

IS Working Papers

3.ª Série, N.º 82

# Os dias da rádio: um percurso pela história da rádio em Portugal

Catarina Ribeiro Figueiredo

Porto, outubro de 2019

 **instituto**  
**SOCIOLOGIA**

**FCT** Fundação  
para a Ciência  
e a Tecnologia

# Os dias da rádio: um percurso pela história da rádio em Portugal

**Catarina Ribeiro Figueiredo**

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal

E-mail: catarinarfigueiredo21@gmail.com

Submetido para avaliação: julho 2016/Aprovado para publicação: outubro de 2019

## Resumo

O trabalho a seguir apresentado situa-se na área da sociologia da música ou, de uma forma mais abrangente, na confluência da sociologia da cultura com a sociologia da arte. Numa altura em que a globalização tem um forte impacto na vida dos indivíduos, estas mesmas implicações não ficam afastadas dos seus consumos e fruções quotidianos. A temática aqui abordada foca-se com a importância da rádio em Portugal nos períodos de 1980-2014. A música está inserida no quotidiano dos indivíduos. A nossa vida é composta por uma banda sonora diversa e eclética que permite um preenchimento perfeito da mesma. Contudo, a música e a rádio apesar de omnipresentes, perderam a *força* que as unia nessa relação. Com o advento do milénio, as novas tecnologias tiveram o seu *boom* e isso foi algo que afetou a indústria musical.

**Palavras-chave:** rádio, desmaterialização da música, reinvenção da rádio (*podcasting*).

## Abstract

This working paper presented below is located in the sociology of music or, more broadly, at the confluence of the sociology of culture with the sociology of art. At a time when globalization has a strong impact on everybody's lives, these same implications are not apart of their daily consumption and fruitions. The subject here presented is the radio in Portugal in the period of 1980-2014. Today, music is more than a song we hear when the occasion allows. Today, music is part of our daily lives. Our life is made up of a diverse and eclectic soundtrack that allows a perfect filling of the same. However, music and radio while ubiquitous, lost the force that united them in this relationship. With the advent of the millennium, new technologies had their boom, something that affected the music industry.

**Keywords:** radio, music dematerialization, reinventing the radio (*podcasting*).

*Let's hope you never leave old friend  
Like all good things on you we depend  
So stick around 'cause we might miss you  
When we grow tired of all this visual  
You had your time, you had the power  
You've yet to have your finest hour.*  
Queen, Radio<sup>1</sup>, 1984.

## 1. Música, mediação, indústria cultural

Quando pesquisamos acerca de uma temática, além de procurar o que os autores foram dizendo acerca da mesma, é necessário, como sociólogos, traçar um modelo teórico do tema. Isto permite-nos ter uma visão mais clara e ampla do nosso objeto de estudo. Neste caso ao estudar a rádio em Portugal, o nosso modelo teórico tem que envolver questões como a sociologia da música, a indústria cultural e musical, e o capitalismo. Focando, ainda que brevemente, nestes pontos elencados, a rádio torna-se inscrita num espaço e tempo<sup>2</sup>. A sociologia da música, como nos diz Paula Guerra (2010), tem como objeto principal de estudo a obra musical “preocupando-se o sociólogo em perceber até que ponto e de que forma as ideias dos músicos, a sua posição e a realidade social da sua época influenciam a sua produção musical. Importa perceber as relações estabelecidas entre a música e a sociedade.” (Guerra, 2010: 84). A autora conclui afirmando que a música deve ser olhada como um fenómeno social.

No âmbito geral, a música envolve várias dimensões que a sociologia tem estudado. Passa pela criação/produção artística, incide na receção e consumo. No meio destas temáticas existe uma em particular que não tem sido muito estudada: o da mediação/divulgação musical. Mas para estudar a mediação, temos que nos basear em outros sociólogos, em especial na sua matriz teórica para desbravar terreno e construir uma problemática teórica consistente e fiel. E como estamos a abordar a mediação (transposta na rádio), então será obrigatório referir Antoine Hennion (1997), que escreve sobre a mediação e a pouca atenção que é dada á mesma pela sociologia da música. Este autor afirma, citando Becker, que a mediação no mundo das artes tem sido negligenciada e passada para segundo plano, algo que é difícil de compreender uma vez que “mediadores não são intermediários passivos, mas sim produtores ativos.” (Hennion, 1997:416). Hennion explica que da mesma maneira que existe uma panóplia de géneros musicais diferentes, também existe uma variedade de mediadores

---

<sup>1</sup> Excerto da letra da música “Radio Gaga” da banda rock Queen, do álbum The Works (1984).

<sup>2</sup> Apesar de a Dissertação em que este trabalho se baseia olhar para a importância da rádio em relação a um género musical específico (*rock* alternativo), neste *working paper* a nossa temática vai-se centrar, apenas, na rádio em Portugal.

que atuam conforme o seu interesse na música “o ponto é que os praticantes de diferentes géneros musicais optam por certos mediadores com os quais identificam a sua música” (Hennion, 1997: 417). Temos um exemplo forte na rádio portuguesa: se pensarmos nas ramificações da rádio Antena 1, que divide os seus reportórios musicais conforme o público, para isso dividiu esses reportórios em diferentes estações.

Outra referência a incluir é Pierre Bourdieu. Nos seus escritos sobre a produção cultural, o sociólogo apresenta uma visão muito ampla da mesma. Produção cultural, segundo Bourdieu inclui dimensões como a ciência, lei, religião, arte, literatura e música (Cit. por Hesmondhalgh, 2006). Sem variar, mais uma vez, Bourdieu opta por olhar para a produção cultural a partir de três conceitos caros da sua sociologia: campo, *habitus* e capital (Hesmondhalgh, 2006). Apesar de serem conceitos já bem entendidos, consideramos pertinente explicitá-los mais uma vez. Como *habitus* podemos entender como sendo “uma noção mediadora que ajuda a (...) captar o modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente” (Wacquant, 2004: 36). Já o campo remonta para espaços diferenciados de posições onde o *habitus* se torna um produto da disposição que cada um de nós tem no campo. Por fim o capital é o que decorre das relações que se estabelecem dentro do campo (Bourdieu, 2007).

Outro contributo para este mapeamento teórico é Adorno e Horkheimer, da Escola Crítica de Frankfurt, que depois de algumas publicações optaram por mudar o termo de cultura de massas para indústria cultural (Guerreiro, 2011). Porquê esta mudança de termos? Segundo os críticos de Frankfurt a cultura passou por um processo de mercantilização, favorecida pelo desenvolvimento tecnológico e pela capacidade de reprodução das obras (Guerreiro, 2001). Para Adorno, a indústria teve uma influência direta na cultura, transformando a mesma em algo mecânico e de ordem industrial (Costa et al., 2003). Como nos diz Alda Costa e outros autores “Adorno e Horkheimer analisam a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria. Os produtos culturais, os filmes, os programas radiofónicos, as revistas ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planeamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo.” (Costa et al, 2003: 4).

Simon Frith (2002) aposta por mostrar de que forma a música é importante no quotidiano dos indivíduos e como a mesma está, hoje, presente em qualquer parte. Nas palavras do autor “Quantas pessoas viajam de carro em silêncio? Quem não se

barbeia ou toma banho ao som de música, cozinha ou passa a ferro com música, lê ou escreve com música? Graças ao rádio e o gravador e a máquina de fita, música é agora a banda sonora do quotidiano” (Frith, 2002: 36). Frith também realça o facto de a música que se ouve não ser nenhuma específica, como o autor diz há música para todos os gostos, para todas as ocasiões e para todos os lugares.

