e a celebração da experimentação das maiores formas de arte (Falassi, 1987, p.1)<sup>3</sup>.

A palavra *festival* tem origem nos termos latinos *festum* e *feria*. O primeiro designa a alegria do público e a folia associada a eventos festivos, enquanto o segundo significa renúncia ao trabalho em honra dos deuses (Falassi, 1987). Ambos os termos eram utilizados no plural,  *festa* e *feriae*, indicando, desse modo, que as épocas festivas já duravam vários dias e continham diversos eventos. No latim clássico, sublinha Falassi (1987), “os dois termos tendem a tornar-se sinónimos, assim como os dois tipos de eventos se tendem a fundir” (p.

---

<sup>1</sup> “Popular music festivals are an exceptionally unique experience within the realm of popular music performances. In no other performance venue are you totally immersed in the musical experience for several days and nights”.

<sup>2</sup> “Festival is an event, a social phenomenon, encountered in virtually all human cultures”.

<sup>3</sup> “The term covers a constellation of very different events, sacred and profane, private and public, sanctioning tradition and introducing innovation, proposing nostalgic revivals, providing the expressive means for the survival of the most archaic folk customs, and celebrating the highly speculative and experimental avant-gardes of the elite fine arts”.

2)<sup>4</sup>. Conclui-se, portanto, que a ideia de celebração tem acompanhado desde sempre o conceito de festival, apesar de não existirem características únicas ou comuns a todos os eventos ou festivais (Rivero, 2009).

Atualmente, vivemos num tempo de constantes mutações. O ritmo de mudança social é muito mais rápido do que em qualquer outro período, afetando profundamente as nossas práticas sociais e modos de comportamento. Com isso, também o conceito de festival se vai transformando e adaptando a novas realidades. Nos dias de hoje, os festivais celebram sobretudo as artes performativas, ideias, literatura, natureza e gastronomia”, observa Maciel (2011).

## 1.2. Festivais de Música no Século XX

Os festivais de música são um dos tipos de festival que mais se tem destacado desde o final do século XIX. O setor cresce de forma contínua e sem quaisquer sinais de abrandamento e gera, com isso, uma variedade de expressões culturais. Apesar de a música estar presente desde há muito na vida social das pessoas, os festivais, enquanto eventos ligados à música, têm acontecido mais ou menos desde que a música em concerto tem seduzido audiências (Maciel, 2011).

Janiskee (1980) descreve os festivais de música como sendo “programas de atividades de fruição, entretenimento ou eventos que têm um carácter festivo e que celebram publicamente algum conceito, acontecimento ou facto” (citado em Sarmento, 2007, p. 10). Abreu (2004) acrescenta que estes eventos culturais se concentram num espaço de tempo curto, num local geralmente delimitado e têm uma forte programação musical. O festival deve realizar-se, porém, num local de fácil acesso para todos os envolvidos, de forma a impedir constrangimentos ou restrições (Leenders, van Telgen, Gemser & Van der Wurff, 2005).

A grande “explosão” deste tipo de acontecimentos deu-se, maioritariamente, nos anos 70 do século passado, embora a música ao vivo fosse algo comum nas sociedades modernas, à época, desde a primeira metade do século XX. Por sua vez, a consolidação dos festivais de música ocorreu nos anos 90, que foram fundamentais para o crescimento e consequente afirmação do setor.

Hoje em dia, continuam a ser acontecimentos que têm na música o principal motivo para a sua realização, embora ofereçam também um vasto conjunto de outras experiências. É isso

---

<sup>4</sup> “In classical Latin, the two terms tended to become synonyms, as the two types of events tended to merge”.

que torna os festivais de música apetecíveis, o facto de conseguirem concentrar, num curto período de tempo, um grande número de atividades, não só musicais, mas também de entretenimento e convívio (González-Reverté & Miralbell-Izard, 2009), proporcionando, dessa forma, ocasiões de alegria, prazer, diversão e satisfação de necessidades específicas, ao mesmo tempo que promovem experiências fora do quotidiano dos indivíduos (Getz & Cheyne, 2002).

Ao serem um evento efémero, os festivais de música fazem depender o seu sucesso da experiência que é oferecida ao público. Desse modo, Getz (2007a) distingue as experiências em três dimensões de análise: 1) dimensão *conative*, de comportamento e ações; 2) dimensão afetiva, ligada à emoção, comportamento e atitudes; 3) dimensão cognitiva, de consciência e percepção. Quanto maior for o grau de envolvimento com o evento, maior será o valor adicionado à experiência. Para o aumento desses fatores, contribui, em grande parte, a oportunidade de vivenciar algo que não está disponível de forma frequente no quotidiano de cada um. Assim, quanto mais limitado é o período em que decorre o festival, por exemplo, mais singular será a experiência a reter daí. Para Maciel (2011), é esta característica que distingue um festival de música de outros eventos ou atrações culturais que estão disponíveis ao longo de todo o ano.

Para além disso, um festival de música ganha igualmente importância com a experiência, emoção e a proximidade física com os artistas, que proporcionam uma experiência ao vivo e em tempo real (Oakes, 2003). Assim, Leenders (2010) afirma que o sucesso de um festival depende, ainda, de fatores tangíveis e intangíveis, como a troca de experiências entre público e organizadores, e das características do seu conteúdo e do seu formato (Leenders *et al.*, 2005).

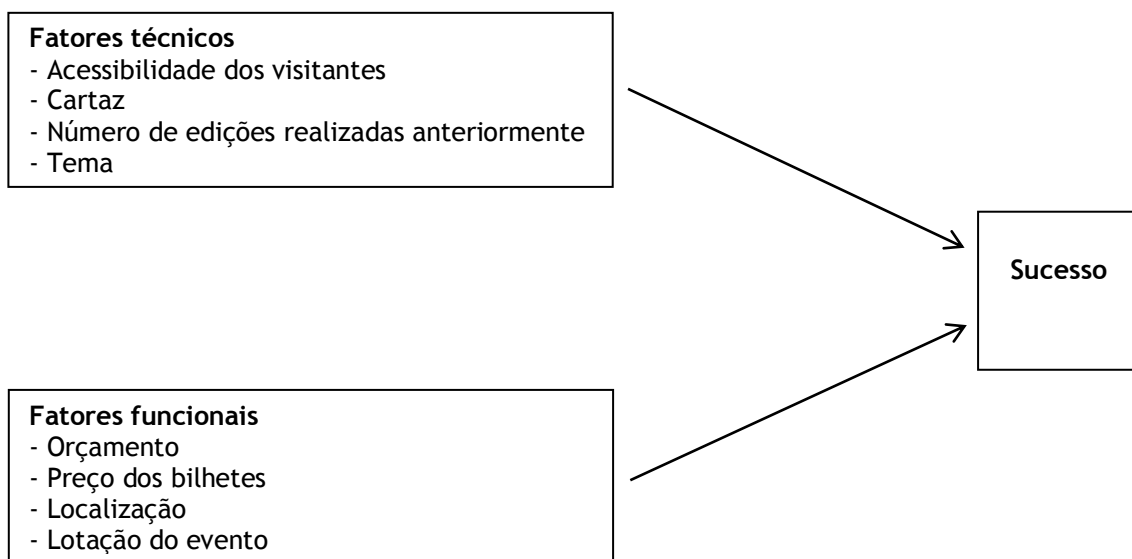


Figura 1 - Modelo conceitual: Determinantes de sucesso para um festival (Leenders *et al.*, 2005)

Devido à falta de informação específica, e sendo esta uma área relativamente recente ao nível do estudo concreto dos festivais de música, torna-se difícil situar no espaço e no tempo os primeiros momentos a envolver um evento desta natureza. Os mais variados teóricos do tema, assim como autores de outros trabalhos de investigação, apontam diferentes acontecimentos como tendo sido o ponto de partida para a junção dos dois fatores em análise, festivais e música.

É, no entanto, possível avançar que no século VI a.C., a música já era um dos destaques dos *Jogos Píticos*<sup>5</sup>, que se realizavam a cada quatro anos, em Delfos, na Grécia Antiga. Ao contrário dos *Jogos Olímpicos*, os *Jogos Píticos* incluíam também competições de música e poesia, sendo, inclusive, anteriores à vertente desportiva. As recitações de hinos e poesias decorriam sob a forma de um concurso de canto, realizado no teatro que servia os Jogos, e o concurso de música, por sua vez, incluía competições de *Kithara*<sup>6</sup> e *Aulos*<sup>7</sup>, instrumentos musicais tradicionais da Grécia Antiga. Estas competições incluíam uma programação com diferentes músicos, que se apresentavam com música ao vivo perante grandes audiências. Apesar disso, não existe forma de confirmar que estes foram efetivamente os primeiros eventos a contar com uma programação musical diversificada, embora em formato de concurso, e a juntar grandes audiências.

Na Idade Média, era utilizado o mesmo formato de festival, ou seja, festivais de música realizados em forma de competição.

### 1.3. A Emancipação dos Festivais de Verão

Para os fãs de música, o verão é sinónimo de festivais. Esta época do ano há muito que permanece marcada nas agendas dos festivaleiros mais acérrimos. A verdade, é que os festivais de verão conseguem juntar milhões de pessoas, em todo o mundo, em torno da música, ano após ano. Este tipo de festival é hoje um fenómeno de sucesso generalizado à escala global.

Tradicionalmente, os festivais de verão são eventos dedicados à música ligeira, mais concretamente aos géneros *pop* e *rock*, acontecem normalmente uma vez por ano, têm um programa previamente definido, são orientados para camadas mais jovens da sociedade, embora consigam igualmente captar outras faixas etárias, em função da oferta que apresentam, realizam-se ao ar livre, preferencialmente em zonas rurais e espaços verdes, que

---

<sup>5</sup> Os *Jogos Píticos* faziam parte dos jogos pan-helénicos, juntamente com os *Jogos Olímpicos*, os *Jogos Nemeus* e os *Jogos Ístmicos*. São, todos eles, os antecessores dos *Jogos Olímpicos* da Era Moderna.

<sup>6</sup> Instrumento musical de cordas, semelhante a uma guitarra.

<sup>7</sup> Instrumento musical de sopro, semelhante a uma flauta.

permitam acampar no recinto do festival ou em áreas circundantes, aproveitam as condições meteorológicas favoráveis inerentes ao verão, dias longos e noites amenas, e beneficiam do normal período de férias e da maior disponibilidade para viajar, para atrair público.

Em forma de complemento, Paleo e Wijnberg definem festival *pop* como “evento performativo que compreende duas ou mais atuações de música *pop* durante um ou mais dias e em períodos recorrentes” (citados por Stone, 2009, p. 205)<sup>8</sup>. Stone (2009) complementa esta definição ao frisar que incluem não só eventos com entrada paga, mas também eventos gratuitos, sejam eles realizados dentro de um recinto coberto ou fora de portas, com duração de apenas algumas horas ou prolongando-se por dois, três ou mais dias.

A principal característica que distingue os festivais de verão dos festivais de música comuns, que ocorrem durante o restante período do ano, é o facto dos primeiros ocorrerem na época estival. Essa denominação pressupõe, desde logo, o espaço temporal em que esses festivais se realizam, uma vez que intensificam a sua atividade com a primavera e estendem-na até aos meses de outono, com o pico da ocorrência a acontecer nos meses de julho e agosto, em pleno verão (Abreu, 2004).

Os festivais de verão são muitas vezes associados a “momentos de descontração e lazer, onde pressões e responsabilidades do dia-a-dia não estão presentes”, ao mesmo tempo que atuam como uma “estrutura emancipatória” ou como um “recurso experiencial” (Tavares, 2010, p. 1223). Os participantes invertem o rumo normal da sua vida diária, fazendo coisas que normalmente não fazem, alterando as preocupações habituais do seu dia-a-dia, acabando por assumir comportamentos extremos, que normalmente no seu quotidiano são muito controlados (Falassi, 1987). Assiste-se, desse modo, a uma espécie de inversão do padrão da vida social normal do dia-a-dia, construindo aquilo que se considera serem os quatro aspetos chave para o comportamento de um frequentador de festivais de verão: inversão, intensificação, transgressão e abstinência (Falassi, 1987). Assim, estes acontecimentos funcionam como novos espaços de identidade e pertença e são considerados, por muitos, verdadeiros locais de emancipação, com um tempo e um espaço de celebração próprios, que resultam num lugar de convergência fora da rotina diária, repleto de novas experiências e significados.

No fundo, estes acontecimentos, do ponto de vista sociológico, simbolizam uma espécie de ritual, onde o indivíduo procura atingir determinado *status*, “centrado na relação entre pares, na integração do grupo e na imitação recíproca e no reconhecimento de padrões comuns entre os seus membros” (Rocha, 2011, p.3), vulgo tribo, sem qualquer exclusão social. Na prática, segundo Rocha (2011), isso traduz-se na adoção de padrões de

---

<sup>8</sup> “A performance event comprising two or more live performances of pop music over one or more days and at recurring periods”.

comportamento respeitantes a uma determinada maneira de vestir, sítios a frequentar e tipos de música a ouvir.

Os visitantes deste tipo de festivais são, na sua maioria, indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e os 44 anos, em situação laboral e de classe média (Haslam, 2009).

### 1.3.1. Contextualização Histórica

Apesar da crescente popularidade, generalizada a nível global, os festivais de verão não apresentam, de maneira nenhuma, um novo desenvolvimento na área dos festivais de música. Durante o século XX, especialmente a partir dos anos 60, a música começa a popularizar-se enquanto fenómeno de massas, fruto do desenvolvimento de tecnologias de gravação e reprodução de áudio e da criação de uma indústria musical forte, que tirou partido da massificação da rádio enquanto meio de comunicação.

Numa primeira fase, assiste-se ao aparecimento de festivais de música *jazz*, realizados no período do verão. Contudo, começam a aparecer novos formatos que logo extravasam este conceito e elevam a fasquia dos festivais a outro nível. Porém, é importantíssimo o papel dos festivais de *jazz*, que testaram, ainda que de uma forma embrionária, parte do modelo que se seguiu com os festivais de verão e que ainda hoje conhecemos.

Em 1954, o *Newport Jazz Festival* foi o primeiro festival anual de *jazz* dos Estados Unidos da América. Realizado em Newport, Rhode Island, o evento apresentou uma programação composta por fóruns de discussão, com painéis de académicos, e atuações ao vivo. O festival teve lugar num casino e recebeu mais de 11 mil pessoas ao longo de dois dias.

Seguiu-se, em 1959, o *Newport Folk Festival*, realizado igualmente em Newport, pela mão de George Wein, o mesmo homem responsável pelo *Newport Jazz Festival*. Como contraponto ao festival previamente estabelecido, o *Newport Folk Festival* adicionou o género *folk* à sua programação musical de atuações ao vivo. Estes dois eventos iniciaram a era dos festivais, como hoje a conhecemos. Ambos continuam a sua atividade atualmente, embora tenham passado por alguns períodos de pausa ou de reorganização interna.

O *Fantasy Fair and Magic Mountain Music Festival* é considerado o primeiro festival *rock* dos EUA, e provavelmente do mundo. Organizado pela rádio *KFRC*, em 1967, rapidamente o evento se tornou num protótipo a larga escala do que conhecemos atualmente como festivais de *rock*. Foi aqui a primeira grande aparição dos *Doors*, durante a ascensão do seu primeiro sucesso, *Light My Fire*. Durante dois dias, passaram pelo festival cerca de 36 mil pessoas.

Apenas uma semana depois, teve lugar o *Monterey International Pop Music Festival*. É apontado como tendo sido o primeiro festival *rock* de grandes dimensões, em formato *outdoor*, servindo de modelo para os festivais do género que se seguiram. Realizou-se em Monterey, Califórnia, durante três dias, tendo comparecido mais de 200 mil pessoas nas imediações do recinto. O momento é recordado como tendo sido parte do início do “Verão do Amor”<sup>9</sup>, da cultura *hippie*<sup>10</sup>, ao ter celebrado a música, a paz, o amor e o movimento *flower-power*. Aqui, foram apresentadas as primeiras grandes atuações, em solo americano, dos *The Who* e *Jimi Hendrix*, entre outros, e o primeiro espetáculo marcante de *Janis Joplin*. A grande maioria dos músicos atuou de forma gratuita e os lucros do festival foram destinados para caridade. Para além disso, vários artistas conseguiram contratos de gravação depois de se apresentarem no festival, uma vez que estavam presentes responsáveis de várias companhias discográficas. De uma perspectiva musical, o *Monterey Pop Festival*, como também é conhecido, foi um evento inovador, com uma mistura eclética de estilos e sonoridades. Por outro lado, não só foi pioneiro na ideia básica de um evento musical em grande escala, com vários dias, como também forneceu o modelo criativo ainda hoje utilizado nos festivais de verão de todo o mundo.

Esta foi, de resto, uma das primeiras vezes em que se alteraram os tradicionais hábitos de consumo de música ao vivo. Os espaços fechados, como salas de espetáculo, óperas e teatros, deram lugar a zonas rurais e espaços verdes, onde fosse possível acampar e receber um maior volume de público. Foi igualmente o início do período dos festivais de contracultura dedicados à juventude.

Ao contrário do que era comum à época, o *Monterey Pop Festival* permitiu que os seus participantes expressassem sentimentos de pertença a uma tribo e fomentassem a ligação a um estilo de vida, na maioria dos casos, *hippie*. Stan Delk foi um dos vários festivaleiros que, face à ânsia de afirmação individual, encontrou no festival aquilo que procurava no seu dia-a-dia.

“Em 1967, existiam apenas alguns *hippies* na minha cidade. Eu e um amigo fomos muito ofendidos só pela nossa aparência e forma de vestir. Na escola, passei muito tempo no gabinete da diretora, só por causa do meu visual. Até o meu irmão mais velho, que tocava numa banda de *rock*, ainda não tinha cabelo comprido (ele tocava mais *R&B*). Embora fosse a nossa escolha, sentimo-nos um pouco desamparados na nossa própria casa. Aquele fim de

---

<sup>9</sup> O “Verão do Amor” foi um fenómeno social que ocorreu no verão de 1967, associado ao movimento *hippie*. A música, a experimentação de drogas e a prática do sexo livre, eram os veículos utilizados como forma de expressar a sua posição.

<sup>10</sup> Movimento coletivo de contracultura dos anos 60, iniciado nos EUA. Os seus integrantes optaram por um modo de vida comunitário, em comunhão com a natureza, e contestavam os valores tradicionais da sociedade norte-americana e o poder económico. O conhecido lema “Paz e Amor”, ainda hoje conhecido, sintetiza a postura política destes indivíduos.

semana em Monterey deu-nos o sentimento de pertencer a uma família, que se estendia fora das nossas fronteiras. Nós fizemos vários amigos e desenvolvemos uma ideia de grupo. Também deixamos Monterey com a consciência de que existia mais gente como nós, que realmente queria ser e fazer alguma coisa especial no mundo. Fazer realmente diferença e mudar o mundo. Não ficar apenas preso num cubículo e passar o resto da vida atrás de uma secretária” (Delk, 2010)<sup>11</sup>.

Agosto de 1969. A localidade de Bethel, em Nova Iorque, recebe o *Woodstock Music & Art Fair*, depois de os habitantes de uma cidade vizinha se terem insurgido contra a realização do evento no seu território. O mais famoso festival de música de sempre, decorreu durante três dias, em agosto, e foi claramente um momento de definição na História da música e da cultura *pop*. Sob o mote *Uma Exposição Aquariana: 3 Dias de Paz & Música*, o festival atraiu mais de 500 mil pessoas às imediações do recinto. Face às parcas condições de segurança, as cercas que delimitavam o espaço do festival foram derrubadas e os 250 hectares da quinta onde tudo acontecia foram “invadidos”. Programado para ser lucrativo, e depois de vendidos inicialmente 200 mil bilhetes, o festival acabou por ser gratuito. Tudo começou depois de um grupo de jovens, com capital disponível para investir, ter publicado um anúncio num jornal local em busca de oportunidades de investimento. Obtiveram respostas, uma das quais a idealizar a criação de um estúdio de música. Rapidamente essa intenção evoluiu para um festival de música e artes ao ar livre. O fluxo de pessoas em direção ao festival provocou congestionamentos a vários níveis nas redondezas. Porém, face ao grande volume de público, às más condições meteorológicas e à falta de condições adequadas à dimensão do festival, que se fizeram sentir, é surpreendente que tudo tenha corrido bem, com a convivência a decorrer de forma ordeira e pacífica. Houveram, no entanto, duas mortes no local. Uma por overdose de heroína e outra no seguimento de um atropelamento. Foram ainda registados os nascimentos de duas crianças no local.

Este festival simbolizou, à altura, o apogeu da contracultura. Em período de Guerra Fria, e com a envolvimento dos EUA na Guerra do Vietname, crescia, entre a juventude norte-americana, um movimento de oposição ao conflito e de resistência às convocações militares. Nesse sentido, os jovens procuravam uma cultura de novos valores, como consequência da não identificação com aqueles transmitidos pela sociedade. Para isso, contribuiu, também, o crescimento dos meios de comunicação que se faziam sentir, dando a conhecer aos jovens uma outra dimensão universal do mundo e aproximando-os de uma maior integração cultural

---

<sup>11</sup> “In 1967 there were only a few “hippie” types in my town. My friend and I took a lot of abuse for the way we looked and dressed. In high school I spent a lot of time in the Dean’s office just for the way I looked. Even my older brother, who played in a rock band, did not have long hair yet. (He was playing rhythm and blues mostly.) So, even though it was our own choosing, we felt a little out of place at home. That weekend at Monterey gave us a sense of belonging to a family that extended outside of our closed in borders. We made a lot of friends and developed a real sense of kinship. We also left Monterey with a heightened sense of awareness that there were more of us out there who really wanted to be and do something special in the world. Make a real difference and change the world. Not just fit into a slot and spend the rest of our lives behind a desk”.

e humana. A inovação de estilos e o espírito mais libertário, centrados numa cultura marginal, traduziram-se, sobretudo, em transformações de consciência, valores e comportamentos. Daí a busca de novos espaços e canais de expressão. O movimento *hippie* foi o principal representante deste auge de contracultura, ao ambicionar a transformação da sociedade como um todo, através da tomada de consciência, da mudança de atitude e do protesto político. Por essa razão, Cummings (2007), afirma que o *Woodstock* “foi um festival que juntou uma geração contra-cultural e representou um ponto de viragem no uso da música, como um meio para a expressão política” (p.26)<sup>12</sup>. Este acontecimento, que marcou o panorama mundial dos festivais de música, foi um espaço aliado da cultura *hippie*, que valorizava os ideais de paz, liberdade, amor, vida em comunidade e o uso de drogas.

O *Woodstock*, apesar de ser o festival de música mais mediático da História, não foi o primeiro do seu género, como é muitas vezes afirmado. Aconteceu, aliás, tendo por base o modelo de festival do *Monterey Pop Festival*, que havia acontecido dois anos antes. Porém, é claramente o mais importante festival de música de todos os tempos, por tudo aquilo que representou a nível social e político.

Nesta primeira edição, o festival recebeu 32 atuações ao longo de quatro dias. *Grateful Dead*, *Canned Heat*, *The Who*, *Jimi Hendrix* e *Janis Joplin* foram os principais destaques da programação. Depois de uma primeira edição de sucesso, existiram várias tentativas para a recriação do *Woodstock*, mas, de uma forma geral, sem o sucesso e a magia da edição original.

