



**UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA**

**A INTERACTIVIDADE NA RÁDIO / O PODER DA VOZ**  
Estudo de caso: o programa 00h00 – 02h00 da Rádio Renascença

Relatório apresentado à Universidade Católica Portuguesa para a  
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, na  
especialidade de Cultura e Comunicação Visual

Por

Marta Alexandra Correia dos Santos

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação do Professor Doutor Rógério Santos e  
Doutor Nelson Ribeiro

Janeiro 2011



## **Índice:**

**Introdução**..... pág. 2

### **1 - A Rádio Renascença:**

1.1- Enquadramento Histórico..... pág. 6

1.2- O Canal Renascença na Actualidade..... pág. 17

### **2 - A Rádio Interactiva:**

2.1 – Interactividade..... pág. 22

2.2 - Interactividade na Rádio / Programas de Linha Aberta..... pág. 30

2.3 - A Internet e a interactividade na Rádio..... pág. 35

### **3 – Produção e Locução:**

3.1 – Escrita Radiofónica: o papel do produtor.....pág. 39

3.2 - As vozes na Rádio..... pág. 43

3.2.1 - Importância da Personalidade das Vozes da Rádio..... pág. 46

3.2.2 - Poder de Comunicação: Empatia, Provocação, Envolvimento,  
Compromisso e Fidelização.....pág. 49

#### **4 – Análise do estudo de caso: Programa 00h00 – 02h00 de Óscar Daniel:**

**4.1-** Usos e Gratificações do programa.....pág. 52

**4.2 –** Os temas.....pág. 56

**4.3 –** Os ouvintes.....pág. 62

**4.4 –** O Locutor.....pág. 65

**4.5 -** A importância da voz: A noite tem uma voz amiga.....pág. 68

**Conclusão**.....pág. 74

**Bibliografia**.....pág. 79

**Webgrafia**.....pág. 84

## **Introdução:**

A clássica imagem de uma caixa enorme de madeira que emite sons representa um tipo de rádio que já não existe. Mais do que os velhos aparelhos, as emissoras também mudaram e, com o passar do tempo, a rádio continua a manter-se viva e cada vez mais actual. Com a chegada da internet, a rádio inovou, adaptou-se e cada vez mais atinge os seus diversos públicos. Em casa, no local de trabalho ou até mesmo no carro, hoje em dia este “novo meio mais tecnológico” permite aos seus seguidores uma maior mobilidade, no sentido em que agora é possível ouvir rádio em todo o lado.

A natureza do meio continua a ser a mesma, mas agora e graças às novas tecnologias, passou a existir uma nova forma de fazer rádio, suportada pelos suportes digitais. A chegada da internet, foi, tal como a chegada da televisão, uma ameaça para o meio. Muito se ouviu falar de um suposto fim da rádio. Mas, ao contrário do que se fazia esperar, a rádio adaptou-se a este novo meio e retirou dele o maior proveito possível. A interactividade foi uma das grandes vantagens que a rádio adquiriu da internet. Se antigamente a rádio era um dos meios que menos interactividade promovia, actualmente a internet proporciona ao meio uma interactividade muito mais alargada. Participações em programas e passatempos que anteriormente só eram possíveis por telefone, hoje podem ser feitas através de redes sociais e do envio de e-mails. O aparecimento da internet veio também possibilitar ao meio um maior alcance em termos de difusão.

Fazer rádio já não é o que era. Toda esta nova era tecnológica permitiu ao meio uma enorme inovação até em termos técnicos. Dos discos de vinil colocados nos pratos pelo próprio locutor, passou a usar-se música em ficheiros digitais. Se antigamente as emissões tinham de ser feitas obrigatoriamente com a presença de um locutor em estúdio e tempo real, hoje em dia a tecnologia possibilita aos profissionais a gravação da sua voz em formato digital que pode ser sobreposto a outros elementos sonoros. Por consequência, os locutores passam a dispor de mais tempo para promover uma maior interacção com o seus ouvintes e ainda a possibilidade de edição de sons.

Sem dúvida que o dia a dia da rádio passou a ser muito mais organizado e planeado. As distâncias foram encurtadas e agora já é possível ouvir a mesma rádio em qualquer parte do mundo. Assim é possível afirmar que a rádio é um meio que tem assumidamente uma relação privilegiada com o público, não só pela estrutura da comunicação, como por se assumir como um meio de comunicação bidireccional, que possibilita participações dos ouvintes na comunicação.