Weber (1998) olha para a música e a esfera artística como uma manifestação de racionalização cultural (Martinho, 2009). Ao estudar a arte, o autor focou a sua atenção nos meios técnicos e como a racionalização afetou os níveis de criação, difusão e receção. Dessa forma, Max Weber concluiu que “com esta abordagem abre-se e desenvolve-se, de forma rasgada, a visão de que a arte — tendo, como todas as diversas esferas têm, linhas de acção próprias — se relaciona, em ligações de menor ou maior tensão, com outras dimensões da vida social.” (Martinho, 2009: 645). Sabemos que a racionalização foi um conceito bastante utilizado nas obras de Weber. O sociólogo estudou a racionalização dos materiais sonoros, na primeira parte da obra. Para esse estudo Weber usou a comparação dos sistemas sonoros do Ocidente e Oriente “com a finalidade de salientar diferenças e fundamentar a música racionalizada harmonicamente (a ocidental), em contraposição com a música racionalizada de forma não harmónica, que privilegia a melodia (a oriental).” (Martinho, 2009:646). Como afirma Weber (1998), no Ocidente, a racionalização do som assenta num carácter intramusical, orientado por um temperamento harmonioso. Já no Oriente o som rege-se por uma racionalização extramusical (Martinho, 2009).

Já na segunda parte da sua obra, a atenção vira-se para alguns instrumentos musicais. Mais uma vez Weber procura, usando um processo racionalização, saber acerca da construção dos instrumentos e perceber os seus efeitos na música (criação, difusão e receção) (Martinho, 2009). No final Max Weber pretendia criar uma história social da música e da arte “que relaciona meios técnicos, agentes, mercado. E é pelo acento na importância dos meios técnicos para o desenvolvimento da arte que a visão weberiana vem demonstrar a relação muito directa que existe entre o sentido da expressão artística e as condições da sua produção.” (Martinho, 2009:648)

## **2. Indústria musical, rádio e capitalismo avançado**

Ao falar de rádio, e por ligação directa à música, seria imperdoável se não fizéssemos aqui uma referência à indústria musical. Podemos começar, talvez, por uma definição, certamente uma de muitas que existem, do que se entende por indústria musical. Para Wikström a indústria musical “é definida como a parte total da soma de músicos, compositores, produtores, companhias fonográficas e *publishers*” (Cit. por Guerreiro, 2011:9). Contudo mais tarde, e com o contributo de Negus, Wikström melhorou a sua definição. Assim sendo indústria musical passou a ser definida, por este autor, como

“naquelas empresas preocupadas em desenvolverem conteúdo musical e personalidades que podem ser comunicados através de múltiplos media” (Cit. por Guerreiro, 2011: 9). A indústria musical é constituída por diversos atores e plataformas. Para Hesmondhalgh (2002), os três principais são a gravação, *publishing* e as atuações ao vivo (Cit. por Guerreiro: 2011). Poderíamos dizer que a indústria musical tem três vértices fundamentais: a produção (aqui muito relacionada com a gravação), a difusão (através de vários meios que pagam pela utilização da obra) e a receção (que aqui pode-se analisar através dos consumos: nº de vendas da obra, atuações ao vivo).

Se tivermos em conta o modelo tradicional, Hesmondhalgh (2002) olha para a indústria musical de uma forma muito simples “o modelo tradicional de negócio das companhias discográficas envolve a produção de propriedades intelectuais através da gravação de desempenhos de artistas em estúdio ou ao vivo” (Cit. por Guerreiro, 2011: 10). De seguida as discográficas teriam apenas de distribuir e publicitar essas obras aos consumidores (Guerreiro, 2011). Já o *publishing* lida com fluxo de dinheiro que é recebido pelos direitos de utilização de uma música (Guerreiro, 2011). Para Graham e outros autores (2004) a indústria musical tinha uma forma de organização bastante simplista no passado “os artistas criam música, as editoras promovem e distribuem-na e os fãs consomem-na” (Cit. por Oliveira, 2012:7). Antes da difusão do formato digital, a cadeia de valor da indústria musical era composta por os seguintes passos:

*Composição* ➔ *Pesquisa de Talento/Desenvolvimento Artístico* ➔ *Gravação* ➔ *Produção/Embalamento* ➔ *Marketing* ➔ *Distribuição* ➔ *Retalho* ➔ *Consumidor*<sup>3</sup> (In Oliveira, 2012: 7).

Toda esta cadeia de valor encontra-se agora distorcida muito pela influência de novos formatos que entraram nesta cadeia. No compitito geral a industria musical tem, ao longo dos últimos anos, vindo a sofrer mudanças devido aos avanços tecnológicos. Essas mudanças afetam sobretudo os suportes musicais e a forma como ouvimos música no presente (Guerra, 2010).

### 3. Dias da rádio

Como nos diz José Portela, citando Meditsch (2005), o “primeiro e mais mágico dos média electrónicos” (Cit. por Portela, 2006:25) tem, ao longo dos tempos, recebido a atenção de muitos autores (Portela, 2006). Para João Paulo Meneses (2003) a rádio torna-se algo diferente devido á sua capacidade de acumulação, a rádio permite a realização de outras “outras atividades em simultâneo com a sua escuta, como sejam,

---

<sup>3</sup> Negrito do autor.

ler o jornal, conduzir, cozinhar, trabalhar ou qualquer outra tarefa quotidiana.” (Cit. por Portela, 2006:25). Tal como nos refere uma entrevistada:

*Eu sou naturalmente suspeita porque gosto muito de rádio, e continuo a considerar, apesar de todos os meios de comunicação que temos ao dispor, a televisão, as redes sociais, toda a componente internet, a comunicação virtual, continua a achar que a rádio, para mim, continua a ser um meio de excelência para a divulgação, informação e entretenimento. E, portanto, dada essa característica que a rádio tem de podermos ouvir e estar a fazer outra coisa, de poder ouvir no background, mas nós temos sempre capacidade de multiprocessamento, e de repente a orelha estica e depois descolamos e continuamos o que estamos a fazer. Acho que será sempre um meio de eleição.*

Ana Cristina Ferrão, 58 anos, Realizadora de Rádio, Licenciatura em Engenharia Mecânica, Lisboa<sup>4</sup>.

Já para Oliveira Júnior (2002) a rádio é igualmente caracterizada pela sua instantaneidade e espontaneidade, dando à rádio um poder importante na sociedade (Cit. por Portela, 2006). Segundo Eduardo Meditisch com a evolução que sofreu a rádio, em termos de emissões em direto e a panóplia de géneros de rádios existentes, esta é também referida pela sua simultaneidade “produz-se na rádio um discurso para consumo imediato, com o reforço da instantaneidade dos seus efeitos na população receptora” (Cit. por Portela, 2006:26).