Na Europa, a tendência dos festivais de música acentuava-se igualmente, com vários festivais a atingirem dimensões consideráveis no início da década de 70. Embora a sua edição original remonte a 1968, um ano antes do *Woodstock*, o *Isle of Wight Festival* atingiu o auge dois anos depois, em agosto de 1970. Integrado, igualmente, no movimento de contracultura que à época se fazia sentir nos festivais norte-americanos, este festival dedicado aos géneros *rock* e *pop*, recebeu, de acordo com algumas estimativas da altura, cerca de 700 mil pessoas. Porém, tal como havia acontecido com *Woodstock* um ano antes, o festival enfrentou dificuldades logísticas e a organização percebeu, desde logo, que não ia conseguir obter lucros e anunciou um festival “livre”, embora a maioria do público já tivesse comprado os ingressos antecipadamente.

A Ilha de Wight, em Inglaterra, recebeu ao longo de três dias nomes como *Leonard Cohen*, *The Who*, *Jimi Hendrix*, *Doors* ou *Joni Mitchell*, entre outros. O festival é considerado o maior da sua geração, conseguido reunir mais público que o festival *Woodstock*. Após essa edição histórica, e depois da elevada participação no evento musical, o Parlamento Britânico

---

<sup>12</sup> “The American *Woodstock* festival of 1969 brought together a counter-cultural generation. *Woodstock* represented a milestone in the use of music as a medium for political expression”.

aprovou, em 1971, uma lei que visava impedir ajuntamentos de mais de cinco mil pessoas na ilha, sem licença, conhecida como *Isle of Wight Act*. Com essa decisão, o festival foi suspenso nos anos seguintes, tendo retomado a atividade em 2002, embora sem ligação às primeiras edições.

Atualmente, o panorama internacional de festivais de música conta com vários eventos musicais de grande dimensão, realizados no período do verão. O mais emblemático é o *Glastonbury Festival*, que tem lugar em *Worthy Farm*, uma propriedade próxima da vila de Pilton, na região sudoeste de Inglaterra. Reconhecido como o maior festival de música do mundo (Sarmiento, 2007), esgotou os 135 mil bilhetes para a edição de 2015 em apenas 25 minutos. Em 2005, o festival apresentou um total de 385 atuações, numa área aproximada de 3,6 quilómetros quadrados. Atraiu, nesse ano, cerca de 150 mil pessoas (Sarmiento, 2007).

*Bonnaroo Music and Arts Festival* e *Lollapalooza*, nos EUA, *Roskilde Festival*, na Dinamarca, *Tomorrowland*, na Bélgica e *Sziget Festival*, na Hungria, são alguns dos principais e mais mediáticos festivais que têm anualmente lugar na agenda dos festivais de verão. Apesar de serem festivais contemporâneos, têm ainda os moldes dos festivais dos anos 60 e 70. A alternativa e o espírito de contracultura desses festivais evoluiu para algo mais *mainstream*, abrangendo atualmente todo o tipo de eventos e géneros musicais associados. A riqueza contemporânea e a variedade de festivais têm um efeito, mas também contribuem para criar e dar uma forma a uma vida cultural contemporânea e diversificada.

## 1.4. Festivais de Verão em Portugal

Portugal faz atualmente parte dos principais roteiros de festivais de verão. Nas duas últimas décadas tem-se registado um aumento exponencial na quantidade e diversidade deste tipo de eventos, contrariando a dinâmica que se fez sentir até ao início dos anos 90, do século passado, onde não existia uma acentuada regularidade de festivais de música. Assim, esse cenário de proliferação tem-se consolidado ano após ano, fazendo com que os festivais de verão se tornem num fenómeno assíduo no panorama cultural nacional. Em 2015, ocorreram 210 festivais de música no nosso país, 67% dos quais nos meses de verão (Associação Portuguesa de Festivais de Música, 2015).

Vilar de Mouros marcou o início de uma Era de festivais de música em Portugal. As verdadeiras origens deste, que acabou por ser o primeiro festival de verão português, encontram-se em 1965, ano em que se realizou, naquela localidade, um típico festival de folclore minhoto, com a designação que o festival ainda hoje mantém: *Festival Vilar de Mouros* (Zamith, 2003). Esse acontecimento repetiu-se nos anos seguintes, sob o formato de

um festival folclórico, até 1968. O médico António Barge foi o grande obreiro daquilo que ainda hoje conhecemos como *Festival Vilar de Mouros*.

O primeiro festival eclético de Vilar de Mouros teve lugar em 1968, sendo “decisivo na afirmação de um evento absolutamente singular no país e na projeção extramuros de uma aldeia hoje querida de muitos portugueses” (Zamith, 2003, p. 34). Foi nesta edição que se deu a primeira projeção do festival para fora de portas, depois das edições anteriores serem dirigidas maioritariamente às gentes locais. Nesse ano, acorreram a Vilar de Mouros 15 mil espetadores (Zamith, 2003), que assistiram a atuações da *Banda da Guarda Nacional Republicana*, expoente máximo de uma instituição militar do regime, e *Zeca Afonso*, representante maior dos músicos de intervenção que se opunham a esse mesmo regime.

Ainda antes do primeiro grande *Festival Vilar de Mouros*, em 1971, foi pensado um outro evento, ainda durante o período de vigência do Estado Novo, com características similares ao que hoje se continua a apelidar de festival de verão. Planeado para acontecer na mata do Colégio Salesiano do Estoril, em agosto de 1970, este festival concebido e organizado por José Cid e José Nuno Martins, inspirado no *Woodstock*, acabou por não acontecer. Pouco antes de começar, e após o preço dos bilhetes ter duplicado no dia do espetáculo, de 2,5 escudos para 5, o evento foi cancelado pela PIDE. Os cerca de três mil jovens que tinham rumado ao Estoril acabaram, depois, por se envolverem numa batalha campal com a polícia de choque, que durou toda a tarde, obrigando os agentes a soltarem cães para dispersar a confusão. A razão do cancelamento foi a falta de licença para o espetáculo, que estava a cargo da Junta de Turismo da Costa do Sol. A programação do evento incluía os artistas *Objectivo*, *Chinchilas*, *Paulo de Carvalho* e *Fernando Tordo* (SÁBADO, s.d.).

Projetados como atração turística de Vilar de Mouros, os festivais foram-se sucedendo. Chega-se à edição de 1971. Depois de três anos de preparação, a aldeia minhota recebeu a primeira grande edição, pelo menos a mais mediática, do *Festival Vilar de Mouros*. Um evento de música moderna para a juventude, que trouxe até ao Alto Minho o excêntrico músico britânico *Elton John*. Na calha para atuar estiveram ainda outros colossos da época, como *Rolling Stones*, *Pink Floyd* ou *The Beattles* (Zamith, 2003). Durante os dias do festival, Vilar de Mouros virou local sagrado, tornando-se destino de peregrinação de milhares de jovens portugueses. Terão estado no festival, segundo Zamith (2003), um total de 20 a 30 mil pessoas, que testemunharam uma viragem cultural significativa, num país que se encontrava sob um regime ditatorial (Sarmiento, 2007). O festival teve, por isso, um papel importante de contestação ao regime. Ao mesmo tempo, e com propagação da cultura *hippie*, em jeito de ressaca do *Festival Woodstock*, Vilar de Mouros assistiu à valorização dos ideais de paz, liberdade, amor, vida em comunidade e o uso de drogas (Sarmiento, 2007), que acabaram por ter enorme influência na forma como o festival decorreu, com jovens envolvidos em práticas de libertação e transgressão.

Depois de uma edição de sucesso, o festival passou por um interregno de vários anos, voltando a realizar-se em 1982, já em período pós-25 de abril. Foi nesta edição que o grupo irlandês *U2* se estrou em Portugal. Em 1996, o festival realizou-se com organização profissional a cargo da promotora *Música no Coração*, como forma de celebração dos 25 anos da histórica edição. Daí para cá, o festival tem acontecido em alguns anos, mas na maioria dos casos, sempre envolto em polémicas, com várias edições a serem canceladas depois de comunicadas ao grande público.

Os anos 90 marcaram o aparecimento de uma série de festivais de verão, que se começaram a realizar de forma continuada no tempo, surgindo, desse modo, um novo tipo de oferta cultural. O Vodafone Paredes de Coura teve a sua primeira edição em 1993, depois de um grupo de amigos idealizar a realização de algo para a juventude da vila. Considerado atualmente um festival de culto, o *Paredes de Coura*, tem mantido a sua linha identitária de inspiração *rock* e sonoridades alternativas, tendo lugar numa localização de excelência, uma espécie de anfiteatro natural, junto à Praia Fluvial do Taboão.

Depois disso, foi a vez do *Super Bock Super Rock* se assumir como mais um festival de verão, em 1995. Idealizado para um conceito urbano, em Lisboa, o festival nunca assumiu, nos primeiros anos de atividade, um local fixo para a sua realização. Passou pela Gare Marítima de Alcântara, em 1995, pelo Passeio Marítimo de Alcântara, em 1996, pelo Passeio Marítimo de Algés, em 1997, pela Praça *Sony*, em 1998, coincidindo com a *Expo'98*, até que nos anos seguintes foi adotando uma outra postura face à forte concorrência que se começou a fazer sentir.

Dois anos após a primeira edição do *SBSR*, como também é conhecido, a promotora *Música no Coração*, principal responsável pelos festivais de verão do país na década de 90, chegou à costa alentejana com um festival fora do ambiente urbano, e com uma oferta musical que, edição após edição, se foi assumindo como *mainstream*. O *MEO Sudoeste* continua, ainda hoje, a realizar-se na mesma localização inaugural, igualmente focado na música de massas e atraindo, todos os anos, milhares de jovens à Zambujeira do Mar.

Nos últimos anos, muitos festivais têm surgido e outros saído de cena. É cada vez mais difícil atingir o sucesso, fruto da constante concorrência que se faz sentir nas áreas da música e dos festivais. Destaque para o aparecimento repleto de sucesso do internacional *Rock in Rio*, associado às maiores estrelas da música, em 2004, do *NOS Alive*, que aposta em grandes nomes do *rock* e *pop*, a partir de 2007, e para o irmão mais novo do *Primavera Sound* de Barcelona, *NOS Primavera Sound*, que decorre no Porto desde 2012, assumindo-se como um festival claramente alternativo.

Muitos outros festivais fizeram as delícias dos festivaleiros ao longo das últimas décadas. Torna-se impossível enumerar todos eles nesta contextualização, porém há que salientar a importância que teve o *Festival Ilha do Ermal*, na apresentação de géneros mais pesados da cena musical.



# Capítulo 2. A Cultura do Entretenimento

## 2.1. Indústria Cultural

Entender a *Indústria Cultural* é analisar, numa primeira fase, a posição de Walter Benjamin em *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*. Nesse ensaio, o autor analisa as alterações provocadas pelas novas técnicas de produção artística, como a fotografia e o cinema, na esfera da cultura, em especial a reprodutibilidade das obras de arte, que foram surgindo na primeira metade do século XX, em torno da industrialização.

O principal argumento utilizado em relação às modificações introduzidas diz respeito à perda da aura da obra de arte, até então preservada pela autenticidade e unicidade que a caracterizavam. Walter Benjamin define aura como “figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante por mais perto que ela esteja” (Benjamin, 1969, p. 3).

Benjamin considera que mesmo na reprodução mais perfeita que possa existir, o elemento “aqui e agora” (Benjamin, 1969, p. 2) permanece ausente, isto é, a autenticidade que deve caracterizar a obra não é apenas física, localizada no espaço, é também temporal.

“Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra. É nessa existência única, e somente nela, que se desdobra à história da obra. Essa história compreende não apenas as transformações que ela sofreu, com a passagem do tempo, na sua estrutura física, como as relações de propriedade em que ela ingressou” (Benjamin, 1969, p. 3).

A origem da obra, a simbologia que representa e o culto a que estava sujeita, com uma reprodução não manual da obra de arte, deixam de existir. O processo, segundo Walter Benjamin, devia ser único e não reproduzível, caso contrário colocaria em questão todo o sentido de cultura que a obra pudesse representar, uma vez que não estava garantido o seu valor de culto (Araújo, 2010).

O autor reconhece, porém, que “a obra de arte sempre foi reproduzível” (Benjamin, 1969, p. 1), pois o que os homens faziam podia sempre ser replicado por outros. A diferença é que essa imitação era praticada por discípulos, durante o processo de aprendizagem, pelos mestres, para a difusão das suas obras, e, também, por terceiros, apenas interessados no lucro (Benjamin, 1969).

O que condiciona a forma, a qualidade e o volume com que são feitas essas reproduções, defende Walter Benjamin, são as técnicas disponíveis em cada época (Araújo, 2010). Enquanto noutras épocas o baixo nível técnico levava à produção de obras de arte para a eternidade e à reprodução de valores eternos (Benjamin, 1969), na época de elaboração do ensaio em análise houve o desenvolvimento de técnicas mais modernas, que permitiram uma maior qualidade de reprodução e a realização de cópias em larga escala (Araújo, 2010).

Com as novas técnicas, a obra pode igualmente torna-se mais perfectível. Ao conjugar esta ideia com a de reprodutibilidade, que não se restringe unicamente à cópia da própria obra, o autor “vincula à primeira a ideia de apropriação e aprimoramento da obra pelo recetor” (Araújo, 2010, p. 126). Deste modo, ao contrário do que era habitual até aqui, a obra entraria num processo em que poderia, para além de ser acedida vulgarmente, ser, também, aprimorada, não só pelos seus criados, mas também pelos recetores (Araújo, 2010).

Segundo Benjamin (1969), a unicidade e a durabilidade que caracterizavam a aura da obra de arte dão lugar à transitoriedade e repetibilidade, numa fase em que a obra perde a aura. Como consequência, Araújo (2010) considera que há uma substituição do tradicional valor de culto pelo valor de exposição, ao haver maior acesso e uma maior necessidade de exposição da obra.

“A disponibilidade para exposição de uma obra de arte cresceu em tal escala, com os vários métodos da sua reprodutibilidade técnica, que a mudança de ênfase de um polo para outro corresponde a uma mudança qualitativa comparável à que ocorreu na pré-história. Com efeito, assim como na pré-história a preponderância absoluta do valor de culto conferido à obra levou-a a ser concebida em primeiro lugar como instrumento mágico, e só mais tarde como obra de arte, do mesmo modo a preponderância absoluta conferida hoje ao seu valor de exposição atribui-lhe funções inteiramente novas, entre as quais a ‘artística’, a única de que temos consciência, talvez se revele mais tarde como secundária” (Benjamin, 1969, p. 4).

Mesmo que essas novas circunstâncias, a que se refere o teórico alemão, deixem o conteúdo da obra intacto, elas irão desvalorizar, de qualquer modo, aquilo que ela representa, enquanto objeto, até aqui, cultural.

“Embora esse fenómeno não seja exclusivo da obra de arte, podendo ocorrer, por exemplo, numa paisagem, que aparece num filme aos olhos do espectador, ele afeta a obra de arte num núcleo especialmente sensível que não existe num objeto da natureza: a sua autenticidade” (Benjamin, 1969, p. 2).

Tudo isto faz com que a ideia de a cultura ser uma atividade restrita a um pequeno número de qualificados capazes de atingir, através da sua produção, o mundo ideal da cultura, e aproxima-se da ideia de que a cultura é uma atividade da qual todos os cidadãos podem participar (Araújo, 2010).

A industrialização da cultura marcou a própria produção cultural no século XX. “Se até metade do século XIX, foi preponderante a noção de cultura ‘clássica’ ligada ao erudito e às artes superiores [...] duas grandes concepções se articularam – uma emergente do pensamento marxista e outra liberal – com diferentes visões sobre a cultura de massas” (Silva, 2009, p. 92).

No seguimento dessas modificações, os teóricos Theodor Adorno e Max Horkheimer, ambos da *Escola de Frankfurt*<sup>13</sup>, utilizam pela primeira vez o termo *Indústria Cultural* na obra *Dialética do Esclarecimento*, em 1947, substituindo, dessa forma, o termo *Cultura de Massa*. O objetivo foi evitar uma conotação do novo termo com uma cultura que florescesse de forma espontânea a partir das massas.

Ao afirmarem *Indústria Cultural*, Adorno e Horkheimer, referem-se a uma comunicação de massa feita de forma industrial, em série, sem critérios, com o objetivo de alcançar o maior número possível de pessoas. Segundo os autores, os meios de comunicação converteram-se a essa indústria, à indústria que busca o lucro, através das tecnologias de reprodução que permitiram a produção em larga escala dos produtos culturais (Araújo, 2010).

“Sob o poder do monopólio, toda a cultura de massas é idêntica, e o seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por ele, começa a delinear-se. Os dirigentes já não estão sequer muito interessados em encobri-lo, o seu poder fortalece-se quanto mais brutalmente ele se confessa público. O cinema e a rádio não precisam mais de se apresentar como arte. A verdade é que não passam de um negócio, utilizando a arte como ideologia destinada a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Eles definem-se a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas com os rendimentos dos seus diretores gerais suprimem todas as dúvidas quanto à necessidade social dos seus produtos” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 99).

No sentido crítico, é referido que a cultura já não possuía o sentido de educar e de formar novos públicos, tendo apenas o objetivo de ser difundida enquanto um produto financeiro e vantajoso para quem o criava. “A técnica da *indústria cultural* levou apenas à padronização e

---

<sup>13</sup> O termo *Escola de Frankfurt* surgiu como forma de descrever os teóricos e pensadores com ligação ao Instituto de Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt. O grupo de intelectuais foi responsável pelo manifesto *Teoria Tradicional e Teoria Crítica*, que procurou entender a cultura como elemento de transformação da sociedade. Foi também nesta escola que surgiu inicialmente o conceito de *Indústria Cultural*, por Theodor Adorno e Max Horkheimer.

à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 100). Esta definição terminou com a junção de duas esferas anteriormente separadas: arte superior e arte inferior (Adorno, 1991). Ao mesmo tempo, refere Silva (2009), os *Cultural Studies* rompem com a distinção entre cultura de elite e cultura popular, não restringindo cultura à produção artística, mas incluindo todas as expressões e valores de um povo.

O processo de industrialização acabou por condicionar toda a produção cultural. Segundo Araújo (2010),

“a industrialização expandiu-se de tal forma ao longo do século XX que, ao invés de se limitar à sua função instrumental de permitir a produção e a circulação em larga escala dos produtos, levando-os até ao grande público, a sua lógica de produção passou a dominar a produção da cultura” (p. 128).

Com isto, a *Indústria Cultural* levou à padronização e à produção em série de obras de arte, “sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 100), conferido a tudo um ar de semelhança. Essa situação surgiu com a necessidade de atribuir um valor de mercado aos produtos culturais, ou seja, atribuindo-lhes uma função no setor económico. O próprio valor de uso foi desaparecendo à medida que o valor de troca foi ganhando importância e se valorizou, perante uma ideologia económica, que tinha como principal objetivo atingir as massas. O negócio que daí resultou esqueceu quaisquer valores de cultura, anteriormente defendidos por Walter Benjamin, e passou a encarar todo e qualquer produto enquanto mercadoria, com o respetivo valor de troca. Não é o público que condiciona a *Indústria Cultural*, mas sim, a *Indústria Cultural* que condiciona o gosto dos consumidores, através do controlo dos meios de promoção e distribuição da oferta de obras padronizadas (Adorno & Horkheimer, 1985).

Como consequência a estas transformações, o termo *cultura*, até aqui valorizado pela sua autonomia artística e produção única, passou a estar conotado com uma lógica de grande consumo, “preocupada em atingir as massas e, com isto, obter efeitos comerciais” (Oliveira, 2012, p. 8). O cultivo pela obra e a instrução do público enquanto recetor, não produtor, deram lugar ao interesse económico e à busca por lucros financeiros.

### 2.1.1. O Papel da Rádio

"É para e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas. Não há dúvida de que, sem o impulso prodigioso do espírito capitalista, essas invenções não teriam conhecido um desenvolvimento tão radical e maciçamente orientado" (Morin, 2007, p. 22).

Rudolf Arnheim, psicólogo alemão, via a rádio como um meio revolucionário, interpretando o meio como sendo um veículo de transmissão cultural. Acreditava que a principal característica da rádio residia na possibilidade de ser um meio de expressão artística que ia para lá da transmissão e divulgação. "Cativa-me muito mais o tema rádio como meio de expressão. Proporciona ao artista, ao amante da arte, ao teórico uma nova experiência" (Arnheim, 1980, p. 16)<sup>14</sup>.

Arnheim mostrava-se deslumbrado com a possibilidade de contacto entre diferentes culturas, apenas com recurso ao aparelho radiofónico. Como exemplo, refere que um recetor de rádio instalado num café, numa vila piscatória do sul de Itália, permitia a pessoas, que nunca tinham viajado ao estrangeiro, ouvirem música francesa e alemã. "Esta é a maior maravilha da rádio: a grande ubiquidade que possui; a música e as conversas transpõem fronteiras, vencem o isolamento imposto pelo espaço, importam cultura aos países usando as invisíveis asas das ondas, ao mesmo custo para todos" (Arnheim, 1980, pp. 15-16)<sup>15</sup>. Contudo, defendia que a rádio devia apostar na criação de produções próprias que se expressassem enquanto arte, condenando a transmissão de alguns conteúdos programáticos como óperas ou peças teatrais, que precisam do complemento visual para serem totalmente perceptíveis (Arnheim, 1980), o que não acontece em rádio. Para o autor, era necessário difundir com critério, isto é, apostar na produção de criações específicas ou na adaptação de conteúdos já existentes, utilizando uma linguagem adequada ao meio radiofónico. "Se não for assim, a rádio estará apenas transmitindo arte e não fazendo arte" (Zuculoto, 1998, p. 8). Embora entusiasmado com essas possibilidades de transmissão, Arnheim não discutiu os seus objetivos, nem o tipo de informação e cultura que seriam transmitidos.

Com o novo conceito de *Indústria Cultural*, Theodor Adorno critica a rádio, como sendo mais um instrumento da cultura de massas, classificando-a enquanto bem de consumo padronizado e produzido em larga escala, rejeitando por isso qualquer finalidade sociocultural. Portela (2006) considera que Adorno

---

<sup>14</sup> "Me cautiva mucho más el tema de la radio como medio de expresión. Proporciona al artista, al amante del arte, al teórico, una nueva experiencia".

<sup>15</sup> "Esta es la mayor maravilla de la radio: la gran ubicuidad que posee; los cantos y charlas traspasan las fronteras, vencen el aislamiento impuesto por el espacio, importan cultura a los países usando las invisibles alas de las ondas, al mismo coste para todos".

“coloca sérias reservas quanto à natureza democrática da rádio, na medida em que a todos entrega exatamente os mesmos programas, num exercício autoritário que os transforma em ouvintes e lhes impede a demonstração de individualidade e interpretação do papel do sujeito no processo de comunicação” (p. 33).

O teórico da *Escola de Frankfurt* era crítico do tipo de percepção que os ouvintes têm daquilo que ouvem, nomeadamente no caso da música, considerado que tudo não passa de entretenimento, criando, dessa forma, a ilusão no público de que está a consumir algo com qualidade.

Aplicando o exemplo de Arnheim ao pensamento de Adorno, os habitantes da pequena vila piscatória no sul de Itália estavam enganados quanto ao conteúdo radiofónico que lhes era apresentado, uma vez que “é absurdo dizer que [a música] possa ser recebida pelo ouvinte como qualquer coisa além de entretenimento. [...] Esse reconhecimento iria criar no público a ilusão de que estava a receber a melhor música do mundo” (Adorno, 1993, p. 279)<sup>16</sup>. Para Zuculoto (1998), essa situação resulta na satisfação do ouvinte, uma vez que “funciona como uma compensação por perdas [e] frustrações” (p.9).