A sua intensidade atrai. Envolve, seduz e mexe com todos os nossos sentidos. Todo este magnetismo que a rádio conserva até aos dias de hoje, faz com que seja um dos meios mais procurados como forma de entretenimento. Agora, com a possibilidade de uma maior interacção entre o locutor e o receptor, permite aos seus ouvintes fazerem parte do processo de rádio, criando um sentimento de pertença e simpatia para com uma estação em particular.

Exactamente por a rádio ser um dos meios que mais envolve e seduz, através da voz, este trabalho tem por objectivo analisar a interactividade e o poder da voz em rádio, focando-se num programa específico.

No âmbito do Mestrado em Ciências de Comunicação, variante Comunicação e Cultura Visual, a escolha feita para a conclusão do Mestrado encaminhou-se para a redacção de um Relatório de Estágio. Para tal foi realizado um estágio no Canal Renascença, na área de produção, entre 26 de Outubro de 2009 e 30 de Maio de 2010. Inicialmente o estágio seria apenas de seis meses, mas acabou por se estender por mais um mês, concedendo-nos ainda a hipótese de participar em acções do canal, nomeadamente no Rock in Rio 2010, um evento patrocinado pelas três principais rádios do grupo R/COM (RR, RFM, Mega Hits).

O estágio envolveu não só a elaboração de peças radiofónicas, como a edição de sons, entrevistas, *vox pops*, vídeos para o site do canal e edição de conteúdos para inserção em diversos programas. Todo o nosso trabalho foi sempre coordenado e orientado pelo Dr. António Freire, coordenador de conteúdos do canal Renascença.

A experiência enriquecedora na área da produção possibilitou que desenvolvêssemos interesse particular por programas onde existe uma maior interacção entre o locutor e o ouvinte. Embora inicialmente este tipo de programa não despertasse a atenção, quando surgiu a primeira oportunidade de colaborarmos na

produção para o programa da noite de Óscar Daniel, transmitido na Rádio Renascença das 00h00 às 02h00, o interesse por formatos de linha aberta aumentou.

Mais do que um programa que possibilita a participação dos ouvintes, o que mais se destacou foi o facto de os receptores assumirem uma enorme simpatia para com a voz do locutor. Locutor esse que muitos dos ouvintes nunca viram pessoalmente, mas que não os impede de confiarem no mesmo como se de um amigo pessoal se tratasse. Sendo um programa que vive essencialmente da participação dos ouvintes, a simpatia com a voz faz com que este programa seja aquele que maior interactividade promove no canal Renascença. Assim, a realização deste trabalho irá ter como ponto de referência o programa em questão.

O relatório de estágio começa por dar um enquadramento da história da Rádio Renascença, focando aspectos importantes da sua história. Serão focadas também algumas etapas importantes que superou até aos dias de hoje, e que levaram a Rádio Renascença à criação de um grupo que comporta actualmente mais três rádios (Mega Hits, RFM, SIM), a *Intervoz* (comercialização de publicidade) e a *Génius y meios* (entretenimento e formação).

O capítulo seguinte analisa o canal Renascença na actualidade, tendo em atenção conceitos como rádio generalista, rádio segmentada e rádio especializada. Posteriormente, a investigação irá focar-se na rádio interactiva. Conceitos como interactividade e interacção serão comparados e analisados por diferentes autores e inseridos no meio em questão. Bertold Brecht, autor da “teoria da rádio”, defendeu há muitos anos a necessidade de existência de uma rádio interactiva. Embora na altura tenha parecido uma ideia demasiado moderna e até mesmo utópica para o meio, hoje em dia as suas teorias mantêm-se actuais.

Para uma melhor compreensão de interactividade em rádio, será analisado neste relatório de estágio um programa de linha aberta. O intuito será demonstrar a importância que este tipo de formato tem para o meio, e em especial para o canal Renascença. Será salientada também a importância que a internet tem para o meio radiofónico, não só a nível técnico, como também na promoção de interactividade.

Tendo em conta que a voz é um dos elementos em estudo, serão referidos e analisados elementos de produção e locução em rádio. Escrever para rádio é bastante diferente de escrever para um jornal. No caso da rádio, escreve-se para se ouvir, “escrever para o ouvido”. Mais do que fazer sentido para quem os lê, os textos radiofónicos têm de fazer sentido para quem os ouve. Para isso existem regras que necessitam de ser cumpridas. É exactamente aqui que o produtor ocupa um papel fundamental em rádio, visto que lhe cabe a responsabilidade de satisfazer o ouvinte através dos textos e conteúdos que prepara para as variadas emissões.