Na ideia de Rudolph Arnheim (2005) a rádio é constituída por três dimensões: comunicativa, expressiva e difusora (Cit. por Portela, 2006). Assim percebemos a linguagem da rádio “ (...) como sendo o conjunto constituído pelos códigos simbólicos da **palavra**, da **música**, dos **efeitos sonoros** e do **silêncio**<sup>5</sup>” (Cit. por Portela, 2006: 26). Quanto à palavra, como a rádio é um meio acessível a todos, a rádio é “obrigada” a satisfazer o desejo da universalidade. Por outras palavras, as emissoras sempre tentaram usar uma linguagem simples e acessível (algo que as classes “cultas” desde logo criticaram) (Portela, 2006). Aqui a palavra também é notícia, e é essa notícia que, segundo Rosental Alves (2005), deve aparecer mais frequentemente na programação das emissoras, ao invés de música *non-stop*. O som ou efeitos sonoros são outra parte fundamental da rádio. Novamente, segundo Arnheim “ a essência da rádio consiste

---

<sup>4</sup> Todos os excertos de entrevista aqui apresentados estão inseridos na Dissertação de Mestrado “Os Dias da Rádio: o som do presente na confluência entre a rádio e o rock alternativo” de Figueiredo (2015). Também todos os entrevistados aqui cotados assinaram uma declaração de consentimento informado, acordando figurar com a sua identidade real.

<sup>5</sup> Negritos do autor.

justamente em oferecer a totalidade somente por *meio sonoro*<sup>6</sup> (Cit. por Portela, 2006: 27). De seguida, temos o silêncio que é fulcral enquanto “ (...) um elemento significativo no meio radiofónico, sendo uma peça essencial na formação e materialização da *imagem mental*<sup>7</sup> (...)” (Portela, 2006: 28). Por fim temos a dimensão da música. Para Alves (2005) é aquilo que desenha “imagens na alma”. Arnheim (2005) vai de encontro à mesma ideia quando afirma que a música “apresentava elevadas qualidades de expressão derivadas das suas dinâmicas rítmicas, melódicas e harmónicas.” (Cit. por Portela, 2006: 27).

*Acho que é fundamental sim. Acho que foi fundamental sempre...* Ricardo Alexandre, Mestre em Sociedades e Políticas Europeias, Lisboa.

*Houve uma altura em que era o meio de comunicação por excelência, nós até costumamos falar dos reis da rádio e isso tudo, muito por causa disso, é o meio de comunicação único. Nem sempre trabalhou 24 horas por dia como estamos habituados, e, portanto, nessa altura era fundamental, havia aquele apelo, havia um rádio em cada aldeia e as pessoas reuniam-se à volta do rádio para saber as notícias do país e do mundo.* Nuno Calado, 45 anos, Radialista e Realizador de rádio, 12º ano de escolaridade, Lisboa.

#### 4. A atualidade da rádio

A rádio está inserida no nosso quotidiano á já muito tempo. Muito antes da televisão ou do computador, a rádio era uma companhia fundamental e um meio de informação privilegiado. Dessa forma é essencial realizar uma contextualização histórica da rádio, não só em Portugal, mas no Mundo. Usando o contributo de Joana Oliveira, na sua tese *Rádios e público-alvo: estudo de caso na Cidade FM e na M80*, uma primeira ideia que fica prende-se com o facto de a rádio ter perdido a sua vertente informativa para outros meios de comunicação como a televisão ou a Internet “Se em determinado momento da história a rádio foi o principal meio de informação, actualmente o paradigma mudou e o principal objectivo da rádio é o entretenimento e a companhia. Cada vez mais as pessoas procuram informação quando querem, sobre o que querem e onde querem, e para isso muito contribuiu o aparecimento da Internet e a multiplicação de canais televisivos no cabo.” (Oliveira, 2012: 15).

Se nos reportarmos aos primórdios da rádio então devemos ter em conta a descoberta das ondas eletromagnéticas hertzianas, que permitiam a transmissão de sinais. Apesar de várias experiências terem sido conduzidas por outros nomes, foi com Guglielmo

---

<sup>6</sup> Itálico do autor.

<sup>7</sup> Itálico do autor.

Marconi, em 1896, que deu um nome ao fenómeno – TSF, telegrafia sem fios (Cit. por Portela, 2006). A partir daí, e depois de criada a primeira antena são feitas mais experiências para quebrar as fronteiras da comunicação à distância “em código morse, através das ondas hertzianas, comunicando a 400 metros e seguidamente a 2000 metros.” (Oliveira, 2012: 15). Foi só em 1901 que foi possível o primeiro contacto via rádio com a primeira transmissão de um sinal transatlântico. Dois anos mais tarde em 1903 a primeira mensagem teve origem nos Estados Unidos da América com destino a Inglaterra. Foi finalmente no Natal de 1906 que se assistiu a um programa de rádio, muito graças “ (...) ao Canadano **Reginald Fessenden**<sup>8</sup> quando conseguiu, com êxito, substituir os impulsos do Código Morse por uma sinfonia de Handel, seguida execução de uma peça de violino e a leitura de uma passagem da Bíblia. Finalmente, emitiu uma mensagem de boas festas.” (Cit. por Portela, 2006: 30).

A rádio tornou-se uma arma de guerra na I Guerra Mundial. Vendo o seu potencial de comunicação, os militares não hesitaram em utilizá-lo. Contudo como diz Jeanneney (2003) foi só após a guerra que a rádio conheceu uma forte evolução “O verdadeiro arranque é depois da guerra, mas para isso era necessário que os estados aceitassem renunciar, mesmo que parcialmente, a um instrumento que durante o conflito era essencialmente militar” (Cit. por Oliveira, 2012: 16). Com o potencial testado, rapidamente começou uma nova “guerra” entre sectores público e privado pelo domínio da rádio. Neste campo existe uma divisão clara de ideias. Enquanto os Estados Unidos optam pelo liberalismo, a Europa escolhe um centralismo do Estado (Oliveira, 2012).

*A rádio ocupou um espaço central no pós-guerra, nos anos 40, não esqueçamos que a rádio é uma tecnologia com dezenas de anos, tal como a internet. A rádio começou por ser essa tecnologia de segurança, de comunicação industrial, transportes, etc, e alguém descobriu que se podia lá pôr música. A rádio como a conhecemos nasceu nos anos 20 nos Estados Unidos. Álvaro Costa, 56 anos, Radialista, Porto.*

Assim na Europa é o Estado que detém a rádio. Na Alemanha é fixado um imposto para a manutenção do sistema radiofónico. Já a Inglaterra tentou manter a separação entre o Estado e a rádio, para isso a rádio foi entregue ao sector privado. Mas rapidamente o Estado inglês repensou a sua decisão e voltou a nacionalizar a rádio BBC (Oliveira, 2012). Por ser considerado um meio de comunicação de massas na “segunda Grande Guerra a rádio será ainda utilizada como arma de guerra porque se percebeu que era ainda um meio com uma enorme capacidade de chegar às massas,

---

<sup>8</sup> Negrito do autor.

desempenhando por isso um papel decisivo e eficaz na manipulação das multidões.” (Oliveira, 2012: 17). Para Joana Oliveira é inegável que as duas Grandes Guerras permitiram a evolução da rádio. A partir daí a rádio continuou como um forte instrumento de captação da atenção das massas, com a descoberta de liberdade de informação e de programação e, acrescido a isso, com o facto de esta se ter virado para o espectro musical a partir dos anos 50 e 60, com o surgimento do *rock n´roll* (Oliveira, 2012).