Ao classificar a música como mercadoria e não como arte, Adorno questiona se a distribuição massiva de música vai resultar num aumento da cultura musical (Zuculoto, 1998), referindo que “o ouvinte suspende toda a atividade intelectual quando se relaciona com a música e se satisfaz consumindo e avaliando as suas qualidades gustatórias, como se a música com melhor gosto fosse também a melhor música possível (Adorno, 1993, p. 274).<sup>17</sup> Entende ainda que, perante este cenário, acontece uma regressão de público, tal como noutras áreas de uma sociedade que vive inserida numa cultura de massas (Adorno, 1993).

## 2.2. A Mediatização da Música ao Vivo

A mediatização da música ao vivo teve como seu grande aliado o evento musical *Live Aid*, a 13 de julho de 1985. Até aí, a música ao vivo não tinha uma grande expressão enquanto conteúdo mediático. O *Live Aid* foi um evento de solidariedade, que envolveu um projeto humanitário, contra a fome na Etiópia. Várias atuações de música *pop* e *rock* integraram a

---

<sup>16</sup> “Consequently, it would be absurd to maintain that it could be received by the listener as anything but entertainment. [...] a recognition of radio music as such would shatter listener's artificially forested belief that they are dealing with the world's greatest music”.

<sup>17</sup> “The listener suspends all intellectual activity when dealing with music and is content with consuming and evaluating its gustatory qualities - just as if the music that taste best were also the best music possible”.

programação do evento, que teve dois palcos principais, a decorrer em simultâneo, nos estádios de *Wembley*, em Londres, e *John F. Kennedy*, em Filadélfia.

Artistas conhecidos mundialmente chamaram a atenção do público para o evento, tornando-o no “maior espetáculo musical alguma vez transmitido em televisão para todo o mundo” (Santos, 2015).

Em Portugal, a cobertura ficou a cargo da *RTP* e da antiga *Rádio Comercial*, com uma transmissão única em inovações tecnológicas, combinações de fusos horários e alinhamento de emissões ao minuto. Tudo isso se traduziu numa autêntica maratona de 16 horas de emissão em direto, entre o fim de tarde de sábado, início de madrugada de domingo e meia dúzia de horas em diferido na segunda-feira. Segundo Aguiar (2015), “hoje em dia seria impensável [isso voltar a acontecer], seria um fecho de *Telejornal*, um, dois minutos era o máximo que teria de tempo de antena”.

Foi a maior cobertura televisiva via satélite até então. Aguiar (2015), recorda que o espetáculo foi transmitido para 160 países, sintonizado por 90% dos televisores e rádios existentes no planeta, visto e ouvido por mil e 500 milhões de pessoas.

Toda a mobilização teve origem numa reportagem da *BBC*, que sensibilizou Bob Geldof, principal mentor do evento, a abraçar os valores da solidariedade e comunhão, ancorados a figuras da música e do cinema (Santos, 2015). O músico irlandês esteve na origem do evento, depois da junção de vários músicos para a gravação da música *Do They Know It's Christmas?*, em 1984, para uma campanha de natal a favor de África. A música conheceu mais duas versões depois disso. Foi regravada em 1989, depois de uma onda de fome na Etiópia, e em 2004, com os 20 anos do evento, foi gravada uma outra versão, embora se tenha decidido alterar um pouco o estilo musical. Em 2014, assinalaram-se os 30 anos da edição original e, mais uma vez, vários artistas de uma nova geração de músicos britânicos e irlandeses voltaram a juntar-se para uma nova versão. Todas as versões atingiram o primeiro lugar do top de *singles* do Reino Unido. A última vendeu cerca de 200 mil cópias.

Este foi, por tudo isto, um marco na expansão tecnológica na área da televisão, com emissões via satélite e via cabo, e a proliferação do *VHS* (António Sérgio, 2015). Coincidiu, ainda, com o aparecimento da *MTV*.

O acontecimento marcou a cultura do espetáculo, dando início à “globalização da comunicação” (Costa, 2015).



# Capítulo 3. Jornalismo Radiofónico

## 3.1. O Jornalismo em Rádio

O natural crescimento da rádio no século XX fez com que se tornasse no meio de comunicação mais económico e popular. Ainda assim, o seu potencial enquanto plataforma para a atividade jornalística ainda não estava devidamente explorado, apesar do conceito de jornalismo estar já estabelecido na imprensa.

Numa primeira fase, o jornalismo radiofónico viveu das notícias que saíam nos jornais. Os locutores limitavam-se a ler o que saía na imprensa, não apostando em conteúdos próprios que explorassem o direto e acrescentassem novos dados às informações veiculadas. Agostinho (2011) afirma que este complemento da imprensa escrita era, sobretudo, de âmbito local. O mesmo autor refere, ainda, que esta foi uma tendência que “acabaria por não perdurar no tempo, afinal eram ambos concorrentes” (Agostinho, 2011, p.51).

Apesar da difusão de notícias em rádio estimular a venda de jornais (Faus Belau, 1981 citado em Meditsch, 1999), a verdade é que a rádio se impunha cada vez mais enquanto um meio de comunicação independente, deixando para trás a hegemonia da imprensa.

Nesse sentido, começaram a surgir restrições à divulgação de notícias nas emissões radiofónicas. Estados Unidos da América, Inglaterra e França, foram alguns dos países que se viram obrigados a reformular o modo como eram emitidos os boletins informativos. Nalguns casos, as notícias só poderiam ser divulgadas depois da tiragem habitual dos jornais, o que acabou por condicionar, também, a gestão diária da programação. Com emissões contínuas e cada vez mais sofisticadas, as estações tiveram dificuldades na difusão de conteúdos e na gestão da grelha diária, vivendo assim

“da leitura de jornais, poemas e trechos de obras literárias, da execução ao vivo de peças musicais por músicos contratados, da transmissão de espetáculos como concertos, óperas e peças teatrais, e ainda da abertura de microfones para conferências de intelectuais e eruditos” (Meditsch, 1999, p. 25).

Uma das primeiras grandes emissões de jornalismo radiofónico da história aconteceu no Reino Unido, pela mão da *BBC*. Perante a greve geral de 1926<sup>18</sup>, que opôs milhões de trabalhadores

---

<sup>18</sup> Movimento grevista de apoio ao sector mineiro, ocorrido entre 3 e 12 de maio de 1926 no Reino Unido. Durante esse período, a paralisação foi total e chegou a mobilizar cerca de dois milhões de trabalhadores, que reivindicavam melhores condições salariais.

ao Governo, a emissora britânica viu revogado o embargo a que tinha sido submetida no âmbito da difusão de notícias. A estação passou a emitir cinco boletins diários com informação, que de outra maneira não chegaria às pessoas.

A rapidez com que as notícias eram veiculadas, aliada à possibilidade de atualização em tempo real, fez com o que o número de ouvintes britânicos de rádio aumentasse significativamente durante esse período (Crisell & Starkey, 2009), “com famílias juntas em torno da rádio, encantadas com o que ouviam” (Crisell & Starkey, 2009, p. 6)<sup>19</sup>. A curiosidade em acompanhar as emissões fez com que, também, o número de vendas de aparelhos disparasse no Reino Unido, tornando este acontecimento na primeira revolução eletrónica da história (Crisell & Starkey, 2009).

A sensação de ouvir notícias de forma quase imediata acabou por criar um novo hábito de consumo: sintonizar a telefonia, para saber o que se passava um pouco por todo o mundo. Assim, a rádio tornou-se rapidamente “no meio mais económico e rápido de informação e entretenimento” (Silva, 2010).

Em Portugal, a população tinha acesso a algumas notícias divulgadas pelos locutores de serviço, embora a paixão dos portugueses fosse a música e o teatro radiofónico (Silva, 2010). Este foi, aliás, o papel da rádio desde sempre: juntar famílias, amigos e vizinhos em torno da telefonia.

### 3.2. A Linguagem Radiofónica

A rádio continua o seu processo de desenvolvimento, adaptação e integração em novas plataformas. Durante esse percurso, “emerge uma rádio tecnicamente diferente com contributos para a inovação das linguagens, dos conteúdos e do próprio modelo radiofónico” (Herreros, 2001, p. 24)<sup>20</sup>.

A rádio é originalmente um meio ligado ao som, tendo por isso uma linguagem própria que a caracteriza. Balsebre (1994) define a linguagem radiofónica como

“o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonos e do silêncio, cuja significação é determinado pelo conjunto de recursos técnico-expressivos da

---

<sup>19</sup> “Families would gather round the wireless, enthralled by what they heard”.

<sup>20</sup> “Emerge una radio tecnicamente diferente con aportaciones para la innovación de los lenguajes, de los contenidos y del propio modelo radiofónico”.

reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos radiouvintes” (p. 27)<sup>21</sup>.

Desta maneira, o autor espanhol apresenta um sistema semiótico onde define os quatro elementos expressivos da linguagem radiofônica.

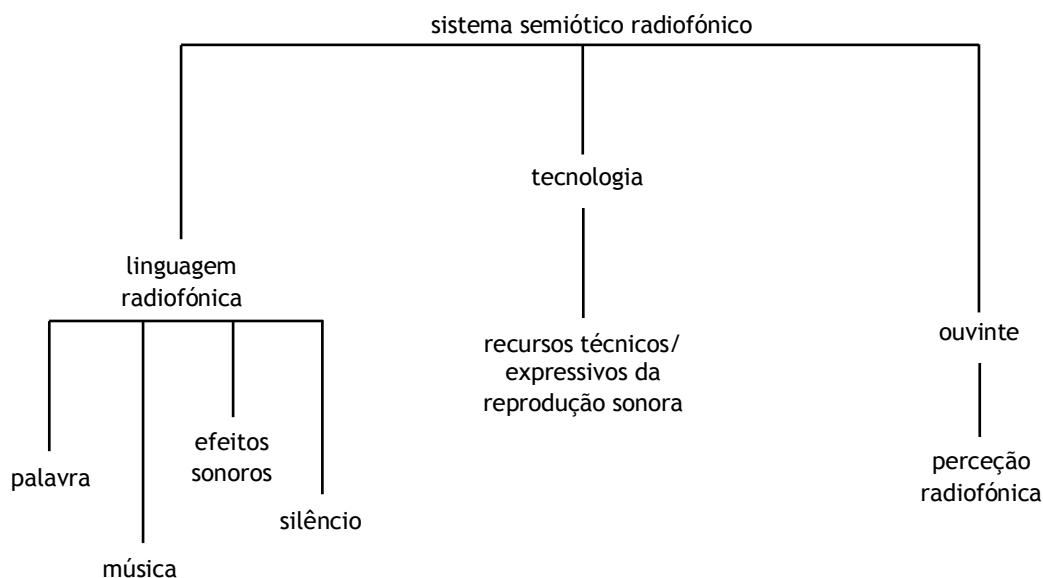


Figura 2 - Sistema semiótico radiofônico (Balsebre, 1994)

A palavra, “instrumento habitual de expressão direta do pensamento humano e veículo da nossa socialização” (p. 33)<sup>22</sup> que, para além de reproduzir a realidade, tem a capacidade de evocar sensações e estimular a imaginação. A música, “como fonte criadora de imagens auditivas, [...] encontra na rádio uma verdadeira caixa-de-ressonância” (p. 89)<sup>23</sup>. Os efeitos sonoros, que têm como função a reprodução de paisagens sonoras, transmitem ao ouvinte uma sensação de realidade. “É essa função descritiva [...] do efeito sonoro, que determina um nível de significação denotativo no código imaginativo-visual da linguagem radiofônica, na visualização de paisagens sonoras, por vezes únicas e perecíveis” (p.117)<sup>24</sup>. O silêncio integra também o sistema semiótico apresentado por Balsebre. Considerado uma forma não sonora (Balsebre, 1994), funciona como um elemento de expressividade sujeito a múltiplas

<sup>21</sup> “El conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes”.

<sup>22</sup> “Instrumento habitual de expresión directa del pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización”.

<sup>23</sup> “Como fuente creadora de imágenes auditivas, [...] la música encuentra en la radio su auténtica caja de resonancia”.

<sup>24</sup> “Esa función descriptiva [...] del efecto sonoro, que determina en el código imaginativo-visual del lenguaje radiofónico un nivel de significación denotativo, en la “visualización” de paisajes sonoros, a veces únicos y perecederos”.

interpretações. “A linguagem radiofónica é o que resulta não da utilização isolada de cada um dos componentes, mas do seu conjunto” (Reis, 2012, p. 5).

A integração do silêncio nesta estrutura semiótica foi refutada por Herreros (1995), ao afirmar que “o silêncio é a ausência do resto dos componentes da linguagem e que não tem significado por si só, mas admite que a supressão do som em determinado momento informa mais que a sua presença” (1995, citado em Baumworcel, 2005, p. 3).

Ao apresentar a sua definição de linguagem radiofónica, Balsebre (1994) definiu ainda um conjunto de formas sonoras e não sonoras que, no entender de Reis (2012), “pode também ser aplicado ao produto sonoro que escutamos na web [...], na mediação técnica que permite a produção, emissora e a receção” (p. 7). Para Herreros (2001),

“não se trata de invadir o terreno dos outros meios, mas de obter o máximo proveito das possibilidades multimediáticas que pode incorporar; trata-se de partir do som como elemento nuclear e desenvolver outras possibilidades de escrita e de imagens no pequeno ecrã dos recetores digitais para ampliar e melhorar a sua capacidade informativa. Insisto, sem quebrar a sua [da rádio] coluna vertebral que é o som” (p. 22)<sup>25</sup>.

Por outro lado, Balsebre (1994) atribui à rádio uma tripla função como meio de difusão, comunicação e expressão, que considera ter sido deturpada com a generalizada homogeneização de géneros e formatos. No que ao campo do jornalismo diz respeito, a linguagem

“engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem. Os três últimos trabalham em grande parte o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral o consciente” (Ferrareto, 2000 citado em Velho, 2009, p.26).

A linguagem radiofónica resulta, não da utilização isolada de cada um dos seus componentes, mas de todo o seu junto. “Não é uma mera soma de todos os elementos, antes resulta da sua interação” (Reis, 2012, pp. 5-6).

---

<sup>25</sup> “No se trata de invadir el terreno de los demás medios, sino de obtener el máximo provecho de las posibilidades multimediáticas que puede incorporar; se trata de partir del sonido como elemento nuclear y desarrollar las demás posibilidades de escritura y de imágenes en la minipantalla de los receptores digitales para ampliar y mejorar su capacidad informativa. Insisto, sin quebrar su columna vertebral que es el sonido”.

### 3.3. Géneros Jornalísticos

Os géneros jornalísticos, enquanto matéria de estudo académico, têm vindo a sofrer alterações que resultam, naturalmente, das evoluções verificadas na própria prática jornalística. Hoje em dia, os meios de comunicação social recorrem a diferentes plataformas e ferramentas como forma de apresentar e divulgar os seus conteúdos, o que faz com que percam algum do cariz identitário do seu próprio meio, incluindo os géneros jornalísticos.

Desse modo, Martinez-Costa & Herrera (2005) advertem que, em geral, as classificações fazem uma mera transposição de géneros do jornalismo impresso, desconsiderando as características próprias da rádio, como o suporte unicamente sonoro, a fugacidade da mensagem, as propriedades da comunicação oral e a presença de elementos linguísticos não verbais na elaboração da mensagem Martinez-Costa & Herrera (2005).

As autoras apontam, ainda, o estancamento de investigações ao nível da utilização de géneros jornalísticos no meio radiofónico, observando que na atualidade os estudos priorizam aspetos relativos à programação, produção e tecnologia de transmissão.

Por outro lado, Marques de Melo (2009) apresenta uma nova tipologia de géneros, ampliando o elenco de classificação das mensagens de duas para cinco categorias, nas quais se agrupam as diferentes modalidades de construção textual. São elas: a) informativa, que congrega a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista; b) opinativa, que abriga o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crónica, a caricatura e a carta; c) utilitária, que compreende o serviço, o roteiro, o indicador e a cotação; d) diversional, que contempla a história de interesse humano e a história colorida.

#### 3.3.1. Reportagem

O conceito de reportagem está inerente à ideia de exterior, de deslocação, fazendo justiça à etimologia da palavra em latim, que significa transportar, levar. Assim, “reportagem é tudo aquilo que não pode ser feito em estúdio!” (Meneses, 2003, p. 189). “O repórter está onde o leitor, ouvinte ou espetador não pode estar. Tem uma delegação ou representação tácita que o autoriza a ser os ouvidos e os olhos remotos, do público, selecionar e transmitir o que possa ser interessante” (Lage, 2001, p. 23). O repórter capta a notícia e, com o que viu e a partir de depoimentos de entrevistados, conta ao ouvinte. Neste processo, refere Barbeiro (2003), “o mais importante é a notícia e não o jornalista” (p. 56).

A reportagem é o género mais rico dos utilizados na rádio, a partir de uma perspectiva informativa (Prado, 1981)<sup>26</sup>. Nele, é possível distinguir duas formas: reportagem em direto e reportagem em diferido. A divisão influencia fundamentalmente a forma de trabalhar que cada uma delas exige.

A reportagem em direto realiza-se ao vivo. O jornalista deve selecionar constantemente as representações fragmentárias mais significativas. A narração na reportagem em direto é forçosamente improvisada e, conseqüentemente, muito difícil. Resulta, sobretudo, do conhecimento do tema a tratar, para evitar uma narração baseada em lugares comuns e frases sem um mínimo de informação (Prado, 1981).

“A reportagem é uma narrativa, simplesmente uma narrativa. Ela depende muito do poder de observação do narrador, da maneira de transmitir essa observação em palavras e de saber relacionar bem a forma de expressá-la. Uma observação cuidadosa não é necessariamente uma boa reportagem. Mas uma reportagem é necessariamente o fruto de uma observação cuidadosa” (Abramo, citado em Barbeiro & Lima, 2003).

### 3.3.2. Entrevista

Meneses (2003) considera a entrevista “como a essência do jornalismo e, talvez, mais do que noutros meios de comunicação social, da rádio, em particular” (p. 183). É o género básico de toda a *praxis* jornalística (Gradim, 2000).

A entrevista em rádio tem o poder de transmitir o que o jornalismo impresso nem sempre consegue: a emoção, tanto no entrevistado como no entrevistador (Barbeiro & Lima, 2003). Os autores afirmam que “boas entrevistas são as que revelam novos conhecimentos, esclarecem factos e marcam opiniões” (p.59). Para Gradim (2000), a entrevista “fornece a matéria-prima – os dados e informações – para quase todos os géneros jornalísticos: da notícia à legenda, ou opinião ou reportagem” (p. 97).

Este género é uma conversa/diálogo sob a forma de perguntas e respostas. O entrevistador tem a oportunidade de recolher informações, interpretações e opiniões do entrevistado. Em rádio, as entrevistas podem ser em direto ou gravadas, no estúdio ou por telefone (Reis, 2010). É esperada do repórter isenção e objetividade na elaboração das perguntas, bem como na condução da entrevista.

---

<sup>26</sup> “El reportaje es el género más rico de los utilizados en radio desde la perspectiva informativa”.

### 3.4. Jornalismo Musical

Estudar o jornalismo musical é, só por si, acrescentar algo às investigações da área, que são escassas e focadas, nomeadamente, na área do jornalismo cultural, que serve de base a este tipo de prática jornalística.

Foi a partir de 1830, com a emergência da chamada *penny press*, “que se autonomiza um novo campo de produção discursiva, desenvolvido primeiramente em jornais ingleses e norte-americanos, mas que posteriormente se expandiu na imprensa ocidental” (Silva, 2013, p. 15).

O jornalismo cultural pode ser caracterizado como sendo um espaço de convergência entre repórteres, intelectuais e criadores, o que o torna, assim, distinto de outras formas convencionais de produção jornalística. “As matérias jornalísticas veiculadas, por sua vez, diferenciam-se da estrutura discursiva informativa que marca as editoriais que formam o núcleo básico do jornalismo diário contemporâneo: política, economia, desporto, crime e sociedade, entre outras” (Gadini, 2006, p. 235).

Esta é uma área temática muito particular no âmbito do jornalismo em geral, constituindo-se como um espaço em que os deveres do jornalista e do especialista se confundem (Silva, 2013). Talvez, por isso, o jornalismo cultural ofereça uma maior liberdade em relação à linguagem utilizada, permitindo-se a utilização de recursos mais criativos, estéticos ou coloquiais, dada a ligação afetiva que se estabelece entre o jornalista e os seus leitores (Golin & Cardoso, 2009). “No entanto, o jornalismo cultural é, antes de mais, jornalismo, não prescindindo de um vínculo com a atualidade e, por outro lado, com as convenções associadas ao estilo de escrita jornalística (Lopez & Freire, 2007).

O jornalismo musical, à semelhança do que acontece no campo jornalístico de uma forma geral, detém o poder de incluir ou excluir, qualificar ou desqualificar, legitimar ou não, dar voz e dar visibilidade a determinadas temáticas, grupos, instituições e acontecimentos (Golin & Cardoso, 2009). Tem, mais especificamente, um papel ativo na construção do gosto e no consumo de música (Nunes, 2011) e uma função de seleção no jogo de inclusão/exclusão do campo artístico (Nunes, 2003).

Nunes (2004) caracteriza os jornalistas de música como *gatekeepers* do gosto, incluindo constantemente nos seus textos referências no âmbito desse universo, o que reflete uma relação com os leitores que implica uma partilha dos mesmos códigos culturais.

O autor conclui, assim, que os jornalistas de música caminham numa linha muito ténue, entre o gosto pessoal, de gosto e interesses, e o profissional, de dever para com os leitores, com o

órgão para o qual trabalham e, ainda que menos explicitamente, a indústria da música, apresentando um estatuto de *opinion makers* (Nunes, 2004) e contribuindo para a criação de uma comunidade seletiva e conhecedora (Nunes, 2003).

# Capítulo 4. A Rádio nos Festivais de Música

Desde cedo que a rádio tem marcado presença junto dos festivais de música e dos festivais de verão. Como já foi abordado no decorrer desta investigação, o primeiro festival *rock* norte-americano foi organizado por uma estação radiofónica.

Estas são parcerias de interesse mútuo, ou seja, todos ficam a ganhar: rádios, festivais, músicos e ouvintes. As rádios porque se posicionam junto de grandes eventos que atraem todos os anos milhares de pessoas; os festivais porque têm a atenção mediática que eventualmente de outra forma não teriam; os músicos, porque a sua principal fonte de rendimento nos dias de hoje é o mercado da música ao vivo; e, por último, os ouvintes, que têm acesso ao festival e às performances dos músicos, construindo, a partir daí, a sua própria experiência.

“Também os *media* têm tido um papel importante nesta ‘febre’ por música ao vivo, através da cobertura e promoção que fazem (transmissão dos concertos em direto na TV ou na rádio, notícias, reportagens...), estando ou não a eles diretamente associados. Isto faz com que o festival extravase os limites físicos onde decorre. Poder-se-ia pensar que a transmissão em direto do evento diminuiria o interesse na participação *in loco*, mas a consequência é precisamente contrária: o interesse em assistir ao vivo aumenta” (Dias, 2012, p. 33).