A importância da voz, da simpatia, empatia e fidelização que cria com os seus receptores, merecerá uma maior atenção, tendo em conta que é a personalidade das vozes da rádio que cria e mantém a fidelização dos ouvintes. O timbre, o tom e o silêncio são também tidos em conta, na medida em que são elementos necessários para uma boa locução em rádio.

A última parte do relatório de estágio consiste na análise empírica do programa da 00h00 – 02h00 de Óscar Daniel. Foram realizadas entrevistas, não só a ouvintes do programa como também a toda a equipa que o realiza e produz. Socorrendo-nos da teoria dos usos e gratificações, vamos tentar conhecer as motivações que levam as pessoas a ouvir um programa de linha aberta transmitindo entre a meia noite e as duas.

# 1 – A Rádio Renascença

## 1.1 – Enquadramento Histórico

1901 é o ano que marca o início do interesse do governo Português pela TSF (telefonía sem fios), tendo como objectivo principal o uso desta nova tecnologia para fins comerciais. “Segundo o governo, estes aparelhos seriam depois colocados noutros locais onde seriam úteis à navegação ou ao comércio”.<sup>1</sup> Nos anos que se seguiram, a “tecnologia de Marconi” foi utilizada como forma de comunicação para o comércio e também como forma de comunicação na 1ª Guerra Mundial. O interesse pela comunicação via rádio cresceu consideravelmente, tal como os pedidos para licença de transmissão. A marinha foi um dos grandes impulsionadores da TSF. Não só na sua evolução, como no seu nascimento:

Após um primeiro período limitado à troca de mensagens da armada, em 1913, o posto radiotelegráfico do arsenal da marinha foi aberto ao serviço público móvel marítimo, pelo que se considera ser o início da actividade oficial de TSF no país.<sup>2</sup>

Em 1904, Nunes Ribeiro, director do que viria a ser o posto radiotelegráfico de Monsanto, juntamente com outros oficiais da marinha, inauguram o primeiro organismo ou escola de ensino da TSF. Ligado à associação de amadores da rede de emissores portugueses, e como fundador, Nunes Ribeiro garantiu o funcionamento das emissões amadoras até à publicação da legislação, garantindo assim a atribuição de um indicativo de chamada aos respectivos postos.

Em 1916, é então publicado pelo governo o primeiro regulamento dos postos amadores de TSF em Portugal. A 12 de Julho do mesmo ano entra ao serviço o posto radiotelegráfico de Monsanto, conhecido pelas histórias “a propósito das interferências

---

<sup>1</sup> Sílvia, Duarte Bento, “Ecologias da Comunicação e contexto educacionais”, in [http://www.iscee.edu.cv/images/stories/Docs/cv\\_bento\\_duarte\\_da\\_silva.pdf](http://www.iscee.edu.cv/images/stories/Docs/cv_bento_duarte_da_silva.pdf)

<sup>2</sup> Rogério Santos, cit Fonseca: 1988, in *As vozes da Rádio 1924-1939*, pág. 50

das comunicações telegráficas sobre a audição de concertos de música transmitidos por estações estrangeiras e portuguesas.” (Santos, 2005: 50)

Graças a todo este esforço para manter os postos amadores, foi possível desde o início do séc. XX usar as técnicas radioelétricas para o envio de mensagens por via hertziana, “com a TSF a usar-se para mensagens telegráficas, sinais de sinalização para navios (meteorologia) e sinais horários.” (Santos, 2005: 53) Ainda na década de 20, é importante salientar as duas concepções de TSF que se opunham: a mais antiga, que viabilizava o uso comercial da “radiotelegrafia e radiotelefonía, com as comunicação marítimas” (Santos, 2005: 53), e a mais recente, onde as estações de radiodifusão já permitiam programas e concertos musicais.

Embora a marinha tenha ocupado um papel muito importante no desenvolvimento da TSF no país, muitos outros homens foram fundamentais no arranque daquilo a que hoje chamamos de rádio. Alberto Carlos Oliveira, telegrafista em Cabo Verde, foi o primeiro português a operar em radiofonia com emissões em fásca, a partir de 1912 (Santos, 2005: 55). A sua função era exercer vigilância sobre oito navios alemães ancorados no porto de S. Vicente em Cabo Verde, durante a primeira guerra mundial.