Foi nos anos 20 do século XX que apareceram alguns postos de emissão e recepção de telefonia sem fios (TSF) em Portugal. No ano de 1925 foi inaugurado um posto emissor com uma programação estabelecida e uma evidência de continuidade de emissões. Assim a primeira rádio foi nomeada CT1AA – Rádio Portugal, e teve o início da sua actividade no dia 1 de março. Esta estação é coordenada por Abílio Nunes dos Santos (Portela, 2006; Oliveira, 2012). A partir desse momento muitas outras rádios foram criadas, entre elas a Rádio Lisboa, Rádio Porto, e em 1928 a criação daquela que viria a ser a Rádio Clube Português, esta última tinha à frente Jorge Botelho Moniz (Portela, 2006; Oliveira, 2012).

Esta tendência de criação de emissoras continuou, umas com maior sucesso do que outras, até 1930. Essa data marcou o estabelecimento de uma regulação institucional por parte do Estado de todas essas emissoras e de todos os serviços relacionada com radioeletricidade (Oliveira, 2012). Com isso o Estado impôs “a proibição de emissão de publicidade e acelerando o fim a muitas estações pioneiras. O movimento radioamador passou, assim, a estar submetido à fiscalização e regulação da Direcção dos Serviços Radioeléctricos.” (Portela, 2006: 31). Por vontade do Estado em 1933 foi publicado um estudo que contabilizou 16.000 ouvintes de rádio portuguesa (nota-se uma forte concentração deste número em centros urbanos, uma vez que os meios rurais ainda padeciam da falta de electricidade) (Cit. por Portela, 2006). Com estes números, e reconhecendo o poder deste meio de comunicação, o Estado criou uma emissora nacional em 1935 – Radiodifusão Portuguesa (RDP). Três anos depois outro acontecimento que marcou a rádio em Portugal foi a criação da conhecida Rádio Renascença. Uma emissora católica que provocou o alvoroço da elite da Igreja (Portela, 2006).

Mas com o início da II Guerra Mundial (1939) a maioria das estações de rádio privadas encerra em Portugal. Em funcionamento ficam apenas a Rádio Renascença e a Rádio Clube Português. De notar que estas duas emissoras se mantiveram ativas muito devido à partilha de ideologia entre os responsáveis das rádios e o poder estatal (Oliveira, 2012). Para Rogério Santos (2007) no seu artigo, *A Rádio em Portugal – Estado da Arte em 2006*, destaca cinco períodos da rádio em Portugal. O primeiro diz respeito

ao início das emissões regulares com CT1AA, como já referido atrás por José Portela (2006). No segundo período criam-se as estações profissionais com incidência na música popular. A partir daí foi igualmente criado em 1935 a Emissora Nacional e a Rádio Renascença, também já referido anteriormente. Já o terceiro período foi marcado pelo início das transmissões FM, com uma maior qualidade de recepção. O quarto período é marcado pela criação das rádios piratas (Guerra, 2019) como consequência da liberdade conquistada em 1974, e pela facilidade de criação de estações de rádio. Estas estações eram criadas á margem da lei e “O sucesso destas estações adveio-lhes da novidade, da inexperiência, do imprevisto da comunicação, da linguagem popular que as aproximou definitivamente do grande público, ganhando uma força cada vez maior e captando o investimento publicitário.” (Cit. por Oliveira, 2012:21). Conclui-se que, nesse tempo, a rádio perde o seu posto de meio de comunicação sério e exemplar para se tornar em algo inovador e dinâmico (Oliveira, 2012).

*Foi muito importante porque são libertárias. As rádios piratas foram boas até como criadores de novos comunicadores. Houve muita gente, no qual me incluo. Quer dizer o erro ali não era escrutinado, fazia parte do dia-a-dia. Nós quando chegamos a este tipo de rádios: RFM, Comercial, etc, quando lá chegás já tens de ter algumas horas de voo. E as rádios locais foram boas porque deram horas de voo a muita gente antes... Depois teve um problema porque existem tantas que se tornaram pouco profissionais. Então continuamos pela província a ouvir rádios e aquilo é um pouco débil, continua igual até um bocado “parolo” às vezes. Porquê? Existiram tantas que as pessoas continuam a lá ir mas não são profissionais daquilo. Portanto acho que devia se unir essas rádios novas e reorganizar-se o espaço elétrico. Henrique Amaro, 44 anos, Radialista e Realizador de rádio, Bacharelato em Educação, Lisboa.*

*As rádios piratas foram muito importantes para a democratização da rádio em Portugal, e permitir a pessoas como eu, e se calhar a maioria das pessoas que fazem hoje a Antena 3, pensar em fazer rádio alguma vez na vida. Porque, claro, havia 3 ou 4 rádios em Portugal, e o meio era muito fechado, e se assim tivesse continuado, provavelmente, nenhum de nós faria rádio hoje em dia, ou só um ou dois teria entrado porque não havia espaço para mais. Nuno Calado, 45 anos, Radialista e Realizador de rádio, 12<sup>o</sup> ano de escolaridade, Lisboa.*

*Eu acho que foi muito importante o aparecimento das rádios piratas no tempo em que apareceram porque, mais uma vez, nós tínhamos o nosso regulador das frequências num autismo absoluto. Tinhas as grandes rádios e não tinhas mais nada. E as rádios piratas vieram dizer que se podia fazer uma coisa alternativa, e de facto isso foi muito importante, algumas que se tornaram muito*

*importantes nas suas regiões.* Ana Cristina Ferrão, 58 anos, Realizadora de Rádio, Licenciatura em Engenharia Mecânica, Lisboa.

*Houve um período nos anos 80 que era a loucura, toda a gente tinha uma rádio pirata. Eu cheguei a ser entrevistado, era convidado a fazer parte, fui a bastantes que já não me lembro dos nomes, eram “rádio pirata qualquer coisa”. E as rádios piratas era entrarem no 3<sup>o</sup>C da rua X, era na casa de alguém num sítio mais isolado.* Vítor Rua, 54 anos, Músico, Mestrado em Etnomusicologia, Lisboa.

Por fim o último período é pautado pelo uso da rádio através da Internet (Santos, 2007). Mas antes do último período, a rádio afirma-se como o principal meio de comunicação em 1980. Entretanto a Rádio Renascença cria a RFM, em 1987. Em 1989 são criadas 314 rádios locais ao mesmo tempo que as rádios piratas começam a desaparecer, uma vez que não se encontravam conforme a lei exigia. Já em 1993 é privatizada a Rádio Comercial, seguida do aparecimento da Antena 3 um ano mais tarde (Oliveira, 2012). Tendo em conta o que foi descrito anteriormente são várias as individualidades ligadas ao mundo da rádio que afirmam a importância da rádio, tanto no passado, aquando do seu aparecimento e desenvolvimento, como agora no presente, que apesar de já não ser o meio por excelência para divulgação de música e informação, continua muito presente no quotidiano das pessoas.

Mas não podemos deixar de referir um tipo de rádio que, infelizmente, não tem uma abrangência tão grande a nível nacional como deveria ter, uma vez que tem condições para isso. Falo das rádios universitárias. Estas são de igual maneira importantes, apesar de as mais conhecidas serem a Rádio Universidade de Coimbra (RUC) e a Rádio Universidade de Minho (RUM). São parecidas com as rádios piratas no sentido que gozam de liberdade para fazerem o que quiserem com a sua emissão, e como a mesma é feita pelos alunos das universidades torna-a num projeto mais autêntico e pessoal (Guerra, 2019). É realmente uma pena não existirem mais rádios universitárias, há semelhança do que existe, a título de exemplo no Reino Unido ou nos Estados Unidos, onde existe uma rede abrangente de rádios universitárias que colaboram entre si.