A rádio pode assumir inúmeros papéis na cobertura de um festival de música. Desde logo, e talvez o principal, a promoção do evento, nos vários espaços de programação que compõem a sua grelha. Pode, com isso, ajudar a vender bilhetes, uma das principais fontes de receitas dos festivais, promover determinados artistas/bandas, menos conhecidos do grande público, promover passatempos e, com isso, a ligação dos ouvintes ao festival, entre muitas outras coisas. “Há uma mediatização crescente dos produtos e práticas culturais” (Sarmiento, 2007, p. 7).

Por outro lado, e certamente o mais interessante deste posicionamento, é a cobertura *in loco* dos eventos. Algumas rádios, nem todas, podem dar-se a esse luxo, que é estar horas a fio em direto, sem interrupções, a realizar uma emissão especial a partir de um festival de música.

Em comparação com outros meios, é certamente dos que menos custos acarreta para colocar uma emissão no ar, porque é o único meio de comunicação que consegue emitir em direto

durante períodos de tempo contínuos, com reduzidos ou nenhuns problemas de ordem técnica, uma vez que não utiliza satélite, não tem limitação de tempo nem custos acrescidos para estar *on air*, entre outros. Para além disso, a rádio permite uma ampla cobertura, com vários pontos de emissão a partir da mesma área, podendo a equipa incluir repórteres espalhados pelo recinto e radialistas no estúdio, por exemplo.

Ao marcar presença efetiva no festival, com o acompanhamento permanente das suas atividades, a rádio, enquanto meio de comunicação de massas, consegue chegar a um interminável número de indivíduos. Certamente, alguns deles sentir-se-ão tentados a experienciar o festival na sua plenitude. Para além de poder influenciar potenciais festivaleiros, a rádio assume igualmente o papel de divulgação da região e das particularidades que a caracterizam, sendo, por isso, um parceiro importante para os festivais de pequena e média dimensão. “A atenção que os *media* concentram no local de realização dos eventos, mesmo por curtos períodos de tempo, encontramos justificação suficiente para o empenho dos agentes públicos e privados na realização dos mesmos e nas ofertas complementares” (Ribeiro, Vareiro, Fabeiro & Blas, 2005, p. 74).

## 4.1. A Cobertura *Media* em Portugal

Atualmente, os festivais de Verão em Portugal são cada vez mais mediáticos. Porém, nem sempre foi assim.

Quando pensamos na equação rádio, festivais, cobertura e emissão, pensamos automaticamente na *Antena 3*. A estação pública tem estado desde muito cedo presente no quotidiano deste setor, que, com o passar dos anos, se tornou mais concorrencial.

A *Antena 3* teve um papel importantíssimo na década de 90, de legitimação dos festivais de verão, em Portugal. A par com o canal televisivo *SIC Radical*, eram os dois únicos meios de comunicação que apoiavam e marcavam presença nos festivais de verão, já com o processo de industrialização do setor em curso.

Daí para cá, a aposta em estações radiofónicas para *media partner* tem-se mantido, ao invés do que se podia esperar há dez anos, e os resultados estão à vista.

É importante, por isso, analisar a evolução da presença das rádios em festivais nacionais, sabendo que nos últimos outros meios têm emergindo, fazendo-lhes frente nas guerras por audiências.

Sendo esta uma área em défice de investigações ou trabalhos, importa referir que os dados analisados de seguida foram os possíveis de serem recolhidos. Admite-se, porém, que possam não corresponder à totalidade dos indicadores em análise no estudo.

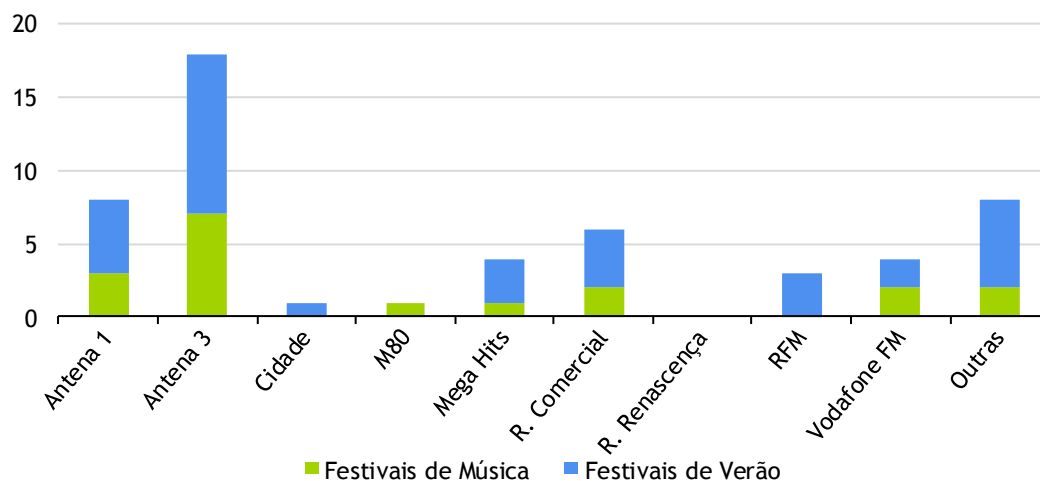


Figura 3 - Cobertura rádio de festivais de música em Portugal (1971-2014) (Azevedo & Bramão, 2015).

A Figura 3 mostra a presença de estações radiofónicas portuguesas nos festivais de música e festivais de verão, entre os anos 1971 e 2014.

É possível notar um claro domínio da rádio que mais coberturas fez até hoje de festivais portugueses. A *Antena 3* regista sete festivais de música e 11 festivais de verão, seguida pela irmã mais velha, *Antena 1*, com um total de 8 festivais com emissões no terreno. O serviço público destaca-se perante estes indicadores, talvez por ser precisamente serviço público. Foram as primeiras rádios a apoiar eventos deste género, como já referido anteriormente. Juntas, conseguem 49% do total de emissões registadas.

As estações privadas têm ainda um longo caminho a percorrer. Apesar disso, a *Rádio Comercial*, por exemplo, é hoje *media partner* de vários festivais de verão, que ocorrem de norte a sul do país.

É ainda possível verificar que a tendência predominante recai por coberturas de festivais de verão, que conseguem 66% do total de emissões, ao invés dos festivais de música.

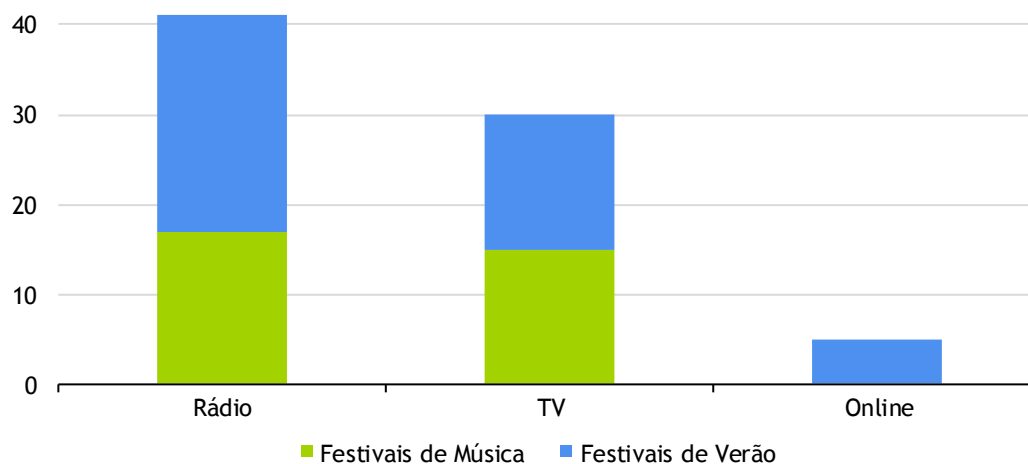


Figura 4 - Cobertura *media* de festivais de música em Portugal (1971-2014) (Azevedo & Bramão, 2015).

A Figura 4 mostra igualmente a cobertura *media* dos festivais de música entre 1971 e 2014, por meio de comunicação.

A rádio, como é visível, lidera a lista de cobertura de festivais, em Portugal. Sozinha, atinge mais de metade do total de coberturas, com um valor de 54%. Seguem-se televisão, com 39% da quota, e as emissões *online*, com 6,6%

Estes valores traduzem o que foram estes 43 anos de festivais, mas são perfeitamente atuais aos dias de hoje. Embora a televisão possa ter subido ligeiramente os valores, a rádio também os subiu, o *online* mantém-se ainda como o meio que tarda a emergir neste contexto, mesmo sendo, porventura, o que melhor se adaptaria a uma cobertura em 360° de um grande festival de música contemporâneo.

Talvez por requerer ainda um grande investimento, por falta de oportunidades para colocar os meios necessários em zonas rurais, predominantemente as áreas onde acontecem grande parte dos festivais em estudo, ou por qualquer outra razão desconhecida, as emissões *online* ainda não se afirmaram. Por emissão *online*, deve abordar-se uma emissão própria, independente de qualquer outro meio, que desempenhe o seu papel, exclusivamente na web, com conteúdos próprios, transmissão de concertos, entrevistas ou reportagem. O que se tem assistido nos dias de hoje são emissões *live streaming*, ou seja, emissões de curta duração, utilizadas como complemento a uma emissão tradicional de rádio, por exemplo, que apenas transmite parte dos conteúdos da emissão original, nomeadamente concertos.

A rádio continua, ainda hoje, a apostar nas emissões de sempre, embora em alguns casos, comece já a arriscar e a entrar em novos caminhos. Porém, não deixa de ser surpreendente

que a maioria dos festivais escolha a rádio como parceiro *media*, quando os restantes meios hoje conseguem captar mais atenção por parte dos indivíduos. Uma das hipóteses para que isso aconteça, poderá ter a ver com o facto de a música ser parte identitária da rádio, está-lhe no “ADN”. É difícil imaginar a rádio sem música, ao contrário da televisão e da web.



# Capítulo 5. Metodologia e Desenho da Investigação

## 5.1. Tema e Problema

Batthyány et al. (2011) afirmam que “o tema da investigação é o quadro geral, no qual se situa o interesse científico associado a perguntas e preocupações colocadas” (p. 19)<sup>27</sup>.

Nesse sentido, o tema em análise nesta Dissertação de Mestrado é: **A Utilização dos Géneros Jornalísticos em Rádio: A Antena 3 no Super Bock Super Rock**. Desta forma, a investigação pretende analisar, em jeito de estudo de caso, como são utilizados os dois géneros jornalísticos, entrevista e reportagem, na cobertura dos festivais de música que ocorrem durante o período de verão, em Portugal.

Assim, torna-se pertinente colocar o seguinte problema como ponto de partida para a investigação: **De que forma são utilizados os géneros jornalísticos na cobertura dos festivais de verão?**

O início de uma investigação sugere uma problemática que se pretende dominar e a qual se desconhece (Sierra, 1998). Deste modo, o problema de investigação “reflete um vazio no conhecimento científico (Batthyány et al., 2011, p. 22)<sup>28</sup>. Torna-se, então, fundamental elaborar um conjunto de outras questões a que se pretende dar resposta.

- a) Qual o papel da rádio num festival de música?
- b) Quais os géneros jornalísticos utilizados?
- c) São estas emissões consideradas jornalismo?
- d) Quais as motivações dos ouvintes para acompanharem as emissões?
- e) Que importância têm a entrevista e a reportagem, neste contexto, para os ouvintes?

## 5.2. Objetivos e Hipóteses

Quanto aos objetivos da investigação, destacam-se os seguintes:

- 1) Fornecer um estudo completo sobre o papel da rádio nos festivais de música.

---

<sup>27</sup> “El tema de investigación es el marco general en el cual se ubica el interés científico asociado a las preguntas y preocupaciones planteadas”.

<sup>28</sup> “El problema de investigación refleja un vacío de conocimiento científico”.

- 2) Estudar o papel da Antena 3 na cobertura de um festival de verão.
- 3) Identificar a utilização de géneros jornalísticos nas coberturas radiofónicas dos festivais de
- 4) Identificar o perfil, as motivações e as preferências dos que acompanham habitualmente festivais de verão via rádio.

Quanto às **hipóteses**, definidas no seguimento das questões levantadas na apresentação do problema, pode avançar-se que:

- 1) A rádio é presença fundamental num festival de verão, porque é o único meio de comunicação que consegue emitir em direto durante períodos de tempo contínuos, com reduzidos ou nenhuns problemas de ordem técnica (não utiliza satélite, não tem limitação de tempo nem custos acrescidos para estar *on air*, entre outros).
- 2) A utilização de géneros jornalísticos complementa a oferta do tipo de emissão em análise, uma vez que diversifica o tipo de conteúdos oferecidos aos ouvintes.
- 3) A rádio permite uma ampla cobertura, com múltiplos pontos de emissão a partir de uma mesma área (trabalho de estúdio, repórteres em diferentes pontos do recinto, entre outros).
- 4) A essência de escuta de música está na rádio e não em outros meios de comunicação como a televisão ou a Internet, que possibilitam o acesso à imagem. O som é o elemento mais importante.
- 5) Os ouvintes acompanham emissões especiais porque são, nalguns casos, a única maneira de os “transportar” até aos festivais, nomeadamente através de reportagens, entrevistas efetuadas e, claro, da transmissão de concertos.

### 5.3. Universo Estudado

No âmbito desta investigação, foram realizados dois estudos empíricos.

O primeiro incidiu no acompanhamento das emissões FM da *Antena 3* ao longo dos três dias do festival de verão *Super Bock Super Rock*.

O segundo traduziu-se num inquérito por questionário. Foram obtidas um total de 866 respostas, 769 das quais válidas. Porém, para o estudo concreto do tema em análise, ou seja, a rádio nos festivais de verão, apenas 264 respostas foram utilizadas, representando a totalidade das pessoas que acompanham festivais de verão via rádio.

## 5.4. Aplicação das Metodologias

Para a análise das emissões do *Super Bock Super Rock*, procedeu-se à gravação áudio dos três dias de emissões, entre 16 e 18 de julho de 2015, para que depois pudessem ser devidamente analisadas.

Quanto ao inquérito, o mesmo decorreu durante os dias 8 de junho de 2015 e 5 de julho de 2015, em formato *online*, via *Google Forms*.



# Capítulo 6. Análise de Resultados

## 6.1. A Antena 3 no Super Bock Super Rock



Figura 5 - Estúdio da Antena 3 no Super Bock Super Rock 2015  
<https://www.flickr.com/photos/rtppt/19741434152/in/album-72157655956321551/>

A Antena 3 foi a rádio oficial da 21ª edição do festival *Super Bock Super Rock*, renovando uma parceria que já dura há vários anos. A estação pública foi responsável, como já havia acontecido em anos anteriores, pela programação de um palco próprio, onde apresentou alguns dos novos talentos da música portuguesa, na celebração dos 20 anos do festival.

A estação jovem do *Grupo RTP* antecipou, desde cedo, a promoção ao festival, através da produção de uma série de programas especiais, transmitidos aos sábados, às 12h, a propósito dos 20 anos do festival, intitulados *Super Bock Super Talk*.

Organizado pela primeira vez em 1995, na Gare Marítima de Alcântara, em Lisboa, o *Super Bock Super Rock* assumiu, desde logo, o papel de primeiro grande festival de verão contemporâneo a ter lugar em Portugal.

Volvidos 20 anos, a edição de 2015 foi uma descoberta, daquele que é considerado, por muitos, o verdadeiro festival “camaleónico”, pela sua vontade de se reinventar constantemente. Podemos dizer que será, à imagem do *rock*, um festival inconformado. Em

2015, o “rock voltou à cidade”<sup>29</sup>, regressou para junto do rio Tejo e escolheu o Parque das Nações, em Lisboa, como nova casa.

O festival apresentou um formato inovador para os festivais de verão em Portugal, com um conceito moderno, urbano e cosmopolita, depois de quatro anos numa herdade junto à Praia do Meço, onde se apresentou como festival não urbano. A capacidade máxima atual é de 20 mil pessoas por dia.

Agora, numa localização privilegiada, próximo de uma rede de transportes, com autocarros, metro e comboios, de fácil ligação ao aeroporto e perante a diversidade hoteleira da capital portuguesa, o festival deixa o campismo gratuito e foca-se em apresentar soluções que vão ao encontro das exigências, cada vez maiores, do público festivalero.

Realizado nos dias 16, 17 e 18 de julho de 2015, o *Super Bock Super Rock* apresentou um total de 49 atuações, dispersas por quatro palcos. Segundo dados oficiais, passaram pelo Parque das Nações, em Lisboa, 56 mil pessoas.

### 6.1.1. Caracterização das emissões

HORÁRIOS			
DIA 16	DIA 17		DIA 18
<b>PALCO SUPER BOCK</b>	<b>PALCO SUPER BOCK</b>		<b>PALCO SUPER BOCK</b>
01:20 / 02:30 MADONN	01:00 / 02:30 BLUR	01:00 / 02:30 FLORENCE + THE MACHINE	
23:30 / 01:00 STING	23:30 / 00:30 JEUS	23:20 / 00:30 FFS (FRANZ FERDINAND & SPARKS)	
21:50 / 23:00 NOEL GALLAGHER'S HIGH FLYING BIRDS	21:50 / 23:00 JORGE PALMA & SÉRGIO GODINHO	21:50 / 22:50 CRYSTAL FIGHTERS	
20:25 / 21:25 THE VACCINES	20:20 / 21:20 THE DRUMS	20:20 / 21:20 RODRIGO AMARANTE	
19:10 / 20:00 MILKY CHANCE			
<b>PALCO EDP</b>	<b>PALCO EDP</b>		<b>PALCO EDP</b>
22:45 / 00:00 SBTRKT	22:45 / 00:00 BOMBAY BICYCLE CLUB	22:50 / 00:00 BANDA DO MAR	
21:15 / 22:15 LITTLE DRAGON	21:15 / 22:15 SAVAGES	21:20 / 22:20 UNKNOWN MORTAL ORCHESTRA	
19:45 / 20:45 PERFUME GENIUS	19:45 / 20:45 KINDRESS	19:50 / 20:50 PALMA VIOLETS	
18:35 / 19:25 KING GIZZARD AND THE LIZARD WIZARD	18:35 / 19:25 BENJAMIN CLEMENTINE	18:40 / 19:30 MÁRCIA	
17:35 / 18:15 GSTRX S.R. (TRADING)	17:25 / 18:15 SINKANE	17:30 / 18:20 MODERNS	
	16:25 / 17:05 ISAURA (TRADING)	16:30 / 17:10 CAPTAIN BOY (TRADING)	
<b>PALCO CARLSBERG</b>	<b>PALCO CARLSBERG</b>		<b>PALCO CARLSBERG</b>
03:00 / 04:30 XINGBI	03:00 / 04:30 GRAMATIK	03:10 / 04:40 DJEFF AFROZILA	
02:00 / 03:00 MIRROR PEOPLE	01:45 / 03:00 STEREOGAURD	02:00 / 03:10 THROES + THE SHINE	
00:30 / 01:40 TORD Y MOI	00:30 / 01:30 MGOVY	00:30 / 01:40 CRIOLO	
<b>PALCO ANTENA 3</b>	<b>PALCO ANTENA 3</b>		<b>PALCO ANTENA 3</b>
22:05 / 23:05 GALA DROP	22:15 / 23:15 BEST YOUTH	22:15 / 23:15 WE TRUST	
20:35 / 21:35 PZ	20:45 / 21:45 DA CHICK	20:35 / 21:35 D'ALVA	
19:15 / 20:05 DUQUESA	19:25 / 20:15 WHITE HAUS	19:15 / 20:05 THUNDER & CO	

Figura 6 - Cartaz do 21º *Super Bock Super Rock*

A *Antena 3* mobilizou uma vasta equipa para a cobertura da 21ª edição do festival *Super Bock Super Rock*, para a realização de uma grande operação de rádio num dos maiores eventos de música em Portugal.

<sup>29</sup> Slogan da edição 2015 do *Super Bock Super Rock*, a propósito do regresso do festival à cidade de Lisboa.

A estação teve emissões especiais ao longo dos três dias de festival. O início estava previsto para as 16h, mas no dia 17 a emissão apenas se iniciou às 16h17 por impossibilidade de estabelecer a ligação entre o estúdio e a equipa no terreno. Com fim anunciado para a meia-noite, igualmente no dia 17, a emissão terminou às 00h37, conseguindo transmitir, assim, todo o concerto da banda belga *dEUS*, em direto. No total, foram mais de 23 horas de emissões.

A condução das emissões foi repartida entre Luís Oliveira e Nuno Calado, veteranos na cobertura dos festivais de verão, em Portugal. No apoio estiveram Henrique Amaro e Ana Galvão, esta última dedicada em permanência à monitorização das redes sociais e da web. A reportagem esteve a cargo de Joana Dias e Vanessa Augusto. Um conjunto de outros profissionais esteve direta e indiretamente envolvido na operação da *Antena 3*.

As emissões contaram com conteúdos variados ao longo dos três dias, de onde se destacam, por razões óbvias, as transmissões de concertos. Reportagens, entrevistas e comentários estiveram igualmente presentes nas emissões diárias.

Foi, ainda, criado um canal, *Antena 3 @Festivais*, na plataforma *RTP Play* para a transmissão dos concertos do *Palco Antena 3*, em direto, com imagem, via *streaming*. Ao todo, foram apresentadas dez atuações neste palco, incluindo a do vencedor de um concurso nacional de bandas, promovido pela *Antena 3*.



Figura 7 - Programa compacto do *Super Bock Super Rock* 2015 para televisão.

Após o festival, nos últimos três sábados do mês de agosto, a *RTP2* transmitiu programas compactos com os melhores momentos do *Palco Antena 3*. Neles, foi possível assistir a

algumas das melhores atuações e a entrevistas com a totalidade dos artistas convidados pela rádio pública.

### 6.1.2. Análise dos Conteúdos

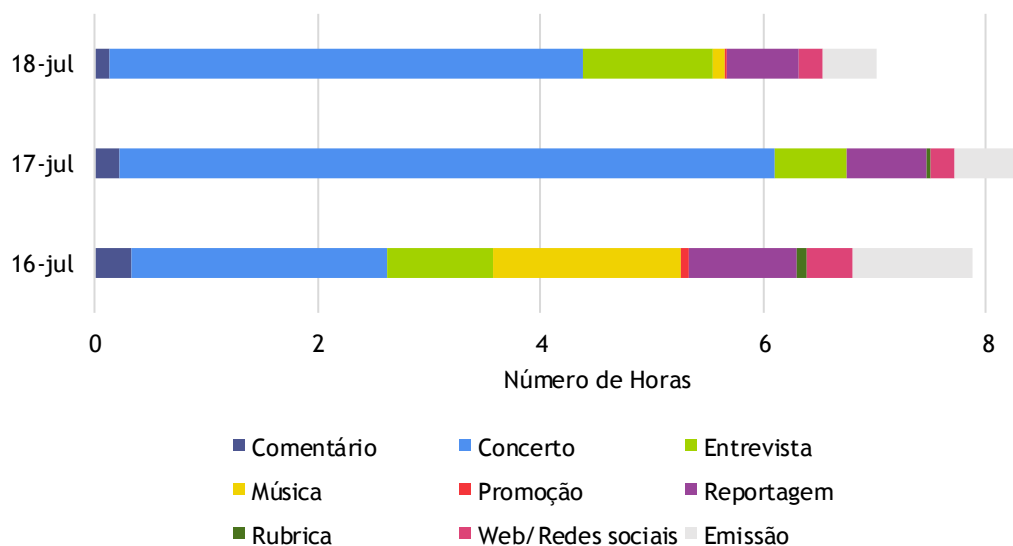


Figura 8 - Total, em horas, dos conteúdos das emissões especiais da Antena 3 no Super Bock Super Rock 2015

A Figura 8 permite a observação do total diário, em horas, dos conteúdos presentes nas emissões especiais da Antena 3 no festival Super Bock Super Rock 2015. Através da análise dos indicadores, é possível verificar que os concertos são o tipo de conteúdo que mais tempo ocupam na emissão. Com um valor modesto no primeiro dia do festival, de 2h18 de atenção, o tempo despendido com este indicador quase triplicou no segundo dia de emissões, atingindo um valor de 5h53, e ao terceiro dia registou 4h15. A média diária deste indicador é superior a 50% do tempo total registado.