José Celestino Soares foi outro dos grandes pioneiros da TSF no país:

Em 1902, ainda aluno da Escola Politécnica, realizou os seus primeiros ensaios em TSF, com a demonstração feita com um aparelho receptor. Instalou antes da primeira Guerra Mundial, um posto receptor no castelo de S. Jorge (...). Pouco depois ouviu em Lisboa telefonia sem fios, utilizando um detector electrolítico. (...) No primeiro congresso nacional de electricidade (...) apresentou a comunicação “postos particulares de TSF”, com conclusões aprovadas por unanimidade. (Santos, 2005: 56)

Com todo o sucesso que conseguiu em 1923, Celestino Soares conseguiu ocupar o primeiro lugar dos dez sócios fundadores da Rádio Academia de Portugal. O seu esforço começou em 1920, quando começa a lutar para obter a regulamentação dos postos amadores de Portugal, sendo que esta luta não foi bem aceite por todos, acabando mesmo por receber em sua casa a visita de agentes da polícia de segurança do Estado.

Fernando Medeiros, em 1914 ainda estudante universitário, fundou na altura aquilo a que chamou de Rádio Hertz. (Santos, 2005:57) Outro dos grandes impulsionadores da TSF no país, sempre foi um curioso por tudo o que se relacionava com electricidade. Leitor assíduo de um jornal francês que na altura se dedicava a publicar artigos sobre a TSF, deixou que o seu entusiasmo se virasse para uma ciência que na altura não era conhecida no nosso país. Começou por fazer ensaios com microfone, mas só em Abril de 1914, para festejar o seu aniversário, pediu emprestado um “gramofone de campânula e disco, conseguindo assim a primeira transmissão de música que se fez em Portugal.” (Santos, 2005: 57) Wagner foi a primeira música ouvida talvez por duas ou três pessoas.

O último dos pioneiros da TSF em Portugal foi José Joaquim de Sousa Dias Melo. A sua primeira actividade de TSF foi feita em 1914. Em 1920 consegue a sua primeira emissão – recepção e, em 1925, radiodifusão:

Regressado de França em 1917, onde frequentara o ensino liceal e assistira a experiências práticas de TSF, dali trouxe o entusiasmo pela rádio que aplicou no nosso país. Até então, em Portugal, a revista *Electricidade e Mecânica* apenas publicara a descrição da construção de aparelhos como o detector magnético e receptores de galena. (Santos, 2005: 57)

Foi exactamente este detector magnético que Dias Melo trouxe para Lisboa, começando a sua actividade em 1920. Começou por montar aparelhos com diversos esquemas e conseguiu uma boa recepção de telegrafia e telefonia. Em 1925 depois de aprovadas a emissão de radioamadores no país, conseguiu obter umas das primeiras estações, na altura emitida do hotel Internacional no Rossio. Tratava-se de uma fase ainda incipiente do ponto de vista tecnológico:

Estes aparelhos eram muito rudimentares: o emissor era quase sempre de fraca potência e o receptor só captava os postos mais potentes ou mais próximos, sendo que a esmagadora maioria dos “senfilistas” escutava as transmissões musicais provenientes do estrangeiro num receptor de Galena.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Duarte Bento Silva, “Ecologias da comunicação em contexto educacional”, in

<http://www.iep.uminho.pt/tceI/Material/Ecol.%20da%20com.%20e%20contextos%20educacionais.pdf>

Esta realidade acaba quando no final de 1923, os amadores recorrem à Administração Geral dos Correios e Telégrafos, solicitando que o regulamento da TSF que lhes desse o direito legal de instalar novos postos emissores. Embora esta autorização só tenha chegado nesta altura, muitos amadores ousaram desrespeitar as regras e fizeram os seus primeiros postos de emissão radiofónica, como é o caso de Dias Melo, um dos grandes impulsionadores da TSF, já mencionado. Entusiasmados por esta ideia, seguiram-no mais três senfilistas:

Os ensaios dos amadores tiveram grande sucesso, considerando eles serem ouvidos em altifalante a cerca de 400 quilómetros de distância, apesar da pequena potência de emissão: 50 watts. Um dos senfilistas, o tenente Eugénio d' Avillez, chegara a 350 quilómetros apenas com 5 watts, em telefonia, enquanto Abílio Nunes dos Santos Júnior organizava na sua casa de Lisboa concertos que transmitia pelo seu posto e que chegariam a ouvir-se no Porto. (Santos, 2005: 60,61)

Estava então espalhada a nova ideia de TSF. Agora com a regulamentação dos postos de emissão, a rádio irá espalhar-se um pouco por todo o lado e todos os dias é conquistada uma nova distância. O que começou por ser um passatempo com o final da 1ª Guerra Mundial, veio a tornar-se numa forma de comunicação que chamava a atenção de muitos. Esta curiosidade pela rádio fez aparecer as primeiras emissões em fonia (transmissão apenas de voz), que rapidamente originou a criação das primeiras estações de radiodifusão em Portugal.