*As rádios universitárias acho que são essenciais. Porque esse lado libertário aí é levado ao limite, não estão dependentes do público se sentir ofendido, não estão dependentes de vender muita ou pouca publicidade. Portanto o que se quer ali é risco, divulgação, gozo. No fundo são modos alternativos de fazer rádio, que é muito mais fácil de encontrar nesses sítios do que noutras rádios com outro tipo de responsabilidade.* Henrique Amaro, 44 anos, Radialista e Realizador de rádio, Bacharelato em Educação, Lisboa.

*As rádios universitárias, que eu gosto bastante, principalmente da RUM e da RUC que acho que fazem um trabalho extraordinário na divulgação de boa música. Acho que deviam existir mais, não sei porque é que só existem essas duas. Existem universidades mas é tudo rádios internas, com um alcance reduzido, só são ouvidas na escola. Penso que se devia manter o espírito da rádio universitária, que vai de encontro ao ideal das rádios piratas, que era “vamos experimentar tudo, tudo é fiável, tudo pode existir. Nuno Calado, 45 anos, Radialista e Realizador de rádio, 12º ano de escolaridade, Lisboa.*

*A RUC, a RUM, a RUA são rádios de referência porque desde sempre o fazem, e sempre fizeram com uma qualidade muito substancial. Pedro Moreira Dias, 31anos, Radialista, Licenciatura em Ciências de Comunicação, Lisboa.*

*As rádios universitárias também, eu conhecia muita gente de Coimbra que trabalhou na RUC, e também conheço pessoas que começaram a fazer rádio na RUM e dizem tudo maravilhas do que lá viveram. Acredito plenamente que tiveram um papel fundamental. Ricardo Saló, 62 anos, Jornalista de rádio, Licenciatura em Economia, Lisboa.*

*As rádios de estudantes - tenho pena que as pessoas não tenham a combatividade de se associar e de ser só a associação de Coimbra ou de outros, mas ter uma associação coletiva e ser aquilo que o movimento College Radio é em Inglaterra e nos Estados Unidos, que é o maior divulgador de música alternativa, não é nas rádios nacionais. As pessoas podiam-se juntar e fazer emissões em rede, porque a lei permite fazer x horas por dia, trocarem animadores de um lado para o outro, o que fosse, e fazer uma grande revolução no que diz respeito às rádios estudantis. Ana Cristina Ferrão, 58 anos, Realizadora de Rádio, Licenciatura em Engenharia Mecânica, Lisboa.*

Se nos basearmos, novamente, na tese de Joana Oliveira (2012) podemos dividir as diferentes rádios em grupos consoante a sua programação ou a sua abrangência. Assim a primeira divisão explica a diferença entre as rádios temáticas e generalistas. Segundo a denominação publicada em Diário da República “Consideram-se generalistas as rádios que apresentem um modelo de programação diversificado, incluindo uma componente informativa, e dirigido à globalidade do público. Consideram-se temáticos os serviços de programas que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros radiofónicos específicos, tais como o musical, informativo ou outro, ou dirigidos preferencialmente a determinados segmentos do público” (Cit. por Oliveira, 2012: 22). Ao mesmo tempo temos rádios com uma abrangência internacional, nacional, regional ou local (Oliveira, 2012).

Atualmente, existem, a nível nacional, quatro grupos de radiodifusão. A Rádio Televisão de Portugal, onde está inserida a Rádio de Portugal (RDP) inclui “as seguintes estações: Antena 1 (generalista), Antena 2 (música clássica e programas culturais), Antena 3 (generalista, focada para um segmento mais jovem), RDP Internacional e RDP África (internacional), RDP Madeira - Antena 1, RDP Madeira - Antena 3 e RDP Açores (regional). A estas ofertas deve ainda juntar-se a oferta online: Rádio Lusitânia, dedicada à divulgação da música portuguesa, Rádio Vivace, dedicada à música clássica, Rádio Antena 1 Vida, Rádio Antena 3 Rock, Rádio Antena 3 Dance e Rádio Antena 1 Fado.” (Oliveira, 2012: 22).

Um outro grupo está associado à Igreja Católica, o Grupo Rádio Renascença possui as rádios Renascença e RFM. Mais tarde surge a Mega FM e a Rádio Sim, a primeira destina-se a um público mais jovem enquanto a Rádio Sim já tem uma programação virada para “um público maduro” (Oliveira, 2012). O terceiro grupo, Controlinveste detém apenas a TSF, uma rádio com uma vertente mais informativa.

Por fim temos a Media Capital que “tem estações de rádio absolutamente diferenciadas, com identidades próprias que as distingue da concorrência e as diferencia entre si. No entanto elas complementam-se e integram-se na estratégia global do grupo, no sentido em que cada uma procura atuar para um público mais ou menos específico e, marcar presença em todas as áreas de mercado (...)” (Oliveira, 2012: 23). As emissoras são: Cidade FM, Rádio Comercial, M80, Star FM, Smooth FM e Vodafone FM. (Oliveira, 2012). De referir ainda que a nível nacional temos 314 rádios locais, a maioria destas concentra-se mais no litoral de Portugal Continente (Oliveira, 2012).

E como fica a rádio nesta nova era digital? Como se adapta? Para Paula Cordeiro (2004) a rádio sendo um meio extraordinário pode redefinir-se com a internet (Cordeiro, 2004). Segundo ainda a mesma autora “a Internet pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, no sentido da variedade que o mundo *online* oferece (...)” (Cordeiro, 2004:1). Por ser algo ainda recente não existe, por enquanto, uma definição para o conceito de rádio na Internet. Contudo podemos já afirmar que o mesmo foge ao tradicional, uma vez que inclui texto e vídeo. Tudo isso vai atualizando a própria rádio (Cordeiro, 2004).

No universo do *online*, a rádio pode estar inserida de diversas formas. Uma pode ser através, daquilo que a autora chama, de uma presença mínima. Ou seja, *websites* que atualizem as informações da rádio, sem ter emissões em direto. De seguida temos um modelo multimediático, onde a presença na internet por parte das emissoras é explorada ao máximo, sendo visto como mais um canal de difusão. E por fim temos o chamado *webradio*, apresentando-se exclusivamente *online* (Cordeiro, 2004).

Na opinião de José Portela (2006) com a abertura da rádio à Internet permite abrir uma nova via de comunicação, com novas modalidades de consumo (Cit. por Portela, 2006). Nas palavras do autor “Estas mudanças deverão ser encaradas não como uma desesperada estratégia de sobrevivência, mas principalmente, como uma redefinição de posicionamento que lhe permita manter a vitalidade e desafiar pela segunda vez em 40 anos as muitas vozes que lhe vaticinam o fim” (Portela, 2006:51).

## **5. Trajeto e estações de rádio: esboço de um percurso técnico-metodológico**

Para chegar a resultados numa investigação sabemos que o percurso metodológico é essencial. O seu planeamento e explicação tornam-se necessários como forma de compreender os resultados alcançados em cada investigação realizada. Sabemos que temos disponíveis pelo menos três processos metodológicos (qualitativo, quantitativo, misto). Dados os seus objetivos e base teórica, a investigação em curso não se pode limitar a um paradigma totalmente qualitativo que “envolve questões e procedimentos, recolha de dados no ambiente do participante, análise de dados construídos de forma indutiva do particular para o geral” (Creswell, 2013: 4). Igualmente não podemos ir por uma via quantitativa, onde o principal objetivo é o de testar as teorias, examinando uma relação entre as variáveis.