Seguem-se a entrevista e a reportagem, como conteúdos que mais horas dão às emissões. Juntos, os três indicadores referidos são responsáveis por uma média diária aproximada de 75% do total da cobertura realizada pela Antena 3.

A transmissão de música, um dos principais fatores presentes no “ADN” da rádio, tem uma menor representatividade neste tipo de formato. Foi, por isso, o fator que mais oscilou entre os três dias de emissões. Se no primeiro dia a música teve um total de 1h41 de atenção, correspondentes a 29% da emissão, no segundo não se verificou qualquer conteúdo do indicador em análise, voltando este a integrar novamente a emissão do festival no terceiro dia, com um valor aproximado de 6 minutos, relativos a apenas 1% do total da emissão.

Assim, verifica-se que o peso da música na emissão varia consoante o aumento ou a diminuição do número de horas diárias ocupadas com a transmissão de concertos. Com a subida de aproximadamente 61% do tempo destinado a concertos no segundo dia, em comparação com o primeiro, assiste-se à redução total da transmissão de música, igualmente no período indicado.

No terceiro dia, volta a haver uma relação direta entre os dois indicadores, com o tempo despendido em concertos a diminuir e a transmissão de música a registar uma ligeira subida, face a esse decréscimo. Isto acontece porque a *Antena 3*, ao estar presente num festival como o *Super Bock Super Rock*, tem na música ao vivo o seu principal foco de interesse, como é de resto possível observar na Figura 8, excluindo, desse modo, a transmissão de conteúdos musicais de *playlist* para dar espaço a concertos de música ao vivo, na emissão.

Ainda como resultado desta análise, foi possível verificar que toda a música incluída ao longo da maratona do *Super Bock Super Rock* diz respeito a artistas/bandas que faziam parte da programação do festival. Quer isto dizer, que 95% da cobertura da *Antena 3* foi centrada no festival *Super Bock Super Rock*, à exceção de apenas nove conteúdos de promoção que foram emitidos durante as emissões.

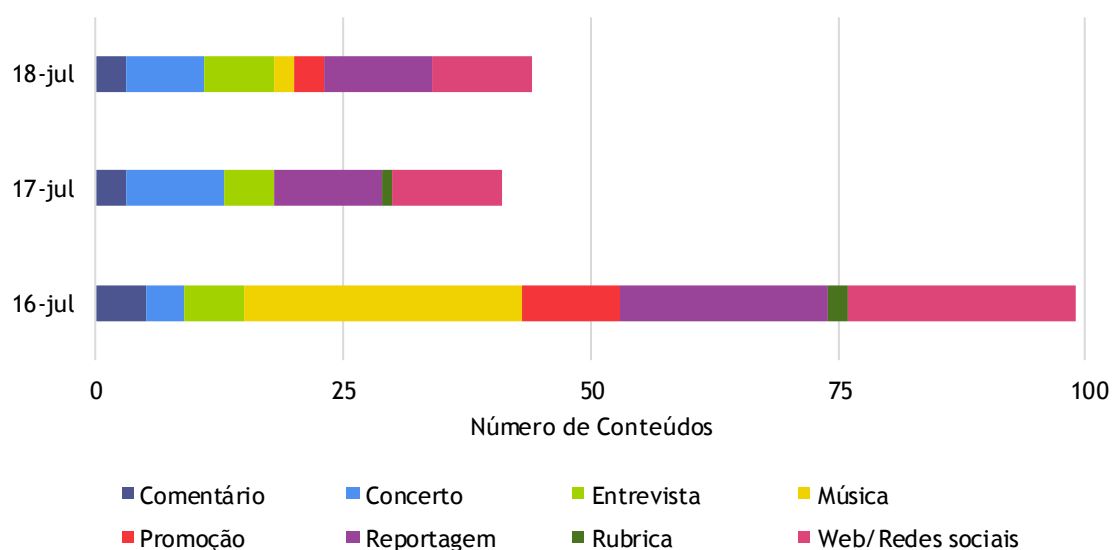


Figura 9 - Número de conteúdos das emissões especiais da *Antena 3* no *Super Bock Super Rock* 2015

A Figura 9 permite observar a composição diária, a nível de conteúdos, das emissões especiais da *Antena 3* no *Super Bock Super Rock* 2015. Ao nível do número dos conteúdos, constata-se que as referências à web/redes sociais, reportagens e música, são os indicadores que mais preenchem as emissões em análise, com um total de 44, 43 e 30 conteúdos, respetivamente.

No primeiro dia estudado, é notória a diversidade de conteúdos presente na emissão dedicada ao festival. Os principais destaques deste dia são a transmissão de música, as referências à web/redes sociais e as reportagens no local. Face ao baixo número da transmissão de concertos, quatro, houve a necessidade de preencher a grelha da emissão com conteúdos mais diversificados, como é possível, de resto, observar na Figura 9.

Com o aumento do número de concertos transmitidos no segundo dia da análise para mais do dobro, face ao primeiro, é notória a queda do número de conteúdos nos restantes indicadores, passando os concertos a ocuparem 71% do tempo total da emissão da *Antena 3*, depois de apenas representarem 29% no dia anterior.

Verifica-se, uma vez mais, e com base na análise do terceiro dia, que a variação do número de concertos está diretamente relacionada com a distribuição dos restantes indicadores. É perceptível que, com a quebra registada no último dia da análise, volta a existir um novo aumento das restantes ofertas ao nível dos conteúdos da emissão, com exceção do comentário, que mantém o valor, e do indicador web/redes sociais, que diminui, quando comparados com o dia anterior.

Com base nos dados analisados, é possível concluir que não existe uma relação direta entre o número de conteúdos de cada indicador e o peso que cada um deles ocupa ao longo das emissões do festival *Super Bock Super Rock*. Tendo como exemplo a transmissão de concertos, verifica-se que apesar de esta ser uma das categorias que regista o mais baixo número de conteúdos, com exceção do segundo dia, em que regista um dos valores mais altos, foi responsável por cerca de 53% do tempo total das emissões da *Antena 3*.

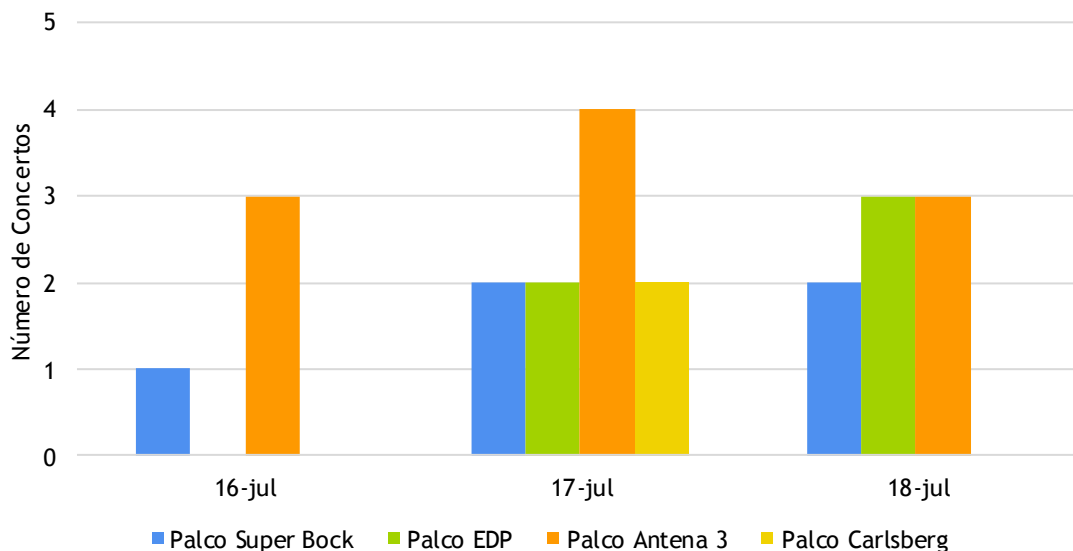


Figura 10 - Concertos transmitidos durante as emissões especiais da Antena 3 no Super Bock Super Rock 2015

Nesta edição do festival *Super Bock Super Rock*, a *Antena 3* foi responsável pela programação de um palco próprio. Nesse sentido, a estação pública concentrou parte das suas emissões no *Palco Antena 3*, com a transmissão de concertos, entrevistas a artistas/bandas, reportagens com o público, entre outros. Como mostra a Figura 10, a transmissão de concertos do *Palco Antena 3* foi superior ao acompanhamento das atuações ao vivo de qualquer um dos restantes palcos do evento.

Através da leitura da Figura 10, observa-se que a *Antena 3* apenas transmitiu quatro dos 16 concertos previstos para o primeiro dia de festival, ou seja, um valor correspondente a 25% do total possível. Desses, três foram atuações que tiveram lugar no palco da rádio.

O segundo dia foi o que obteve melhores resultados, com aproximadamente 60% dos concertos possíveis a serem transmitidos via rádio. Uma vez mais, sobressai a transmissão dos espetáculos que tiveram lugar no *Palco Antena 3*, representando 40% do total de concertos transmitidos nesse dia. De salientar que, ao contrário do que foi habitual, neste dia houveram quatro atuações, no seguimento de um concurso nacional de bandas promovido pela própria estação. É, ainda, importante destacar a oferta de transmissões por parte da emissora, com apresentações de todos os palcos do festival.

No último dia do evento, a *Antena 3* conseguiu transmitir 50% dos concertos, com as atuações do *Palco EDP* a igualarem a sua própria oferta. Uma vez mais, e seguindo a tendência dos dias anteriores, o palco principal do festival acabou por ser o que menos protagonismo teve ao longo dos três dias de emissões radiofónicas.

Do total de 22 concertos transmitidos, de entre 49 possíveis, 82% foram em direto, em formato completo ou parcial, e os restantes 18% aconteceram em diferido, todos em formato parcial.

De entre os concertos transmitidos pela *Antena 3*, destacam-se *The Vaccines*, *dEUS* e *FFS*, um supergrupo formado por *Franz Ferdinand* e *Sparks*. No que toca a cabeças de cartaz, principais atuações da noite, nenhum concerto foi transmitido. De referir, contudo, que as transmissões de concertos estão, à partida, condicionadas, devido a autorizações contratuais dos grupos, *managers* ou editoras discográficas, pelo que a sua inclusão neste tipo de emissões nem sempre é garantida, uma vez que envolve um grande esforço negocial.

### 6.1.3. Utilização dos Géneros Jornalísticos

Durante a análise à cobertura da *Antena 3* no festival *Super Bock Super Rock 2015*, foi possível observar a utilização de géneros jornalísticos nos três dias de emissões. Entrevista e reportagem foram os dois géneros identificados, como apresentado nas Figuras 11 e 12. Verifica-se, contudo, que o segundo teve maior destaque ao longo dos três dias.

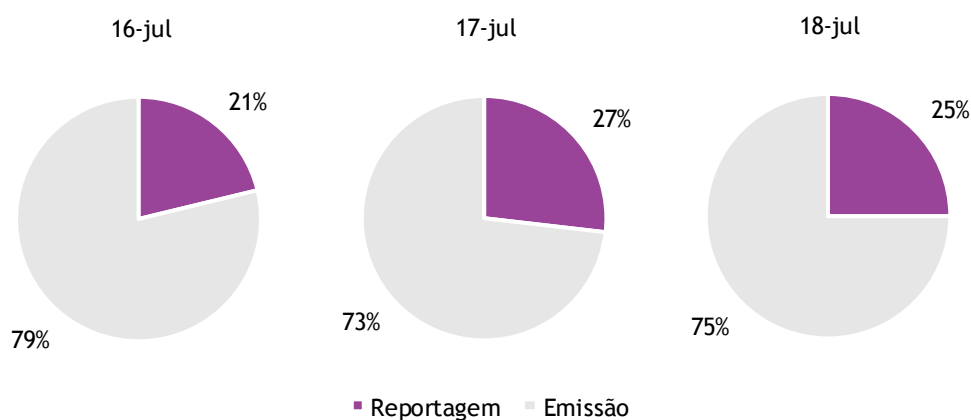


Figura 11 - Utilização da reportagem enquanto conteúdo nas emissões especiais da *Antena 3* no *Super Bock Super Rock 2015*

No primeiro dia, a reportagem atinge 21% do total dos conteúdos da emissão, ao ser o terceiro indicador com maior número registado. Nota-se que houve o cuidado em acompanhar os primeiros momentos do festival, apresentar os novos espaços, descrever ambientes e antecipar, junto do público, a edição do festival. Neste caso, a reportagem serviu para dar a conhecer o “novo” *Super Bock Super Rock*, depois da mudança de local e implementação de um novo conceito, ao mesmo tempo que eram recolhidas as primeiras impressões dos festivaleiros.

Durante os dias seguintes, o peso da reportagem na emissão perdeu importância, diminuindo para cerca de metade dos conteúdos, face aos apresentados no primeiro dia. Apesar disso, e perante a análise diária, a reportagem consegue valores entre os 25% e os 27%, do total da emissão, posicionando-se, ainda assim, no segundo lugar dos indicadores com maior número de conteúdos na emissão.

A reportagem marcou as transmissões da *Antena 3*, dando a conhecer, através do trabalho do repórter em primeira pessoa, os principais acontecimentos e curiosidades que tinham lugar no recinto do festival, recolhendo depoimentos junto do público sobre as atuações de artistas/bandas, relatando os ambientes vividos no festival e promovendo, de alguma forma, a interação com os festivaleiros.

É, por isso, possível concluir que a reportagem cumpriu o seu propósito enquanto género jornalístico, ao ser corretamente introduzida na emissão. As duas repórteres souberam tirar partido dessa ferramenta como forma de acrescentar valor à emissão, dando espaço a que determinados focos de interesse surgissem *on air* como forma de complemento, relatando *in loco* o que se ia passando pelo festival em determinados momentos, como o final dos concertos, onde eram recolhidas, por exemplo, as impressões do público acerca das atuações. O tempo total de reportagem ao longo dos três dias de festival foi de 2h.20m.20s, com o primeiro dia a registar o melhor tempo, 58m.21s, divididos por 21 intervenções. A utilização da reportagem, feita em direto, revelou-se, assim, uma mais-valia para o formato de emissão em análise.

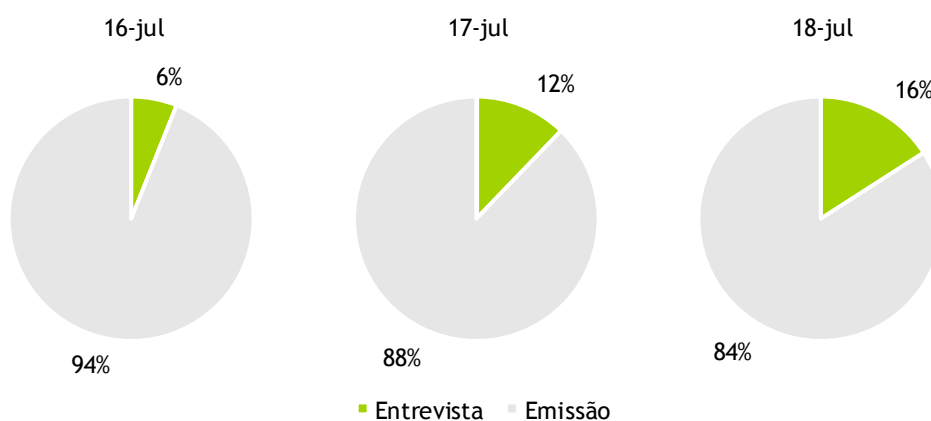


Figura 12 - Utilização da entrevista enquanto conteúdo nas emissões especiais da *Antena 3* no *Super Bock Super Rock* 2015

Durante o festival *Super Bock Super Rock*, a *Antena 3* realizou um total de 18 entrevistas, 11 das quais em direto, a partir do seu estúdio. As restantes quatro foram previamente gravadas, nos respetivos camarins dos diferentes palcos. Todos os intervenientes foram artistas/bandas, com particular foco os presentes no *Palco Antena 3*.

A Figura 12 apresenta os resultados da entrevista face aos restantes conteúdos incluídos nas emissões. É notório o aumento do posicionamento deste género jornalístico, relativamente aos restantes indicadores, sendo, inclusive, o que maior crescimento regista ao longo dos três dias, reforçando, assim, a sua posição enquanto conteúdo importante a oferecer aos ouvintes.

Cada entrevista teve em média, aproximadamente, 14 minutos, o suficiente para abordar, de uma forma ligeira, o entrevistado em questão, salvaguardando os interesses da estação em não maçar os ouvintes, maioritariamente o público jovem que acompanha a *Antena 3*, com uma exposição da conversa demasiado longa no tempo.

Para além das perguntas do(s) radialista (s) que conduzia(m) a emissão, o entrevistado foi igualmente confrontado, em algumas situações, com questões enviadas pelos ouvintes da *Antena 3*, via redes sociais. A aposta no meio web foi uma novidade, tendo sido bem recebida pelo auditório que, desse modo, teve a oportunidade de interagir em tempo real com a emissão e os seus intervenientes.

Pode, assim, concluir-se que a utilização de géneros jornalísticos acabou por servir de complemento à emissão, diversificando o tipo de conteúdos programáticos e oferecendo, dessa forma, uma cobertura mais aproximada à realidade vivida no festival.

A reportagem serviu, sobretudo, para transmitir sensações aos ouvintes, ao mesmo tempo que lhes proporcionava a experiência de acompanhamento de um festival de verão, ao vivo. O recurso a este género foi ainda mais importante, porque o festival em análise decorria numa nova localização, com novos palcos e espaços mais diversificados do que o habitual, e era fundamental ter a capacidade de relatar tudo isso a quem não, por uma razão ou por outra, se pôde deslocar ao Parque das Nações, em Lisboa. Com este trabalho, a rádio pode ter influência na captação de público para o evento, sendo, aliás, também essa uma das suas funções.

Quanto à utilização da entrevista, a mesma acabou por assumir uma função de contacto direto com os artistas/bandas, uma área sempre de particular interesse para quem está do outro lado da emissão. Deste modo, os ouvintes puderam conhecer um pouco mais os artistas e os grupos que passaram pelo festival, o seu trabalho ou curiosidades, nomeadamente sobre os músicos que passaram pelo *Palco Antena 3*, que terão sido, porventura, os menos conhecidos do grande público, uma vez que a estação teve o cuidado de programar o seu palco, maioritariamente, com artistas emergentes da nova música portuguesa.

Apesar de alguns números, aparentemente, pouco expressivos, em relação ao número de conteúdos de reportagem e entrevista, a verdade é que estes indicadores se situam no top 3, em segundo e terceiro lugares respetivamente, apenas superados pela transmissão de

concertos, que ocupou 53% do total da cobertura realizada. A reportagem registou 10% de tempo de antena e a entrevista 11%.

#### 6.1.4. A Emergência da Web

Ao longo da cobertura do *Super Bock Super Rock*, a *Antena 3* contou com um elemento na emissão, em permanência, dedicado à monitorização das redes sociais. Isso permitiu a criação de uma ligação direta, entre ouvintes e a emissão, que apelava à participação e comunicação via web entre todos os envolvidos. Para isso, a rádio pública recorreu às suas páginas nas redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* e *Periscope*, promovendo o uso das *hashtags*<sup>30</sup> *#SBSR* e *#facoparteda3*.

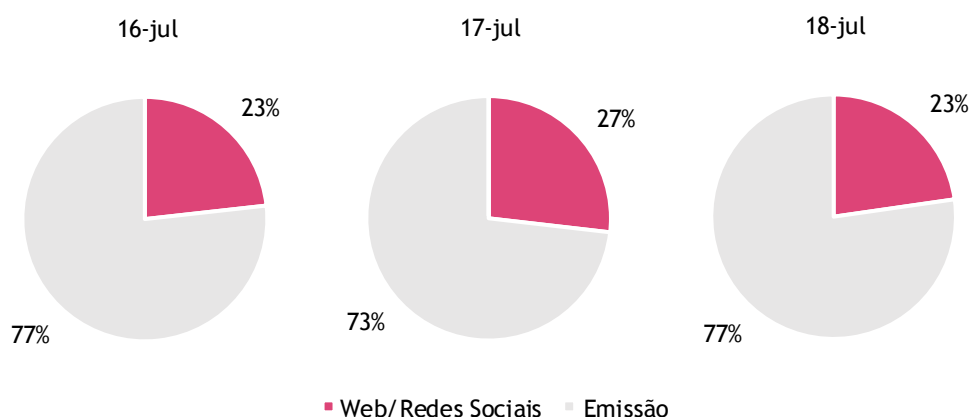


Figura 13 - Utilização da web/redes sociais enquanto conteúdo nas emissões especiais da *Antena 3* no *Super Bock Super Rock* 2015

A introdução deste novo instrumento nas emissões de festivais da *Antena 3* foi positiva, ocupando, desde logo, um lugar de destaque nos conteúdos que mais atenção tiveram por parte da estação.

A leitura da Figura 13 permite observar que a aposta neste conteúdo se manteve constante ao longo dos três dias de festival, aumentando ligeiramente apenas no segundo dia. Com a aposta mais acentuada na transmissão de concertos nos dias 17 e 18 de julho, o indicador em estudo acabou por refletir essa tendência. Depois de um total de 23 presenças na grelha do primeiro dia, registou-se um decréscimo dessa aposta nos dias seguintes, para 11 e dez, respetivamente. Porém, como indica a Figura 13, não se verificaram grandes alterações neste

<sup>30</sup> *Hashtags* são palavras-chave ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão, que se pretende indexar em determinada rede social. São antecedidas do símbolo cardinal (#), que lhes permite assumirem uma função de hiperligação dentro da rede a que estão associadas.

indicador, que registou sempre o segundo melhor resultado, quanto ao seu posicionamento em número de conteúdos.

Apesar de ser um marcador em destaque, a aposta na web/redes sociais não teve um lugar privilegiado no tempo total das emissões. Cada intervenção teve, em média, uma duração de 1m.20s., e para além do apelo à participação dos seguidores nas plataformas digitais da *Antena 3*, foi sendo igualmente feito o balanço do que se ia passando no ciberespaço, em torno das emissões e do próprio festival. No período total da emissão, este indicador correspondeu a apenas 2,2% da cobertura geral realizada, ou seja, conseguiu 51m.32s de atenção em 23h.15m.03s possíveis.

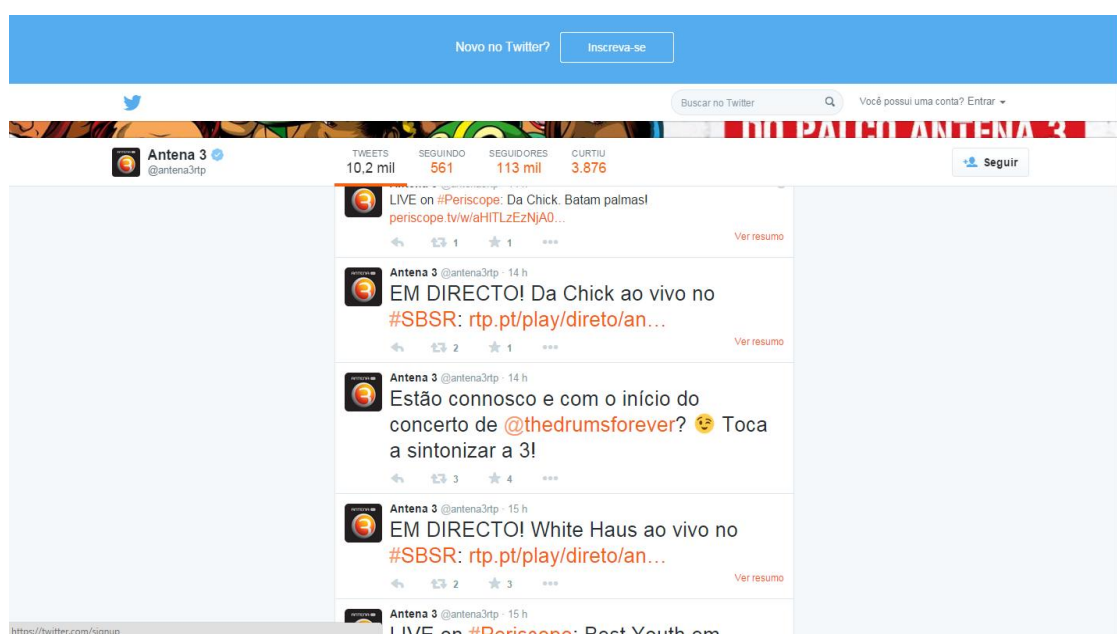


Figura 14 - Página da *Antena 3* na rede social *Twitter*.  
Consultado em 18 de julho de 2015, em <https://twitter.com/antena3rtp>

A rede social *Twitter* funciona como uma plataforma digital de *microblogging*<sup>31</sup>, que permite enviar e receber atualizações pessoais e de outros perfis, conforme a rede de contactos de cada um, com textos até 140 caracteres, conhecidos por *tweets*.

Durante o festival *Super Bock Super Rock*, a *Antena 3* utilizou a sua página de *Twitter* para partilhar o que estava a acontecer no festival e na emissão, aproveitando igualmente a oportunidade para se relacionar diretamente com os seus seguidores, como mostra a Figura 14. Como referido anteriormente, a emissão contou com um elemento que tinha como função

<sup>31</sup> Forma de interagir semelhante à utilizada em blogs, divergindo destes pela sua característica de brevidade. Comporta mensagens de texto, com um número limitado de caracteres, e imagem.

monitorizar, de forma permanente, as redes sociais da rádio pública, interagindo, sempre que necessário, de forma direta com os ouvintes.

Deste modo, de um lado estavam os ouvintes, que tiveram a oportunidade de enviar questões a entrevistados, dar a sua opinião sobre o festival, sugerir transmissões de concertos, dar um *feedback* de como estavam a acompanhar a emissão ou simplesmente partilhar conteúdos ou informações através da utilização das hashtags *#SBSR* e *#facoparteda3*, e do outro, o radialista que lhe proporcionava essa experiência, respondendo diretamente ao ouvinte e integrando-o, em direto, na emissão. Este tipo de ações acaba por incutir nos ouvintes um sentimento de integração face ao festival e à emissão radiofónica que este acompanha.



Figura 15 - Acompanhamento em direto da entrevista de PZ, na página da *Antena 3* na rede social *Periscope*. Consultado em 16 de julho de 2015, em <https://www.periscope.tv/antena3rtp>

O *Periscope* é uma rede social que utiliza o *streaming* de vídeo como a sua principal ferramenta. A aplicação, atualmente integrada no *Twitter*, e com suporte para os sistemas operativos móveis *iOS* e *Android*, permite a transmissão de vídeo em direto, possibilitando que outros utilizadores com acesso à hiperligação acompanhem o desenrolar do *live streaming*, que pode acontecer em modo público ou privado.

Através do *Periscope*, foi muitas vezes possível acompanhar diferentes momentos da emissão da *Antena 3*, onde se destacam entrevistas, emissão com os radialistas ou alguns momentos de reportagem. A Figura 15 mostra uma dessas situações. A *Antena 3* transmitiu em direto, via *Periscope*, a entrevista do músico PZ, a 16 de julho. O artista integrava a programação do palco da rádio pública, tendo atuado pouco tempo depois desta entrevista.

É perceptível, através da observação da Figura 15, que existe uma área no canto inferior esquerdo destinada aos comentários em tempo real dos utilizadores que estão a acompanhar a transmissão vídeo, permitindo, assim, que estes interajam com o emissor. Essa possibilidade foi aproveitada pela Antena 3 para que os ouvintes pudessem enviar questões que seriam, algumas delas, colocadas aos intervenientes.



Figura 16 - Banner de divulgação do canal especial da Antena 3 na plataforma RTP Play

Também via *web*, a Antena 3 apostou na transmissão de todos os concertos do seu palco, em direto, via *streaming*, na plataforma RTP Play. Para isso, foi criado um canal exclusivo que serviu de complemento à emissão FM, nomeadamente com acesso à imagem das atuações. Contudo, essa aposta não se traduziu numa emissão autónoma e dedicada ao meio *web*, pelo que o canal apenas transmitia quando existiam concertos a decorrer. Designado de Antena 3 @Festivais, este canal especial apenas esteve disponível nos dias do evento, de 16 a 18 de julho de 2015, em <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3festivais>.

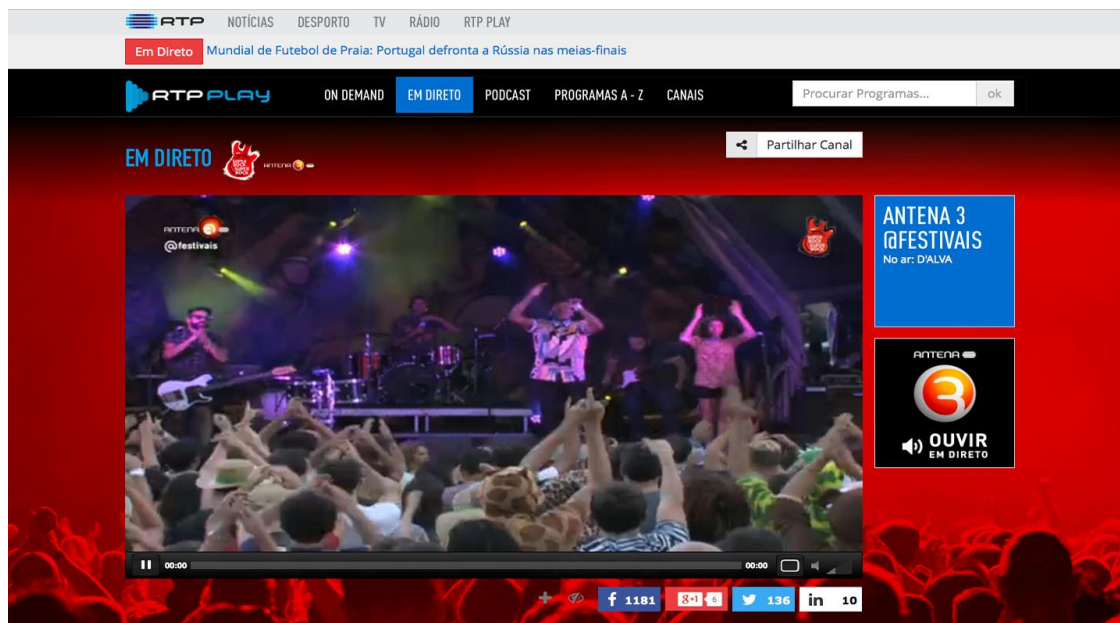


Figura 17 - Acompanhamento em direto do concerto de D'Alva, via RTP Play, no canal Antena 3 @Festivais. Consultado em 18 de julho de 2015, em <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3festivais>

Foi através deste canal, apresentado na Figura 17, que a Antena 3 fez a transmissão dos concertos do seu próprio palco, no festival *Super Bock Super Rock 2015*. O *streaming* estava disponível entre as 19h e as 23h, para a transmissão em direto, com imagem, de três atuações por dia a partir do *Palco Antena 3*.

Na Figura 17 é possível observar a *performance* do grupo D'Alva, um dos projetos de música portuguesa que mais tem emergido no panorama musical nacional nos últimos anos.

Apesar de ser um canal com imagem, é possível observar na Figura 17 que no lado direito da imagem se encontra o logotipo da Antena 3 com uma hiperligação para a emissão FM. Ao introduzir este tipo de emissão, que não foi novidade, uma vez que a estação jovem de serviço público já o tinha tentado noutras ocasiões, nomeadamente no festival *NOS Primavera Sound 2013*, no Porto, tem-se como objetivo inovar e variar o tipo de oferta ao nível de emissões. Neste caso, a única vantagem da emissão *streaming* foi o recurso à imagem, uma vez que não tinha outros conteúdos para além dos concertos do *Palco Antena 3*. Por seu lado, a emissão de rádio continuou nos moldes de sempre, com uma oferta plural, concertos de vários palcos, entrevistas e reportagem, tudo num acompanhamento permanente com uma duração média diária de aproximadamente oito horas de emissão.



Figura 18 - Transmissão do concerto de *D'Alva*, na RTP2.

Outra das novidades deste ano foi a criação de programas televisivos, de 50 minutos, com os melhores momentos do *Palco Antena 3*, repartidos por três episódios, que incluíram algumas das melhores atuações e entrevistas às nove bandas portuguesas convidadas.

O *frame* apresentado na Figura 18, é o mesmo que está presente na Figura 17. Desta forma, é possível observar a forma como o mesmo conteúdo foi adaptado a diferentes plataformas de comunicação. Sendo, ambos, conteúdos com recurso à imagem, a sua transmissão torna-se possível em qualquer uma das plataformas em análise, web e televisão. Na rádio, tal já não seria possível. Pelo menos neste formato.



Figura 19 - Entrevista com o grupo *Thunder & Co.*, transmitida na RTP2.

Esta aposta seguiu, de resto, uma tendência que se tem verificado na *Antena 3* nos últimos tempos: o intercâmbio entre programas de rádio e televisão, que ganham uma nova vida e dimensão ao saltarem para o ecrã. Deste modo, a rádio pública decidiu, também, apostar na criação de programas compactos, de curta duração, dando a conhecer alguns dos melhores momentos que tiveram lugar no seu palco. É um primeiro passo para atingir a convergência de conteúdos em formato multiplataforma, que pressupõe produtos devidamente adaptados para cada um dos meios de comunicação em que poderão estar presentes: rádio, televisão e web.

Porém, a vontade em inovar deve ser reconhecida. É igualmente verdade que, para se entrar num mundo como a web, com características diferentes de outros meios de comunicação, é preciso começar por algum sítio. Apesar disso, a *Antena 3* não é nova neste tipo de cobertura, e assim sendo, podia ter arriscado um pouco mais ao apostar na presença *online*.

## 6.2. O Auditório da *Antena 3*

### 6.2.1. Perfil do Ouvinte

Dos ouvintes que acompanham emissões especiais de festivais de verão via rádio, apenas 33% do total da amostra recolhida têm a *Antena 3* como primeira opção para o fazer. Destes, 52% são do sexo masculino e os restantes 48% do sexo feminino. Predominam os indivíduos nas faixas etárias mais jovens, com 81% do total da amostra, distribuídos pelos intervalos entre os 15 e os 24 anos, 49%, e entre os 25 e os 34 anos, com 32%. Mais de 50% dos inquiridos são estudantes, seguidos de perto por jovens trabalhadores, que registam 39% do total da amostra.

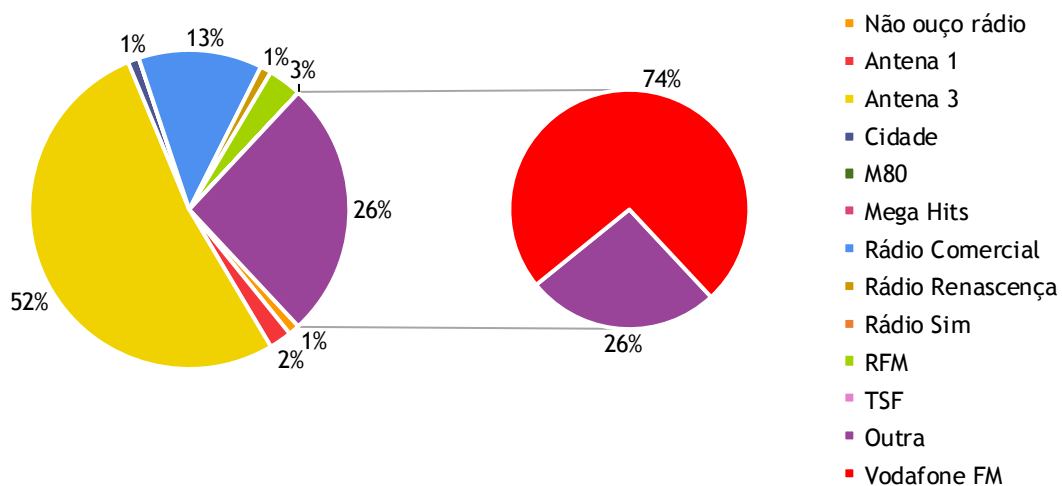


Figura 20 - Estação de preferência dos ouvintes que acompanham a *Antena 3* nos festivais de verão

Dos 88 indivíduos que acompanham as emissões da *Antena 3*, 99% afirmam escutar rádio e 61% admitem fazê-lo todos os dias. Apenas 52% dos inquiridos tem a *Antena 3* como estação de preferência para a escuta de rádio, embora no período festivo 100% da amostra em análise tenha a estação pública como referência. Seguem-se a *Vodafone FM* com 19% e a *Rádio Comercial* com 13%, no topo das preferências dos ouvintes.

No que diz respeito ao acompanhamento de emissões especiais de festivais de verão, a totalidade dos inquiridos respondeu afirmativamente, porém 3% indicam que não têm por hábito acompanhar a época festiva.

Conclui-se, portanto, que o ouvinte da *Antena 3* durante as emissões dos festivais de verão é do sexo masculino, jovem entre os 15 e os 24 anos, estuda e é assíduo ouvinte de rádio, tendo

na *Antena 3* a sua estação de preferência. Para além de acompanhar as emissões dos festivais, acompanha ainda o decorrer da época festivaleira.

### 6.2.2. A Relevância da Rádio

A rádio está hoje numa acesa competição com os restantes meios de comunicação pela captação de audiências. Se é verdade que tem perdido espaço face aos novos meios, também é verdade que se tem conseguido adaptar e reinventar face ao surgimento de novos desafios.

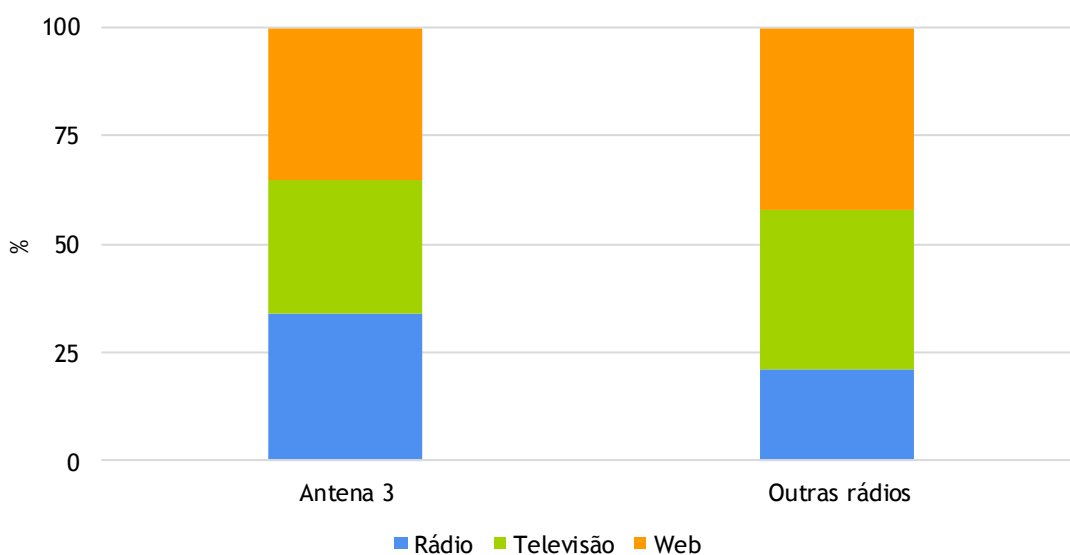


Figura 21 - Emissão de preferência para o acompanhamento de emissões de festivais de verão

A Figura 21 mostra o tipo de emissão preferencial dos inquiridos para o acompanhamento de festivais de verão. Os que seguem as coberturas da *Antena 3*, têm, em primeiro lugar, preferência por emissões web, 35%, e só depois elegem o meio radiofónico, 34%. A televisão é o meio que menos atenção tem por parte desta amostra, ficando-se pelos 31% do total de inquiridos.

Curiosamente a vertente de emissões web é pouco explorada em Portugal neste momento. Existe apenas um grande festival nacional, *NOS Alive*, tem este tipo de formato associado, em parceria com a *RTP*. As emissões *online* têm crescido ao longo dos anos, mas não de uma forma sustentada. Apenas disponibilizam o acesso a *live streamings* de vídeo, não tendo uma emissão exclusiva dedicada ao evento, a funcionar em pleno, com entrevistas, reportagem e outros conteúdos que a tornem autónoma. Admite-se, por isso, que os inquiridos possam ter sido induzidos em erro pela questão em análise, embora a mesma estivesse acompanhada de

uma nota dando conta das diferenças entre os vários tipos de emissão, indicando expressamente que as opções sinalizadas obedeciam a uma emissão própria. A título de exemplo, foi referido que a escuta de rádio na Internet, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte emissora continua a ser a rádio. Eventualmente por desconhecimento, a maior parte dos indivíduos deste estudo, 40%, referiu preferir esse tipo de emissões para o acompanhamento de festivais de verão. Admite-se, igualmente, o cenário de, ao entenderem a questão, terem efetivamente preferência por emissões em formato web, embora com conhecimento de causa que em Portugal apenas um festival explora esse formato, de momento.

Em relação à preferência pelo meio radiofónico, que privilegia o som como elemento primário da comunicação, verifica-se que os ouvintes da *Antena 3* lhe dão maior destaque do que os inquiridos que têm outras rádios como primeira opção para o acompanhamento de festivais de verão: 34% e 21%, respetivamente.

Conclui-se, da mesma maneira, que os meios que incluem imagem na sua transmissão, televisão e web, vão ao encontro dos interesses de larga maioria da amostra em análise, atingido 75% das preferências.

Face ao exposto acima, os inquiridos foram confrontados com o facto de ao acompanharem uma emissão radiofónica, a mantinham como primeira opção perante a existência de transmissões alternativas em televisão ou web. Apenas 33% dos ouvintes da *Antena 3* afirmou manter a sua opção. Quer isto dizer que a *Antena 3* não tem possibilidade de segurar o seu auditório, mediante a existência de emissões em televisão ou web. A estação pode, efetivamente, ser a primeira escolha mediante determinados fatores, de acordo com as opções de cada um, mas quando confrontados com uma alternativa, que incluía, nomeadamente, imagem, a grande maioria dos ouvintes não hesita em mudar o seu canal de receção. Ainda assim, o público da *Antena 3* é mais fiel à sua rádio do que os ouvintes das restantes estações analisados, em que apenas 26% admite manter a sua opção pelo meio radiofónico.

	<b>Antena 3</b>	<b>Outras rádios</b>
Sim	42%	40%
Não	24%	24%
Não fui	34%	36%

Tabela 1 - Influência da rádio na ida a festivais de verão

Através da Tabela 1, é possível identificar que 42% dos ouvintes da *Antena 3* admite ter sido influenciado a ir a festivais de verão, depois de 64% já ter confirmado, numa primeira fase, que ia a festivais de verão após acompanhar os eventos via rádio. Por outro lado, 36% dos ouvintes habituais da *Antena 3* nunca foram a um festival depois de o acompanhar inicialmente através de emissões especiais. Desses, apenas 2% afirmam que foram influenciados a tomar essa decisão, ou seja, a não ir ao evento. Já os ouvintes que foram a festivais, 40% dizem ter sido influenciados pelas emissões radiofónicas da *Antena 3*. Verifica-se a mesma também nos indicadores de outras rádios, com, igualmente, 40% dos ouvintes a admitirem a influência da rádio no processo de ida a festivais de verão, face aos 56% que afirmam ter ido a um evento desse género.

### 6.2.3. Motivações

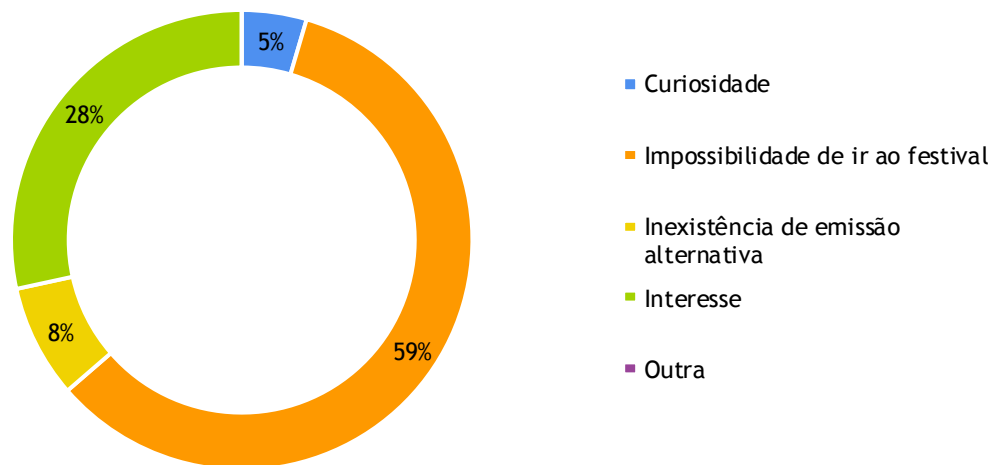


Figura 22 - Motivações dos ouvintes da *Antena 3* para o acompanhamento de emissões especiais

Observando a Figura 22, conclui-se que a principal motivação dos ouvintes para acompanharem as emissões especiais da *Antena 3* se deve, maioritariamente, à impossibilidade de irem ao festival, 59%. Outra parte significativa da amostra, 28%, revela que o faz por interesse.

O indicador abaixo tem especial foco de interesse, uma vez que diz respeito à importância que os ouvintes, de todas as rádios em análise, atribuem ao papel da rádio num festival de verão. Assim, e sendo este um indicador neutro, é de maior relevância abordar o tema como um todo.