Sobeja o paradigma misto (intensivo e extensivo), que se torna o mais fiável e o mais apto para este projeto. Com esta metodologia, temos um paradigma “envolve recolher tanto dados quantitativos como qualitativos, integrando dois tipos de dados, e usando projetos distintos que podem envolver esquemas filosóficos e teóricos. O que é central neste tipo de investigação é que a combinação de abordagens qualitativas e quantitativas proporciona uma compreensão mais completa de um problema de pesquisa do que qualquer abordagem individual.” (Creswell, 2014: 4). A utilização deste último paradigma permite ter um horizonte de expectativas mais alargado em relação ao tipo de dados que se pode recolher e analisar, para mais tarde se conseguir chegar a conclusões que comprovem o que alguns teóricos têm vindo a afirmar acerca da problemática. Da mesma maneira não nos podemos fechar completamente e não incluir algo de novo que permita, quem sabe no futuro, novas inquietações que levem a novos trabalhos sociológicos.

Estando já definida a metodologia a aplicar, interessa agora identificar algumas técnicas que vão ser utilizadas para obter os elementos fundamentais para a justificação do nosso caminho. Primeiramente, a pesquisa documental assume na nossa pesquisa um papel crucial, uma vez que vão ser recolhidos jornais e revistas dentro do intervalo de tempo referido (1980-2014), para perceber o que foi escrito

acerca do rock alternativo em Portugal. Considerada por Marconi e Lakatos (2003) a fonte primária para a recolha de informação “A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.” (Marconi & Lakatos, 2003: 174).

Nesta investigação as entrevistas exploratórias são essenciais para ter informações necessárias sobre períodos importantes da história da rádio e da sua pertinência para a divulgação do *rock* alternativo. Para esta técnica foram selecionadas pessoas como Ricardo Alexandre, Henrique Amaro, Ana Cristina Ferrão, Nuno Calado, Vítor Belanciano, Álvaro Costa, Alfredo Bastos Silva, Pedro Moreira Dias e Vítor Rua.

Todos os entrevistados, de uma forma ou de outra, têm uma ligação à rádio e à música alternativa, tonando-se essenciais quando se pretende estudar estas temáticas. Ricardo Alexandre, sempre ligado à rádio desde o aparecimento das rádios piratas, fez inúmeros programas de autor e foi fundador da revista de música moderna portuguesa, Ritual. Henrique Amaro e Nuno Calado com uma carreira na rádio a partir do momento que participaram em rádios piratas, passaram por rádios alternativas, estando ambos agora na Antena 3 com os seus programas de autor. Ana Cristina Ferrão, mulher de António Sérgio, desde sempre, como realizadora, radialista, produtora, a rádio esteve presente na sua vida. Vítor Rua participou da composição original da banda GNR, e desde então esteve sempre ligado ao mundo da música. Pedro Moreira Dias radialista das rádios alternativas Radar e Vodafone. Álvaro Costa com uma carreira, nacional e estrangeira consolidada no mundo da música e da rádio. Alfredo Bastos Silva “Fritz” fundador da rádio pirata Caos, continua um apreciador e conhecedor de música. E por fim Vítor Belanciano, jornalista com interesse em várias áreas e um grande conhecedor da música alternativa.

As entrevistas semidiretivas são o nosso foco técnico mais relevante. Assumem pertinência total em momentos mais avançados na investigação, onde é necessário a construção de um guião de entrevista mais orientado. Seguindo, mais uma vez, as orientações de Marconi e Lakatos “É aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela se realiza de acordo com um formulário (ver mais adiante) elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano. O motivo da padronização é obter, dos entrevistados, respostas às mesmas perguntas, permitindo “que todas elas sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas, e que as diferenças devem refletir diferenças entre os respondentes e não diferenças nas perguntas”” (In Marconi e Lakatos, 2003: 197).

## **6. *Download, download: a sua transferência foi concluída com sucesso***

Como percebemos, a rádio já teve os seus dias gloriosos. Teve. Mas também sabemos que se questionadas sobre a importância e a relevância da rádio, a quase generalidade das pessoas não nega a sua grandeza. Apesar de vivermos uma era onde o digital impera e onde o consumidor tem o livre arbítrio de escolher o que faz, o que vê, o que publica, e o que ouve na Internet, no meio disto tudo impõem-se a pergunta: a rádio é relevante?

*Acho que a rádio tem perdido muita relevância, mas acho que é um meio de comunicação muito importante. Tem perdido relevância por causa de outros conteúdos e outros suportes que têm surgido, a Internet, as plataformas digitais, a televisão (embora esta não seja alternativa, em termos de música). Os próprios programas de rádio perderam muito daquilo que eram há uns anos atrás. As playlists, onde às vezes só mudam a ordem das músicas. Mas em termos de rádio só ouço a VodafoneFM e a Antena 3. Alfredo Bastos Silva, 55 anos, Técnico de sistemas informático, Licenciatura Engenharia Eletrotécnica, Gaia.*

É um meio omnipresente, como refere o excerto da entrevista anterior, pois temos a possibilidade de estar a trabalhar e a ouvir rádio, de conduzir e ouvir rádio, de cozinhar e ouvir rádio, de estudar e ouvir rádio, enfim tantas possibilidades. Conhecemos mais algum meio de comunicação que nos permita ser multifunções? Que não nos obrigue a ter uma atenção fixa para não perdermos algo importante? Sabemos que as pessoas aqui entrevistadas são suspeitas, para a maioria, a sua vida passa-se na rádio, é a sua profissão, o gosto primário. Mas não podemos olhar para estas afirmações e opiniões e não concordar com o que é dito.

Para a concretização deste tema foi necessário falar com pessoas que dominassem o assunto da rádio. Tais pessoas foram encontradas e contactadas. Para os entrevistados, a rádio foi um meio de comunicação que esteve presente ao longo da sua vida, desde muito cedo. Portanto as suas vivências com a rádio são, com certeza, mais intensas e significativas que a de muitas pessoas – nós incluídos. Algo que vai de encontro à idade que os entrevistados têm, e relacionando com o facto de a televisão ser algo ainda raro e distante, onde muitas pessoas não tinham acesso à mesma. Dessa forma restava como companhia viável e fiel a rádio.

*A rádio surge acidentalmente. Surge como consumo. Vamos viver juntos novamente, estava eu na primeira classe, e antes de ter discos em casa ou ter uma aparelhagem, um gira-discos, tinha a rádio. Portanto o rádio sempre me*

*acompanhou. O meu pai sempre teve, e ainda hoje tem, rádio na casa de banho, rádio na sala, rádio no quarto. Portanto há muitos rádios em casa, sempre existiram e eu ainda hoje tenho esse hábito.* Henrique Amaro, 44 anos, Radialista e Realizador de rádio, Bacharelato em Educação, Lisboa.