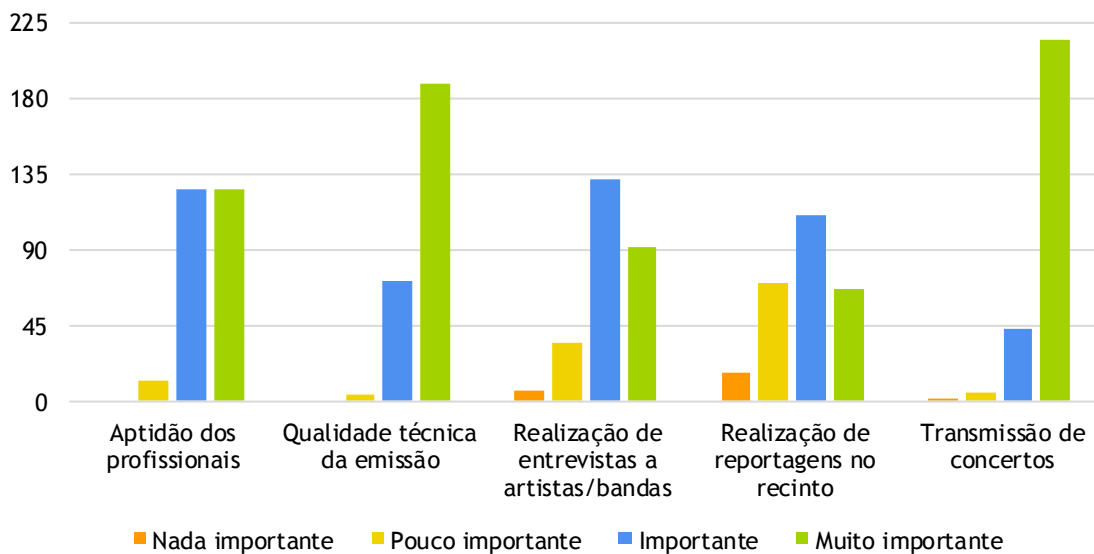


Figura 23 - Importância do trabalho radiofónico na cobertura de festivais de verão

Como demonstra a Figura 23, a transmissão de concertos é o conteúdo a que todos os ouvintes dão maior importância, numa cobertura radiofónica de um festival de verão. Do total da amostra, 81% considera mesmo esse indicador muito importante. Aliado, a esta situação, pode estar o facto de a maioria dos ouvintes, 52%, escutar este tipo de emissões precisamente por indisponibilidade de se deslocar ao festival. Nesse sentido, acompanha os concertos via rádio.

Associado, também, aos concertos, está o marcador da qualidade técnica da emissão, que regista uma percentagem de 72%, considerada muito importante. Se os ouvintes têm como principal interesse os concertos, é espectável que a qualidade técnica da emissão seja outro dos fatores ao qual atribuem maior importância.

A realização de reportagens no recinto regista o pior resultado desta análise, com um terço dos inquiridos a considerar pouco ou nada importante esse tipo de conteúdo. Esta é uma das principais formas de dar a conhecer o festival a quem não está presente, uma vez que relata o ambiente lá vivido, recolhe depoimentos, oferece informação, entre outras coisas. Assim, se a maioria dos ouvintes que escuta estas emissões o faz pela impossibilidade de participar no festival, 52%, e tem preferência, maioritariamente, por concertos, é possível concluir que esse é o seu maior foco de interesse, escutar as atuações ao vivo que lhe possam interessar, ao invés de acompanhar toda a experiência do festival via rádio.

A realização de entrevistas a artistas/bandas, assim como o caso de reportagens, também denota um baixo índice de preferência, com 15% dos inquiridos a considerar este indicador pouco ou nada importante, para a emissão.

Desta forma, a diversidade de conteúdos que compõe a emissão, introduzindo dinâmicas relevantes ao festival, não é do particular interesse para muitos dos ouvintes. A transmissão de concertos, associada à qualidade técnica das emissões, são considerados os fatores mais importantes numa cobertura radiofónica de um festival de música, isto é, os inquiridos têm especial preferência pelo acesso à música ao vivo, numa emissão com uma boa qualidade técnica, nomeadamente ao nível do som. Os restantes indicadores, embora ajudem a compor uma programação de festival, não têm a devida importância por parte dos ouvintes.

#### 6.2.4. Classificação das Emissões

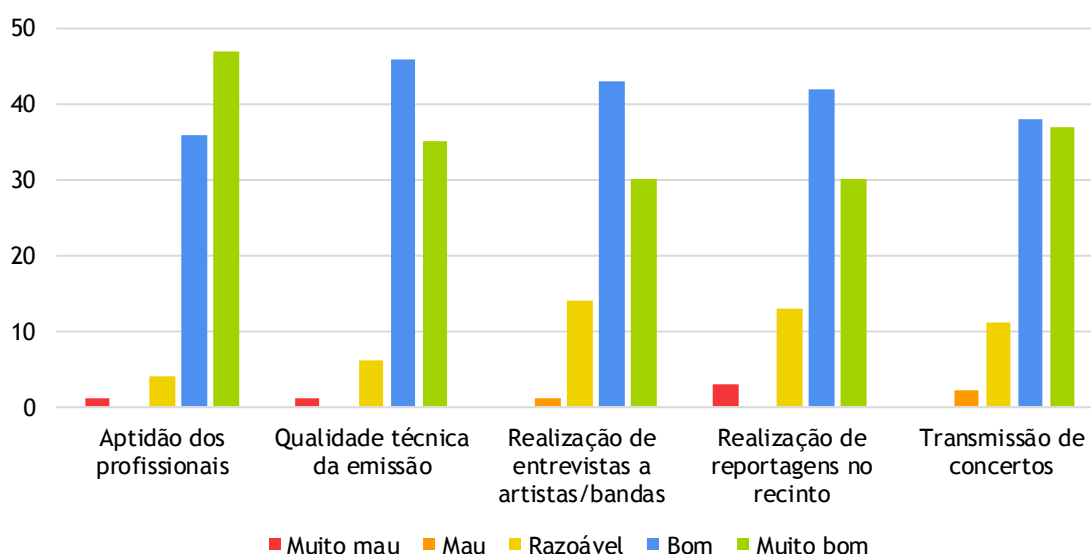


Figura 24 - Classificação do trabalho da *Antena 3* na cobertura de festivais de verão

Observando a Figura 24, verifica-se que o indicador respeitante à aptidão dos profissionais é o melhor classificado pelos ouvintes habituais da *Antena 3*, com uma taxa de classificação positiva a rondar os 94%, seguindo-se a qualidade técnica de emissão com 92%. A aptidão dos profissionais corresponde ao indicador de melhor classificação em resposta “Muito bom” com um total de 53% dos inquiridos, apesar de não ser um dos indicadores mais importantes para os ouvintes, ocupando o terceiro lugar no topo das classificações. Apesar disso, é reconhecido o profissionalismo dos radialistas da emissora jovem. Este facto não acontece em nenhuma outra rádio que tenha emissões especiais de festivais de verão.

Os dois géneros jornalísticos abordados neste tipo de emissões, entrevista e reportagem, também obtiveram boas classificações, 83% e 82%, respetivamente. Os resultados mostram que estes dois géneros são bem acolhidos pelos ouvintes da *Antena 3*, apesar de não serem os mais procurados aquando de uma emissão de rádio, acabando preteridos pelas transmissões de concertos e pela qualidade técnica da emissão.

Em geral, todos os indicadores são bem classificados, pelo total de inquiridos da *Antena 3*, tendo uma taxa de boa classificação, média, acima dos 80%.

## Conclusões

Concluída a investigação, torna-se necessário elaborar o conjunto de resultados obtidos ao longo da Dissertação.

No que à análise do primeiro fator empírico em estudo diz respeito, foi possível analisar as emissões da *Antena 3* no festival *Super Bock Super Rock 2015* e concluir que apesar de a estação não ser uma rádio de caráter informativo, embora contenha blocos noticiosos na sua grelha de programação, aposta na integração de conteúdos jornalísticos nas suas emissões especiais a partir de festivais de verão.

Um em cada três conteúdos que integram a cobertura em análise diz respeito a trabalho jornalístico, embora os mesmos conteúdos representem apenas 20,2% do total do tempo despendido na emissão. Tendo em conta os resultados do estudo aqui apresentado, é possível concluir que a aposta nestes conteúdos enriquece a emissão da *Antena 3*, uma vez que diversifica o próprio tipo de conteúdos utilizados. Aqui, ao apostar na reportagem, a estação jovem do *Grupo RTP* ganha maior destaque, uma vez que tem a possibilidade de reportar *in loco* os principais acontecimentos que decorrem durante o período do festival aos seus ouvintes.

Apesar de os responsáveis pelas entrevistas e reportagens não serem jornalistas de profissão, trabalham na área e nos diferentes contextos analisados há vários anos, desempenhando funções nas áreas do jornalismo cultural e/ou crítica musical. Porém, há situações, que não se verificaram nesta análise, em que a própria *Antena 3* recruta jornalistas à irmã mais velha, *Antena 1*.

No que aos resultados do questionário diz respeito, é importante salientar que a *Antena 3* é a estação preferencial dos inquiridos para o acompanhamento de emissões especiais de festivais de verão. Do mesmo modo, estes ouvintes, ao contrário dos das outras rádios também analisadas, são os que preferem o meio radiofónico para acompanhar coberturas em direto deste tipo de eventos, preterindo a televisão, por exemplo. Há, contudo, um número expressivo de ouvintes que optava pelo acompanhamento de uma emissão web em detrimento de uma emissão via rádio.

Com um historial na área de 20 anos, a *Antena 3* posiciona-se de forma inequívoca no tipo de trabalho aqui em análise, fazendo com que os seus ouvintes se sintam influenciados a ir a determinado festival, depois de um acompanhamento inicial através das suas emissões radiofónicas. Uma vez mais, o valor é superior aos das restantes rádios, que têm um percurso ainda recente na cobertura de festivais de verão.

As principais motivações para o acompanhamento das emissões da *Antena 3* devem-se com a impossibilidade de ir ao festival. Aqui, a rádio assume um papel de extrema importância, porque o ouvinte acaba por depender de si para conseguir acompanhar o festival em questão. É igualmente importante notar que cerca de um terço dos ouvintes da estação pública acompanha a emissão por interesse.

Quanto à perceção do trabalho radiofónico nestes contextos, é de notar que os ouvintes de rádio, todos os inquiridos neste estudo, atribuem aos concertos o seu principal foco de interesse, seguido da qualidade técnica da emissão, que está, por razões óbvias, diretamente relacionada com o primeiro indicador referido. Por outro lado, muitos não consideram a aposta em conteúdos jornalísticos, como a entrevista e a reportagem, importante para o tipo de emissão em questão.

Para finalizar, não deixa de ser curioso um ponto de análise relacionado, até, com o parágrafo acima. Os ouvintes da *Antena 3*, ao contrário dos ouvintes de outras rádios, são os únicos que têm um fator diferenciador dos demais: consideram muito importante a aptidão dos profissionais de rádio da *Antena 3*, mostrando, com isso, que confiam nas emissões e no trabalho que é realizado ano após ano. Prova-se, desta forma, que o posicionamento e o percurso da *Antena 3* ao longo dos últimos anos não passou ao lado dos mais atentos e assíduos ouvintes de emissões radiofónicas de festivais de verão.

## Referências Bibliográficas

Abreu, P. (2004, dezembro). Músicas em movimento: Dos contextos, tempos e geografias da performance musical em Portugal. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (70), 159-181.

Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos* (G. A. Almeida, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar.

Adorno, T. W. (1991). *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. London: Routledge.

Adorno, T. W. (1993). A Social Critique of Radio Music. In N. Strauss (Org.). *Radiotext(e)* (Vol. VI, pp. 272-279. New York: Semiotext(e).

Agostinho, J. (2011). *A Internet na Redacção da TSF*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal. Consultado em 27 de abril de 2016, em <http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/8251/3/A%20Internet%20na%20Redac%C3%A7%C3%A3o%20da%20TSF%20-%20por%20Jo%C3%A3o%20Agostinho%20-%20Universidade%20Cat%C3%B3lica%20Portuguesa.pdf>

Aguiar, D. (Comentadora). (2015, 12 de julho). Live Aid - 30 Anos [Programa de rádio]. In C. Condiño (Produtora), *Os Dias da Rádio*. Lisboa: Antena 1.

Araújo, B. (2010, dezembro). O conceito de aura, de Walter Benjamin, e a indústria cultural. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, 17(28), 120-143. Consultado em 11 de maio de 2016 em <http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/43704/47326>

Arnheim, R. (1980). *Estética radiofónica* (M. F. Blanch, Trad.). Barcelona: Gustavo Gili.

Associação Portuguesa de Festivais de Música. (2015). *1 milhão e 869 mil espectadores presentes nos festivais de música | 210 festivais de música em 2015 [dados finais]*. Consultado em 11 de abril de 2016 em <http://www.aporfest.pt/single-post/2015/12/13/1-milh%C3%A3o-e-869-mil-espectadores-presentes-nos-festivais-de-m%C3%B3sica-210-festivais-de-m%C3%B3sica-em-2015-dados-finais>

Azevedo, M. & Bramão, R. (2015). *Festivais de Música em Portugal*. (Coleção Compendium). Lisboa: Chiado Editora.

- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Barbeiro, H. & Lima, P. R. (2003). *Manual de Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet*. Rio de Janeiro: Campus.
- Batthyány, K., Cabrera, M., Alesina, L., Bertoni, M., Mascheroni, P., Moreira, N., Picasso, F., Ramírez, J. & Rojo, V. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales: Apuntes para un curso inicial*. Montevideo: Universidad de la República.
- Baumworcel, A. (2005). Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. In E. Meditsch (Org.). *Teorias do Rádio: Textos e contextos* (Vol. I, pp. 337-346). Florianópolis: Insular.
- Benjamin, W. (1969). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica (J. L. Grünnewald, Trad.). In J. L. Grünnewald (Ed.). *A idéia do cinema*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Costa, Á. (Comentador). (2015, 12 de julho). Live Aid - 30 Anos [Programa de rádio]. In C. Condinho (Produtora), *Os Dias da Rádio*. Lisboa: Antena 1.
- Crisell, A. & Starkey, G. (2009). The Traveller Who Came Calling: A Short History of Radio Journalism. In A. Crisell & G. Starkey. *Radio Journalism* (Chap. 1, pp. 1-21). London: SAGE. Consultado em 4 de abril de 2016, em [http://www.sagepub.com/upm-data/23604\\_01\\_Starkey\\_Ch\\_01.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/23604_01_Starkey_Ch_01.pdf)
- Cummings, J. (2007). *SOLD OUT! An Ethnographic Study of Australian Indie Music Festivals*. Doctoral Thesis, University of Western Sydney, Sydney, Australia. Consultado em 9 de março de 2016 em <http://researchdirect.westernsydney.edu.au/islandora/object/uws%3A5381/datastream/PDF/download/citation.pdf>
- Delk, S. (2010). *Retrospective*. Consultado em 9 de março de 2016 em [http://yelnats\\_yarkled.tripod.com/Monterey/page9.html](http://yelnats_yarkled.tripod.com/Monterey/page9.html)
- Dias, J. (2012). *MUSICTRIP: Agência de viagens online especializada em festivais de música*. Trabalho de Projeto, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Portugal. Consultado em 11 de abril de 2016 em [http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4455/1/2012.04.018\\_.pdf](http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4455/1/2012.04.018_.pdf)
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and Morphology. In A. Falassi (Ed.). *Time out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press.

- Gadini, S. (2006, setembro-dezembro). Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais: Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. *Revista Fronteiras*, 8(3), 233-240. Consultado em 26 de junho de 2016, em [revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6138/3313](http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6138/3313)
- Getz, D. & Cheyne, J. (2002). Special event motives and behaviour. In C. Ryan (Ed.). *The Tourist Experience*. London: Cassel.
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2007a). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- Getz, D. (2007b). *Events Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Golin, C. & Cardoso, E. (2009, february). Cultural journalism in Brazil: Academic research, visibility, mediation and news values. *Journalism*, 10(1), 69-89.
- Gonzalez-Reverté, F., & Miralbell-Izard, O. (2009). Managing music festivals for tourism purposes in Catalonia (Spain). *Tourism Review*, 64, 53-65.
- Gradim, A. (2000). *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Haslam, C. (2009). *Do Music Festivals Contribute to Local Tourism?*. Consultado em 11 de abril de 2016 em <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Do+Music+Festivals+Contribute+to+Local+Tourism%3f>
- Herreros, M. C. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Lage, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. São Paulo: Record.
- Leenders, M. A. A. M. (2010, July). The relative importance of the brand of music festivals: A customer equity perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 18(4), 291-301.

Leenders, M. A. A. M., van Telgen, J., Gemser, G., & Van der Wurff, R. (2005). Success in the Dutch Music Festival Market: The Role of Format and Content. *The International Journal on Media Management*, 7(3&4), 148-157. Consultado em 15 de abril de 2016 em <http://www.mediajournal.org/index.php/jmm/article/viewFile/70/232>

Lopez, D. & Freire, M. (2007). *O jornalismo cultural além da crítica: Um estudo das reportagens na revista Raiz*. Consultado em 18 de junho de 2016, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>

Maciel, B. (2011). *Festivais de Música e Turismo. Dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Porto, Portugal. Consultado em 27 de março de 2016 em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57045/2/TESEMESBARBARAMACIEL000141726.pdf>

Marques de Melo, J. (2009). *Jornalismo: Compreensão e Reinvenção*. São Paulo: Saraiva.

Martínez-Costa, M. P. & Herrera, S. (2005). Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos. *Global Media Journal*, 2(3). Consultado em 29 de junho de 2016 em [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_7.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_7.html)

Meditsch, E. (1999). *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva.

Meneses, J. P. (2003). *Tudo o que se passa na TSF - ... para um “livro de estilo”*. Porto: Jornal de Notícias.

Morin, E. (2007). *Cultura de Massas no Século XX* (M. R. Sardinha, Trad.). Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Nunes, P. (2003). “É português? Não gosto”. Ideologias e Práticas dos Jornalistas de Música face à Música Portuguesa. *Fórum Sociológico*, (7-8), 145-168.

Nunes, P. (2004). *Popular Music and the Public Sphere: The Case of Portuguese Music Journalism*. Doctoral Thesis, University of Stirling, Stirling, Scotland. Consultado em 13 de junho de 2016 em [http://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/24/1/Nunes\\_Thesis\\_Complete.pdf](http://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/24/1/Nunes_Thesis_Complete.pdf)

Nunes, P. (2011). Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: Entre o *gatekeeping* e o “cheerleading”. *Trajectos*, (18), 53-69.

Oakes, S. (2003, August). Musical Tempo and Waiting Perceptions. *Psychology & Marketing*, 20(8), 685-705.

Oliveira, F. (2012). *A cultura como notícia: O espaço dos temas culturais na televisão portuguesa*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Consultado em 27 de maio de 2016 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/m-jornalismo-2012-fatima-oliveira.pdf>

Portela, P. (2006). *Rádio na Internet em Portugal - A Abertura à Participação num Meio em Mudança*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Consultado em 3 de junho de 2016, em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6251/1/pedro%20portela.pdf>

Prado, E. (1981). *Estructura de la información radiofónica*. (Colección Textos de Periodismo). Barcelona: A.T.E.

Primeiro festival de Verão em Portugal [Versão online], SÁBADO. Consultado em 11 de abril de 2016 em [http://www.sabado.pt/multimedia/fotografias/sociedade/detalhe/Vazio-\(NAO-GRAVAR\)-\(55\).html](http://www.sabado.pt/multimedia/fotografias/sociedade/detalhe/Vazio-(NAO-GRAVAR)-(55).html)

Reis, C. (2010, julho-dezembro). Taxonomia dos gêneros jornalísticos no rádio: Proposta de uma nova tipologia. *Comunicação & Sociedade*, (54), 51-70.

Reis, I. (2012, janeiro-junho). Os recursos expressivos da linguagem radiofónica nas cibernotícias das rádios portuguesas. *Rádio-Leituras*, (1), 3-25. Consultado em 5 de julho de 2016, em <https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/07/ano3num1art01.pdf>

Ribeiro, J. C., Vareiro, L. C., Fabeiro, C. P. & Blas, X. P. (2005). *Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: Um estudo de caso*. Consultado em 12 de abril de 2016 em [http://www.nipe.eeg.uminho.pt/Uploads/Ribeiro\\_Vareiro\\_Fabeiro\\_Blas\\_2006\\_RPER.pdf](http://www.nipe.eeg.uminho.pt/Uploads/Ribeiro_Vareiro_Fabeiro_Blas_2006_RPER.pdf)

Rivero, C. R. (2009). *Impacts of music festivals on tourist's destination image and local community. Case Study: Womad and Contempopranea Festivals in Extremadura (Spain)*. Master Dissertation, Bournemouth University, Bournemouth, England. Consultado em 30 de abril de 2016, em <http://www.du.se/PageFiles/18846/RiveroRegidorConcepci%C3%B3n1.pdf>

Rocha, R. (2011). *Os Públicos do Festival Paredes de Coura 2011: Expectativas, Motivações e Práticas*. Dissertação de Mestrado, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal. Consultado em 27 de março de 2016 em

<https://repositorio.iscte->

[iul.pt/bitstream/10071/4590/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Ricardo%20Rocha.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/4590/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Ricardo%20Rocha.pdf)

Santos, R. (Editor). (2015, 12 de julho). Live Aid - 30 Anos [Programa de rádio]. In C. Condinho (Produtora), *Os Dias da Rádio*. Lisboa: Antena 1.

Sarmiento, J. (2007). Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território. *GEO-Working papers, Série Investigação 2007/13*, 5-21. Consultado em 9 de março de 2016 em

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9599/1/Gwp-Investig-n13-net.pdf>

Sérgio, A. (Comentador). (2015, 12 de julho). Live Aid - 30 Anos [Programa de rádio]. In C. Condinho (Produtora), *Os Dias da Rádio*. Lisboa: Antena 1.

Sierra, R. (1998). *Técnicas de Investigación Social: Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.

Silva, D. (2009). *Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal*. Consultado em 11 de julho de 2016 em

[http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/viewFile/434/432](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/434/432)

Silva, J. G. (2010). *Da Telegrafia Sem Fios à Radiofusão*. Consultado em 28 de novembro de 2015, em

<http://telefoniam.no.sapo.pt/born.htm>

Snell, K. (2005, September). Music Education Through Popular Music Festivals: A study of the OM Music Festival in Ontario Canada. *Action, Criticism & Theory for Music Education*, 4(2), 1-35. Consultado em 30 de abril de 2016, em

[http://act.maydaygroup.org/articles/Snell4\\_2.pdf](http://act.maydaygroup.org/articles/Snell4_2.pdf)

Stone, C. (2009). The British pop music festival phenomenon. In J. Ali-Knight, M. Robertson, A. Fyall & A. Ladkin (Eds.). *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Oxford: Elsevier Ltd.

Tavares, P. (2010). *A Instável Leveza do Rock: Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*, 3. Dissertação de Doutoramento, Universidade do Porto, Porto, Portugal. Consultado em 6 de setembro de 2016 em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56304/4/volume3000129548.pdf>

Torres Silva, M. (2014, janeiro-abril). Jornalismo musical: Estratégias enunciativas e retóricas. Contributos para uma análise discursiva. *Revista Comunicação Midiática*, 9(1), 12-35. Consultado em 26 de junho de 2016, em <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4790781.pdf>

Velho, A. (2009). *A Linguagem do Rádio Multimídia*. Consultado em 22 de julho de 2016, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-velho-linguagem.pdf>

Zamith, F. (2003). *Vilar de Mouros - 35 Anos de Festivais*. Porto: Edições Afrontamento.