É visível a partir dos excertos acima apresentados que a rádio teve o seu primeiro contacto com os entrevistados num patamar de vivência familiar. Foi em ambientes familiares que os entrevistados ouviam rádio, e foi daí que, para alguns nasceu o interesse por este meio de comunicação. Mas para outros, a fase escolar foi a rampa de lançamento para o interesse pela rádio se tornar cada vez maior. É necessário referir que, naquela altura, vivíamos numa época onde após o fim da ditadura em 1974, houve uma liberalização do espaço destinado às rádios. Onde antes só se ouviam rádios de Estado, agora havia um ciclo de criação contínua de rádios (Guerra, 2019). Por ser algo relativamente fácil de fazer, eram muitas as pessoas que, por sua livre vontade, criavam emissões e as transmitiam. Foi nessa situação de abundância das rádios piratas em Portugal que a rádio se tornou mais real e física para os entrevistados.

*Eu envolvo-me com a rádio, estava no 9<sup>a</sup>/10<sup>a</sup> ano, em 1986 penso eu, e tinha um vizinho mais velho que já andava nessa escola para onde eu fui, cujo professor de físico-química dele era um dos sócios dessas rádios piratas. Eu comecei a acompanhá-lo, porque ele estava na rádio numa área de eletrónica, penso eu. Depois começou a fazer lá um programa e eu, de o acompanhar, acabei por também fazer lá um programa.* Nuno Calado, 45 anos, Radialista e Realizador de rádio, 12<sup>o</sup> ano de escolaridade, Lisboa.

Mas como em tudo, a rádio também já passou por dias melhores. Dias em que este meio de comunicação era o preferido. Dias onde todas as notícias se sabiam pela rádio ou pelos jornais, numa era onde não havia internet que nos atualizasse a informação de minuto a minuto. É importante questionarmo-nos se essa rádio continua a ter o mesmo papel fundamental que tinha antigamente. É claro que se tivéssemos a disposição de inquirir as pessoas sobre a importância e a relevância da rádio no seu quotidiano, atualmente, muitos talvez nos responderiam que a rádio, nas suas vidas, limita-se às viagens de carro que fazem. No final sabemos que não precisamos de nos apoiar numa teoria cientificamente testada para perceber que a rádio tem um papel e importância diferente nas pessoas nos dias de hoje. Mas devemos-nos render á evidência e a verdade é que a rádio já foi dada como “morta” muitas vezes. Aquando do aparecimento da televisão, não se previa o futuro da rádio, o mesmo se disse quando apareceu a internet. Talvez a sua importância esteja para além do que conseguimos ouvir e perceber.

*O que é que está a acontecer? A Rádio está a perder audiência, embora com shares ainda altos, mas é uma migração. Eu acho que rádio está a ver se volta usando as técnicas atuais, o sistema de partilha de ficheiros, mas só vai resistir se tiver alma. E a rádio está perdê-la. Tu vês a música que está a tocar agora de fundo, é sempre a mesma. Excetuando os comunicadores da manhã tudo é feito com tecnologia, faz emissão de véspera. Eu acho que isto tudo é um cavalo de Troia. Álvaro Costa, 56 anos, Radialista, Porto.*

A primeira grande temática em análise nas entrevistas prendia-se com as experiências pessoais dos entrevistados com a rádio, ao mesmo tempo que se toca na questão da importância da rádio como meio de comunicação e divulgação. Num panorama geral percebemos que para os entrevistados a rádio é um meio de comunicação de uma importância máxima, porque comporta e si características que muitos outros meios de informação não acarretam, como a sua portabilidade, a sua facilidade operacional. Ao mesmo tempo a rádio, ao longo da sua vida, tem passado por momentos críticos em que a sua sobrevivência foi questionada múltiplas vezes. A todos eles sobreviveu e, ainda, sobrevive, se olharmos para a era digital e a sua força. Isso não tira a sua importância e a sua pertinência na visão dos entrevistados, pelo contrário obriga a rádio a olhar para si e questionar-se acerca daquilo que pode ser feito para que a rádio se mantenha “no ar”. Por fim é de notar que as vivências pessoais, da maioria, dos atores com a rádio, tiveram o seu início nas rádios piratas, demonstrando a importância que essas mesmas rádios tiveram e a sua abrangência naquele tempo.

Não podemos ignorar, nesta análise da rádio, um fenómeno que se tornou por demais evidente nos últimos anos: a desmaterialização da música.

Perante este fenómeno, da era digital, importa saber se a rádio também se ressentiu nesta era de tecnologia. Sabendo que hoje a música que queremos está-nos disponível a toda a hora através de serviços de *streaming* e de plataformas digitais que disponibilizam música, a título gratuito, algumas, como a rádio se posiciona neste tempo de facilidade de acesso a toda a música.

*Para mim a rádio é uma celebration, tem que ser em direto. O digital depois pode complementar. A rádio é uma experiência coletiva, e se se matar isso, mata-se tudo. Por mais tecnologia que haja... Álvaro Costa, 56 anos, Radialista, Porto*

*Eu acho que a rádio, tal como outros média sofreu profundas transformações com a revolução digital. Por um lado, tentando manter a sua essência, a forma que a rádio tem de combater e manter a sua identidade, não perder a sua essência. Por outro lado, há uma lógica de que a rádio tenta servir-se das*

*plataformas digitais para a rádio também se difundir, e daí aparecer imensas rádios digitais. Há essa dupla faceta, tentar não perder a sua essência, por outro tentar servir-se da Internet como meio difusor da própria rádio. Vítor Belanciano, 46 anos, Jornalista, Mestrado em Antropologia, Lisboa.*

*O facto de a rádio se transformar também em digital, faz com que seja muito rápido. É interessante, antigamente um músico acaba de gravar ontem à noite uma canção nova, e para me mandar tinha que dar matéria aquilo: gravar num CD-R, numa cassete, uma fita. Hoje não, chega ao Facebook e diz assim “Olá Henrique estás aí, está aqui o meu SoundCloud se quiseres podes fazer download”. E eu faço o download ontem à noite e hoje ponho a tocar no meu programa. A desmaterialização da música acelera muito os processos, essa partilha. Henrique Amaro, 44 anos, Radialista e Realizador de rádio, Bacharelato em Educação, Lisboa.*

Como percebemos as plataformas digitais vieram rivalizar com a rádio, obrigando a rádio a dispersar a sua forma de difusão, exemplo disso é a WebRadio ou os *podcasts* que permitem que o ouvinte ouça na íntegra, ou partes, da emissão que passou na rádio. Mas será a mesma coisa? Será que a importância mestre que a rádio tinha se abalou por conta destes novos meios de difusão de rádio? Será que a rádio continua a ser importante?

*A rádio foi-se reinventando. A rádio poderá beneficiar da internet, poderá mudar de plataforma. O hábito de escuta poderá ser feito de maneira diferente. Até na televisão, hoje em dia tens os canais de cabo e chegas ao fim estão lá diversas rádios: RFM, Comercial, etc. já podes estar sentada no sofá, como se tivesses a ver televisão, a ouvir rádio, porque o sinal de rádio também é dado. Acho que é mais por aí, ir em busca de novas plataformas. Henrique Amaro, 44 anos, Radialista e Realizador de rádio, Bacharelato em Educação, Lisboa.*

No final, tornou-se interessante fazer uma última pergunta, quase como desafiante. Percebemos que a rádio foi, é, e acredito que vai continuar ser um meio de comunicação rico e omnipresente, que nos consegue sempre fazer companhia, por mais pequena que seja, a rádio em algum momento estará sempre presente. Para preencher o silêncio de horas de viagem, para ouvir com mais entusiasmo um relato de futebol, para nos surpreender com as músicas que toca, para nos atualizar nas notícias que passa, para nos ter alguém a falar quando não nos apetece preencher o tempo a olhar para o Facebook. Acredito que a rádio continuará, porque às vezes a modernidade não nos consegue satisfazer em tudo, e é nesses momentos que a tradição e o que conhecemos emerge, um pouco tímido, para tomar posição no nosso

mundo tecnológico. Prefiro terminar com uma ideia de Ana Cristina Ferrão, quando lhe questionei acerca do futuro da rádio.

*Não acredito no declínio da rádio, porque é demasiado básica. Acho que vão morrer mais depressa gadgets e plataformas que hoje temos, porque são novas e em processo de adaptação, por isso vão evoluir e extinguir-se. Mas a rádio é tão strip to the bone, é tão essencial, tão parca de meios, que eu penso que se vai manter. É tão simples que se vai manter.* Ana Cristina Ferrão, 58 anos, Realizadora de Rádio, Licenciatura em Engenharia Mecânica, Lisboa.

## Referências bibliográficas

- Abreu, Paula (2010). *A Música entre a arte, indústria e o mercado: um estudo sobre a indústria fonográfica em Portugal*. Tese de Doutoramento em Sociologia da Cultura, do Conhecimento e da Comunicação. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Cordeiro, P. (2004). Rádio e Internet: novas perspetivas para um velho meio. *Covilhã: II Congresso Ibérico da Comunicação*. [Em Linha]. [Consultado a 5 de Out. de 2014]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspetivas.pdf>
- Costa, A.; Palheta, A.; Mendes, A. et al. (2003). Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer. *Movendo Ideias*. Nº 13. p 13-22
- Creswell, J. (2013). *Research Design: qualitative, quantitative, mixed methods approaches*. Londres, SAGE Publications.
- Cuche, D. (1999). *A noção de cultura em ciências sociais*. Brasil, Editora da Universidade do Sagrado Coração.
- Falcoeiros, T. (2010). *Os Novos Métodos de Mediação na Indústria Musical e o caso da Flor Caveira*. Tese de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Figueiredo, C. R. (2015). *Os Dias da Rádio: o som do presente na confluência entre a rádio e o rock alternativo*. Dissertação de Mestrado do Curso de 2.º Ciclo em Sociologia. Porto: Universidade do Porto – Faculdade de Letras.
- Frith, S. (2002). Music and everyday life. *Critical Quarterly*, Vol.44. nº1. p 35-48.
- Guerra, P. (2010). *A instável leveza do rock: Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Volume 1.
- Guerra, P. (2013). *A instável leveza do rock: Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Porto: Afrontamento.
- Guerra, P. (2015). Keep it rocking: the social space of Portuguese alternative rock (1980–2010). *Journal of Sociology* [em linha]. Available in:

<http://jos.sagepub.com/content/early/2015/02/16/1440783315569557.abstract>. ISSN 1741-2978.

Guerra, P. (2019). Rádio Caos: Resistência e experimentação cultural nos anos 1980. *Análise Social*, Volume LIV (2.<sup>o</sup>), 2019 (N.º 231), p. 284-309.

Guerreiro, M. (2011). *A indústria musical na era do P2P e da Web 2.0: Novos desafios*. Tese de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Gutiérrez, M.; Ribes, X.; Monclús, B. (2011). La audiencia juvenil y el acceso a la rádio musical de antena convencional a través de internet. *Comunicación y Sociedad*. Vol XXIV. Nº2. p 305-331.

Hennion, A. (1997). Baroque and rock: music, mediators and musical taste. Paris: Centre de Sociologie de l'Innovation, Ecole de Mines de Paris.

Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*. London: Sage Publications.

Jupp, V., org. (2006). *The SAGE Dictionary of Social Research*. Londres: SAGE Publications Ltd.

Marconi, M. de A.; Lakatos, E. M. (2003). *fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Editora Atlas S.A.

Martinho, T. D. (2009). Os fundamentos racionais e sociológicos da música. *Análise Social*. Vol XLIV. p 645-649.

Melo, A. (2002). Os anos 80 nunca existiram. PERNES, Fernando (coord.) – *Panorama da Arte Portuguesa no século XX*. Porto: Fundação de Serralves/ Campo das Letras.

O'Hara, K.; Brown, B. (2006). Consuming Music Together: Introduction and Overview. *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*. Holanda: Springer.

Oliveira, J. (2012). *Rádios e público-alvo: estudo de caso na Cidade FM e na M80*. Relatório de estágio em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Covilhã:

Universidade da Beira Interior – Artes e Letras.

Oliveira, M. M. M. de (2012). *Do CD ao MP3: A Sociedade de Informação, Os Novos Media e a Indústria Musical*. Tese de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Portela, P. J. (2006). *Rádio na Internet em Portugal: A Abertura à Participação num Meio em Mudança*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação. Braga: Universidade do Minho: Instituto de Ciências Sociais.

Quivy, R.; Campenhoudt, L. V., (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 4.<sup>a</sup> Edição. Lisboa: Grávida.

Santos, R. (2007). A Rádio em Portugal – Estado da Arte em 2006. *Anuário da Comunicação 2005-2006*. Lisboa: OberCom – Observatório da Comunicação. [Em Linha]. [Consultado a 5 de Out. de 2014]. Disponível em: [http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario\\_2005\\_2006.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario_2005_2006.pdf)

Sérgio, A. (2005). *Som da Frente 1982-1986*. Lisboa: EMI. CD.

Spotify Artists (2015). *How is Spotify contributing to the music business*. [Em Linha]. [Consultado a 15 de Ago. de 2015]. Disponível na Internet: <http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/>

Swanson, K. (2013). *A Case Study on Spotify: Exploring Perceptions*. *School of Public and Environmental Affairs*. Tese de Honras de Graduação. [Em Linha]. [Consultado a 15 de Ago. de 2015]. Disponível em: [https://spea.indiana.edu/doc/undergraduate/ugrd\\_thesis2013\\_bsam\\_swanson.pdf](https://spea.indiana.edu/doc/undergraduate/ugrd_thesis2013_bsam_swanson.pdf)

Wacquant, L. (2004), “Esclarecer o *habitus*”, *Sociologia*, 14, p. 35-41.

## IS Working Papers

### 3.<sup>a</sup> Série/3<sup>rd</sup> Series

Editora/Editor: Paula Guerra

Comissão Científica/ Scientific Committee: João Queirós, Maria Manuela Mendes, Sofia Cruz

Uma publicação seriada *online* do

**Instituto de Sociologia da Universidade do Porto**

Unidade de I&D 727 da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

IS Working Papers are an online sequential publication of the

**Institute of Sociology of the University of Porto**

R&D Unit 727 of the Foundation for Science and Technology

Disponível em/Available on: <http://isociologia.up.pt/pt-pt/pagina/working-papers>

ISSN: 1647-9424

## IS Working Paper N.º 82

### Título/Title

“Os dias da rádio: um percurso pela história da rádio em Portugal”

### Autora/Author

Catarina Ribeiro Figueiredo

A autora, titular dos direitos desta obra, publica-a nos termos da licença Creative Commons

“Atribuição – Uso Não Comercial – Partilha” nos Mesmos Termos 2.5 Portugal

(cf. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pt/>).