Zuculoto, V. (1998). *Os intelectuais diante do rádio nos anos 30 e 40 - Adorno, Arnheim e Brecht fazem o debate*. Consultado a 27 de julho de 2016, em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/2392724f3c624e9d7b258d5e7a334e67.PDF>



# Anexos

## Anexo 1. Emissão Antena 3 - Super Bock Super Rock (16.07.2015)

Alinhamento #	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
1	Emissão Música	Blur - Country House	Luis Oliveira	00:03:41
2	Reportagem	Primeiras impressões + composição recinto + entrevistas	Joana Dias	00:04:36
3	Música	Criolo - Não Existe Amor em SP	-	00:04:33
4	Rubrica	Apresentação Da Chick - Palco Antena 3 SBSR	-	00:01:44
5	Música	PZ - Neura	-	00:01:52
6	Promoção	Digressão Auto Rádio - Benjamin	-	00:00:26
7	Promoção	Programa Rotations - DJ Vibe	-	00:00:21
8	Web/Redes sociais	Lançamento redes sociais	Ana Galvão	00:01:42
9	Web/Redes sociais	Participação redes sociais	Ana Galvão	00:00:42
10	Música	Toro Y Moi - Buffalo	-	00:03:07
11	Entrevista (direto/estúdio)	Duquesa	Luis Oliveira	00:08:17
12	Música	Unknown Mortal Orchestra - So Good At Being In Trouble	-	00:03:22
13	Reportagem	Composição recinto + cartaz + entrevistas	Joana Dias	00:03:01
14	Promoção	FMM Sines	-	00:00:32
15	Promoção	Programa Ginga Beat - DJ Ride	-	00:00:23
16	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:02:15
17	Música	Gala Drop - Sun Gun	-	00:05:44
18	Música	Xinobi - The Best Of Me	-	00:03:13
19	Música	SBRKT - NEW DROP, NEW YORK (Feat. Ezra Koenig)	-	00:02:53
20	Música	Crystal Fighters - You & I	-	00:03:12
21	Música	Rodrigo Amarante - Hourglass	-	00:03:07
22	Web/Redes sociais	Lançamento entrevista PZ Periscope + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:02
23	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:25
24	Comentário	Antevisão Palco Antena 3	Henrique Amaro	00:05:45
25	Música	Florence + The Machine - Skip To Wreck	-	00:03:41
26	Música	White Haus - Far From Everything	-	00:03:30

Alinhamento	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
27	Promoção	Concerto Criolo - Porto	-	00:00:26
28	Promoção	Super Bock Super Rock - site Antena 3	-	00:00:25
29	Entrevista (direto/estúdio)	PZ	Luis Oliveira	00:09:49
30	Web/Redes sociais	Entrevista PZ Periscope + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:33
31	Música	We Trust - Time (Better Not Stop)	-	00:04:24
32	Promoção	Filme Love and Merci - A Força de um Génio	-	00:00:31
33	Promoção	Super Bock Super Rock	-	00:00:40
34	Música	dEUS - Nothing Really Ends	-	00:05:04
35	Música	Benjamin Clementine - Cornerstone	-	00:04:00
36	Música	Da Chick - Cocktail	-	00:03:28
37	Reportagem	Ambiente + cartaz + entrevistas	Vanessa Augusto	00:04:25
38	Música	Isaura - Useless	-	00:02:58
39	Web/Redes sociais	Ronda + informações úteis + interação ouvintes	Ana Galvão	00:04:05
40	Música	Best Youth - Red Diamond	-	00:04:13
41	Música	Sinkane - How We Be	-	00:03:57
42	Música	Banda do Mar - Hey Nana	-	00:02:53
43	Música	D'Alva - #LLS	-	00:03:45
44	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:00
45	Música	The Vaccines - Post Break-Up Sex	-	00:02:39
46	Reportagem	Ambiente + Palco Antena 3 + entrevistas	Vanessa Augusto	00:05:54
47	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:36
48	Música	Duquesa - Ice Cream	-	00:03:41
49	Entrevista (direto/estúdio)	Modernos	Luis Oliveira	00:12:04
50	Música	Bombay Bicycle Club - Carry Me	-	00:04:24
51	Música	Mirror People - Feel The Need (Feat. Rowetta)	-	00:03:26
52	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:38
53	Reportagem	Fila pulseiras + ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:02:53

Alinhamento	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
54	Concerto (direto/completo)	Duquesa [Palco Antena 3]	-	00:40:17
#	Emissão	-	Nuno Calado	-
55	Comentário	King Gizzard & The Lizard Wizard + Duquesa + Palco Antena 3	Henrique Amaro	00:04:19
#	Falha Técnica	Emissão estúdio c/Pedro Costa + Sparks - Metaphor	-	00:04:44
56	Comentário	Música portuguesa + Palco Antena 3	Henrique Amaro	00:02:16
57	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:44
58	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:03:52
59	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:15
60	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:35
61	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:04:25
62	Promoção	Concerto Criolo - Porto	-	00:00:26
63	Promoção	Super Bock Super Rock - site Antena 3	-	00:00:25
64	Música	Bombay Bicycle Club - Shuffle	-	00:03:03
65	Rubrica	Super Rock Super Memórias - Zen (SBSR 1997)	-	00:03:39
66	Web/Redes sociais	Concerto PZ site Antena 3	Ana Galvão	00:01:17
67	Música	Blur - Lonesome Street	-	00:03:19
68	Música	Best Youth - Hang Out	-	00:03:31
69	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:02:23
70	Concerto (direto/parcial)	PZ [Palco Antena 3]	-	00:29:25
71	Reportagem	Impressões PZ + entrevistas	Joana Dias	00:04:01
72	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:02:01
73	Entrevista (direto/estúdio)	Mirror People	Henrique Amaro	00:11:07
74	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:02:09
75	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:04:01
76	Entrevista (gravada)	Noel Gallagher	Luis Oliveira	00:09:27
77	Web/Redes sociais	Ronda + Periscope	Ana Galvão	00:00:44
78	Concerto (direto/completo)	Gala Drop [Palco Antena 3]	-	00:58:19

Alinhamento	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
79	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:23
80	Reportagem	Impressões Gala Drop + entrevistas	Joana Dias	00:01:04
81	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:36
82	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:01:47
83	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:00:27
84	Web/Redes sociais	Ronda	Ana Galvão	00:00:28
85	Comentário	Noel Gallagher	João Gonçalves (DD*)	00:04:31
86	Web/Redes sociais	Ronda	Ana Galvão	00:00:29
87	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:01:57
88	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:01:11
89	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:01:11
90	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:02:18
91	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:01:44
92	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:04:34
93	Comentário	Balanço Palco Antena 3	Henrique Amaro	00:03:38
94	Web/Redes sociais	Ronda	Ana Galvão	00:00:38
95	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:06
96	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:00:36
97	Web/Redes sociais	Redes sociais	Ana Galvão	00:00:07
98	Entrevista (gravada)	The Vaccines	Luis Oliveira	00:06:33
99	Concerto (diferido/parcial)	The Vaccines [Palco Super Bock]	-	00:09:42
#	Emissão	-	Luis Oliveira/Numo Calado	01:04:42
<b>Total</b>	-	-	-	<b>07:54:39</b>

\*colaborador do site Disco Digital.

## Anexo 2. Emissão Antena 3 - Super Bock Super Rock (17.07.2015)

Alinhamento #	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
1	Emissão	-	Luis Oliveira	-
1	Reportagem	Composição recinto + ambiente	Joana Dias	00:00:53
2	Web/Redes sociais	Balanço dia 1 + participação redes sociais	Ana Galvão	00:01:56
3	Reportagem	Ambiente + antevisão Isaura + entrevistas	Joana Dias	00:04:11
4	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:37
5	Concerto (direto/completo)	Isaura [Palco EDP]	-	00:34:57
6	Comentário	Balanço dia 1 - Palco Antena 3	Henrique Amaro	00:02:33
7	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:03:24
8	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes + balanço dia 1	Ana Galvão	00:02:30
9	Comentário	Isaura + antevisão Antony Left	Henrique Amaro	00:03:25
10	Reportagem	Ambiente + entrevistas + quiz	Joana Dias	00:07:04
11	Concerto (direto/completo)	Sinkane [Palco EDP]	-	00:46:38
12	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:57
13	Entrevista (direto/estúdio)	White Haus	Luis Oliveira	00:05:33
14	Concerto (direto/parcial)	Antony Left [Palco Antena 3]	-	00:26:14
15	Reportagem	Ambiente + impressões Antony Left + entrevistas	Vanessa Augusto	00:04:22
16	Entrevista (direto/estúdio)	Isaura	Luis Oliveira	00:12:45
17	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:02:00
18	Entrevista (direto/estúdio)	Best Youth	-	00:09:42
19	Rubrica	Apresentação Best Youth - Palco Antena 3 SBSR	-	00:01:32
20	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes + FMM	Ana Galvão	00:01:32
21	Reportagem	Antony Left	Joana Dias	00:00:28
22	Concerto (direto/completo)	White Haus [Palco Antena 3]	-	00:41:10
#	Emissão	-	Nuno Calado	-
23	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:29
24	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:03:01
25	Comentário	Oasis vs. Blur + antevisão Blur	Pedro Gonçalves (TO*)	00:07:30

Alinhamento	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
26	Web/Redes sociais	Ronda	Ana Galvão	00:00:27
27	Concerto (direto/parcial)	The Drums [Palco Super Bock]	-	00:27:36
28	Concerto (direto/completo)	Da Chick [Palco Antena 3]	-	00:54:49
29	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:02:32
30	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:06:47
31	Entrevista (gravada)	Da Chick	Ana Galvão	00:05:29
32	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:11
33	Reportagem	Ambiente + entrevistas + Best Youth	Joana Dias	00:02:37
34	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:41
35	Concerto (diferido/parcial)	Mirror People [Palco Carlsberg] (16/07)	-	00:10:53
36	Entrevista (gravada)	dEUS	Luis Oliveira	00:05:55
37	Concerto (direto/parcial)	Best Youth [Palco Antena 3]	-	00:46:56
38	Reportagem	Impressões Best Youth + ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:04:55
39	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:05:27
40	Concerto (diferido/parcial)	Xinobi [Palco Carlsberg] (16/07)	-	00:05:23
41	Concerto (direto/completo)	dEUS [Palco Super Bock]	-	00:58:52
#	Emissão	-	Luis Oliveira/Numo Calado	00:34:54
<b>Total</b>	-	-	-	<b>08:19:47</b>

\*colaborador da revista Time Out.

### Anexo 3. Emissão Antena 3 - Super Bock Super Rock (18.07.2015)

Alinhamento #	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
1	Entrevista (direto/estúdio)	Thunder & Co. + D'Alva	Luis Oliveira	00:13:33
2	Música	Blur - There's No Other Way	-	00:02:25
3	Web/Redes sociais	Balanço dia 2	Ana Galvão	00:02:06
4	Entrevista (direto/estúdio)	Rodrigo Amarante	Henrique Amaro	00:11:34
5	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:05:14
6	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:38
7	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:03:34
8	Música	Da Chick - Lotta Love	-	00:03:20
9	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:49
10	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:02:22
11	Concerto (direto/parcial)	Modernos [Palco EDP]	-	00:18:13
12	Entrevista (gravada)	Márcia	Vanessa Augusto	00:08:22
13	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:10
14	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:05:58
15	Entrevista (direto/estúdio)	Throes + The Shine	Luis Oliveira	00:10:51
16	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:19
17	Entrevista (direto/estúdio)	We Trust	Luis Oliveira	00:06:05
18	Concerto (direto/completo)	Márcia [Palco EDP]	-	00:27:07
#	Emissão	-	Luis Oliveira	-
19	Comentário	Márcia	Henrique Amaro	00:01:40
20	Concerto (direto/completo)	Thunder & Co. [Palco Antena 3]	-	00:46:45
21	Reportagem	Impressões Thunder & Co. + ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:05:53
22	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:31
23	Reportagem	Thunder & Co.	Joana Dias	00:01:09
24	Web/Redes sociais	Ronda + interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:16
25	Concerto (direto/parcial)	Palma Violets [Palco EDP]	-	00:19:23

Alinhamento	Conteúdo	Tema	Autoria	Duração
26	Concerto (direto/completo)	D'Alva [Palco Antena 3]	-	01:02:05
27	Reportagem	Impressões D'Alva + entrevistas	Joana Dias	00:02:44
28	Comentário	D'Alva	Henrique Amaro	00:01:02
29	Reportagem	D'Alva	Joana Dias	00:01:28
30	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:26
31	Entrevista (gravada)	Blur	Luis Oliveira	00:11:26
32	Promoção	Prémio Novos Artistas EDP	-	00:00:29
33	Promoção	Digressão Benjamin - Auto Rádio	-	00:00:26
34	Promoção	Super Bock Super Rock dia 3 - Palco Antena 3	-	00:00:37
35	Concerto (diferido/parcial)	Rodrigo Amarante [Palco Super Bock]	-	00:10:20
36	Web/Redes sociais	Interação ouvintes	Ana Galvão	00:00:09
37	Reportagem	Antevisão We Trust + ambiente + entrevistas	Joana Dias	00:06:11
38	Concerto (direto/completo)	We Trust [Palco Antena 3]	-	01:00:16
39	Concerto (direto/parcial)	FFS (Franz Ferdinand and Sparks) [Palco Super Bock]	-	00:10:51
40	Web/Redes sociais	Ronda + Interação ouvintes	Ana Galvão	00:01:47
41	Entrevista (gravada)	FFS (Franz Ferdinand and Sparks)	Nuno Calado	00:07:58
42	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:02:04
43	Reportagem	Ambiente + entrevistas	Vanessa Augusto	00:02:20
44	Comentário	Balço final SBSR + Palco Antena 3	Luis Oliveira	00:04:50
#	Emissão	-	Luis Oliveira/Nuno Calado	00:29:51
<b>Total</b>	-	-	-	<b>07:00:37</b>

## Anexo 4. Inquérito por Questionário “Festivais de Verão na Rádio”

\*Obrigatório

### **Parte 1/7 - Perfil**

#### **1. Género \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino  
 Masculino

#### **2. Idade \***

*Marcar apenas uma oval.*

- 15/24  
 25/34  
 35/44  
 45/54  
 55/64  
 +64

#### **3. Ocupação \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Desempregado/a  
 Empregado/a  
 Estudante  
 Reformado/a  
 Outra: \_\_\_\_\_

### **Parte 2/7 - Hábitos**

#### **4. Ouve rádio? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

#### **5. Indique a frequência de escuta \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Não ouço rádio  
 1 vez por semana  
 2 a 3 vezes por semana  
 4 a 5 vezes por semana  
 Todos os dias

**6. Qual a estação da sua preferência? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Antena 1
- Antena 3
- Cidade
- M80
- Mega Hits
- Rádio Comercial
- Rádio Renascença
- Rádio Sim
- RFM
- TSF
- Não ouço rádio
- Outra: \_\_\_\_\_

**Parte 3/7 - Festivais de Verão**

**7. Acompanha habitualmente a época dos Festivais de Verão que ocorrem em Portugal? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

**8. Tem por hábito acompanhar emissões especiais realizadas a partir de Festivais de Verão? \***

(Por emissão especial entenda a cobertura em direto de um Festival de Verão, com realização de entrevistas a artistas/bandas, reportagens no recinto e transmissão de concertos)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Não acompanho Festivais de Verão

**9. Qual o tipo de emissão da sua preferência? \***

(Note que cada opção sinalizada em baixo obedece a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Rádio (áudio)
- Televisão (imagem e áudio)
- Web (streaming - imagem e áudio)
- Não acompanho Festivais de Verão/emissões especiais

**10. Acompanha habitualmente emissões especiais via rádio? \***

(Inclui a escuta em qualquer meio de comunicação, dispositivo ou plataforma, que tenha a rádio como fonte emissora)

Marcar apenas uma oval.

- Sim      *Passe para a pergunta 11.*  
 Não      *Pare de preencher este formulário.*

**Parte 4/7 - Emissões Especiais**

**11. O que o/a motiva a acompanhar emissões especiais de Festivais de Verão através da rádio? \***

Marcar apenas uma oval.

- Curiosidade  
 Impossibilidade de ir ao Festival  
 Inexistência de emissão alternativa  
 Interesse  
 Outra: \_\_\_\_\_

**12. Que importância atribui ao trabalho da rádio na cobertura de Festivais de Verão? \***

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Qual a estação da sua preferência para o acompanhamento de emissões especiais de Festivais de Verão? \***

Marcar apenas uma oval.

- Antena 1      *Passe para a pergunta 18.*  
 Antena 3      *Passe para a pergunta 14.*  
 Cidade      *Passe para a pergunta 22.*  
 M80      *Passe para a pergunta 26.*  
 Mega Hits      *Passe para a pergunta 30.*  
 Rádio Comercial      *Passe para a pergunta 34.*  
 RFM      *Passe para a pergunta 38.*  
 Outra: \_\_\_\_\_      *Passe para a pergunta 42.*

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: Antena 3**

### **14. Como classifica o trabalho da Antena 3 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### **15. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Antena 3? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

### **16. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 3? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

### **17. Considera que o trabalho da Antena 3 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 3

*Passe para a pergunta 52.*

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: Antena 1**

**18. Como classifica o trabalho da Antena 1 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Antena 1? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**20. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 1? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**21. Considera que o trabalho da Antena 1 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 1

*Passe para a pergunta 46.*

## Parte 5/7 - Emissões Especiais: Cidade

### 22. Como classifica o trabalho da Cidade na cobertura de Festivais de Verão? \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 23. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Cidade? \*

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

### 24. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Cidade? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

### 25. Considera que o trabalho da Cidade influenciou a sua decisão? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Cidade

Passa para a pergunta 46.

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: M80**

**26. Como classifica o trabalho da M80 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**27. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela M80? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**28. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da M80? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**29. Considera que o trabalho da M80 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da M80

*Passe para a pergunta 46.*

## Parte 5/7 - Emissões Especiais: Mega Hits

### 30. Como classifica o trabalho da Mega Hits na cobertura de Festivais de Verão? \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 31. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Mega Hits? \*

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

### 32. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Mega Hits? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não

### 33. Considera que o trabalho da Mega Hits influenciou a sua decisão? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Mega Hits

Passa para a pergunta 46.

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: Rádio Comercial**

**34. Como classifica o trabalho da Rádio Comercial na cobertura de Festivais de Verão? \***  
*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**35. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Rádio Comercial? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**36. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Rádio Comercial? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**37. Considera que o trabalho da Rádio Comercial influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Rádio Comercial

*Passe para a pergunta 46.*

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: RFM**

**38. Como classifica o trabalho da RFM na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**39. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela RFM? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**40. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da RFM? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**41. Considera que o trabalho da RFM influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da RFM

*Passa para a pergunta 46.*

## **Parte 5/7 - Emissões Especiais: Outras rádios**

**42. Como classifica o trabalho da [opção indicada] na cobertura de Festivais de Verão? \***  
*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**43. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela [opção indicada]? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**44. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da [opção indicada]? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**45. Considera que o trabalho da [opção indicada] influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da [opção indicada]

*Passe para a pergunta 46.*

## Parte 6/7 - Antena 3 nos Festivais de Verão

### **46. Conhece as emissões especiais da Antena 3 realizadas a partir de Festivais de Verão? \***

(Por emissão especial entenda a cobertura em direto de um Festival de Verão, com realização de entrevistas a artistas/bandas, reportagens no recinto e transmissão de concertos)

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

### **47. Tem por hábito acompanhar as emissões especiais da Antena 3? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Sim      Passe para a pergunta 48.

Não      Pare de preencher este formulário.

Não conheço as emissões especiais da Antena 3      Pare de preencher este formulário.

## Parte 7/7 - Emissões Especiais: Antena 3

### **48. Como classifica o trabalho da Antena 3 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### **49. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Antena 3? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

### **50. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 3? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

**51. Considera que o trabalho da Antena 3 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 3

*Pare de preencher este formulário.*

## **Parte 6/7 Outras rádios nos Festivais de Verão**

**52. Conhece emissões especiais de outras rádios realizadas a partir de Festivais de Verão? \***

\*

(Por emissão especial entenda a cobertura em direto de um Festival de Verão, com realização de entrevistas a artistas/bandas, reportagens no recinto e transmissão de concertos)

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

**53. Tem por hábito acompanhar emissões especiais de outras rádios? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

Não conheço emissões especiais de outras rádios

**54. Para além da Antena 3, em que outra estação acompanha emissões especiais de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Antena 1 *Passe para a pergunta 55.*

Cidade *Passe para a pergunta 59.*

M80 *Passe para a pergunta 63.*

Mega Hits *Passe para a pergunta 67.*

Rádio Comercial *Passe para a pergunta 71.*

RFM *Passe para a pergunta 75.*

Não conheço/acompanho outras rádios com emissões especiais de Festivais de Verão

*Pare de preencher este formulário.*

Outra: \_\_\_\_\_ *Passe para a pergunta 79.*

## **Parte 7/7 - Emissões Especiais: Antena 1**

**55. Como classifica o trabalho da Antena 1 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**56. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Antena 1? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**57. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 1? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**58. Considera que o trabalho da Antena 1 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Antena 1

*Pare de preencher este formulário.*

## **Parte 7/7 - Emissões Especiais: Cidade**

**59. Como classifica o trabalho da Cidade na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**60. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Cidade? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**61. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Cidade? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**62. Considera que o trabalho da Cidade influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Cidade

*Pare de preencher este formulário.*

## Parte 7/7 - Emissões Especiais: M80

**63. Como classifica o trabalho da M80 na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**64. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela M80? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**65. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da M80? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**66. Considera que o trabalho da M80 influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da M80

*Pare de preencher este formulário.*

## **Parte 7/7 - Emissões Especiais: Mega Hits**

**67. Como classifica o trabalho da Mega Hits na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**68. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Mega Hits? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**69. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Mega Hits? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**70. Considera que o trabalho da Mega Hits influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Mega Hits

*Pare de preencher este formulário.*

## Parte 7/7 - Emissões Especiais: Rádio Comercial

**71. Como classifica o trabalho da Rádio Comercial na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**72. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela Rádio Comercial? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**73. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Rádio Comercial? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**74. Considera que o trabalho da Rádio Comercial influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da Rádio Comercial

*Pare de preencher este formulário.*

## **Parte 7/7 - Emissões Especiais: RFM**

**75. Como classifica o trabalho da RFM na cobertura de Festivais de Verão? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**76. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela RFM? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**77. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da RFM? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**78. Considera que o trabalho da RFM influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da RFM

*Pare de preencher este formulário.*

## Parte 7/7 - Emissões Especiais: Outras rádios

**79. Como classifica o trabalho da [opção indicada] na cobertura de Festivais de Verão? \***  
*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
Aptidão dos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade técnica da emissão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de entrevistas a artistas/bandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização de reportagens no recinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmissão de concertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**80. Perante a existência de transmissões alternativas, realizadas em direto via televisão e/ou web, mantém a preferência pela [opção indicada]? \***

(Note que as opções alternativas sinalizadas em baixo obedecem a uma emissão própria. A escuta de rádio através da Internet, por exemplo, não corresponde ao acompanhamento de uma emissão web, uma vez que a fonte da emissão continua a ser a rádio)

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**81. Já foi a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da [opção indicada]? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

**82. Considera que o trabalho da [opção indicada] influenciou a sua decisão? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Nunca fui a um Festival de Verão depois de o acompanhar inicialmente através das emissões especiais da [opção indicada]

*Pare de preencher este formulário.*