Com a ideia espalhada por todo o país, na segunda metade da década de 20, dois padres entusiastas da rádio tiveram a ideia de criar a primeira emissora católica em Portugal. Completamente conscientes de que a Telefonia sem Fios era um meio de comunicação em expansão por todo o mundo, imaginaram como seria o uso deste meio na difusão da palavra da Igreja Católica, aos seus fiéis.

O Padre Magalhães Costa e o Padre Domingos Bastos foram os sacerdotes pioneiros da ideia daquela que ainda hoje conhecemos como Rádio Renascença. Para levar a bom porto a sua ideia de criar uma nova emissora só faltava a estes dois sacerdotes uma forma de conseguir começar este projecto. Foi então lançado um apelo à comunidade católica:

Então não há aí no país todo, mil Católicos endinheirados que possam dispôr de 200 ou 500 escudos cada um, para esta obra de largo alcance apostólico? (Ribeiro 2002:19)

Embora inicialmente a ideia não tenha sido facilmente aceite por todos, o empenho da Igreja Católica em construir uma emissora que espalhasse a mensagem desta, através da rádio, era indiscutível. Esta ideia contava com o apoio e confiança do *Diário do Minho* que via na rádio o futuro como forma de apostolado:

(...) esta nova forma de apostolado vai amanhã substituir, em parte, a imprensa, porque é mais barata mais rápida serve mesmo para os que não sabem ler, dispensa o trabalho da leitura, tem o entusiasmo da palavra que tanto melhora o discurso e chega a casa nas horas de repouso diário(...). (Ribeiro 2002:19)

Só no ano de 1933 é que surgiu um novo artigo da autoria de Zuzarte Mendonça, na revista *Renascença*, apoiando a criação de uma emissora católica. Este artigo e muitos outros da sua autoria deram origem a uma série de reacções que aos poucos foram fomentando a ideia da construção de uma emissora ao serviço de todos os católicos. No mês de Maio do mesmo ano, surge na revista *Renascença* outro artigo, que veio mudar a realidade da futura rádio católica. O Padre Lopes da Cruz, grande mentor do que é o hoje a Rádio Renascença, apela para a importância da criação desta nova emissora. Desde este dia, e nos seis anos seguintes, o Padre Lopes da Cruz assumiu a responsabilidade “(...) de redigir uma página da revista, onde, todas as quinzenas, publicava artigos com o objectivo de tornar possível o nascimento de uma emissora da igreja.” (Ribeiro 2002:20) Todo este esforço por parte do Padre Lopes da Cruz, rapidamente teve retorno, quando começaram a chegar respostas dos leitores da revista *Renascença*.

Cada vez mais empenhada neste projecto a Igreja Católica contou também com a ajuda do Cardeal Patriarca D. Manuel Cerejeira que se junta a esta campanha considerando a “(...) criação de uma emissora Católica como uma das necessidades modernas do apostolado”. (Ribeiro 2002:21) O desafio estava lançado. “De Norte a Sul do país, os donativos foram chegando às mãos do P. Lopes da Cruz. Não restavam dúvidas do envolvimento dos católicos no projecto da Rádio Renascença”. (Ribeiro 2002:21)

Depois de algum tempo de espera, e com a ajuda de todos aqueles que acreditavam neste projecto, as emissões da Rádio Renascença tiveram início a 1 de Janeiro de 1937. Começou por ser emitida em ondas médias para a região de Lisboa.

Inicialmente era transmitida apenas uma hora e quarenta e cinco minutos por dia (excepto nos dias em que a estação difundia cerimónias religiosas, que eram transmitidas a partir do seminário dos Olivais, para que todos os católicos pudessem ouvir).

A 10 de Abril de 1938 dá-se a oficialização a nível Eclesiástico da Rádio Renascença, e a 16 de Junho do mesmo ano foram aprovados pelo Patriarca de Lisboa os *Estatutos da Liga dos Amigos*.<sup>4</sup> Dois anos depois, a 23 de Julho de 1940 e sempre com a ajuda e boa vontade dos ouvintes católicos, começou a funcionar o emissor de onda média na cidade do Porto.

Estava então criada a 1ª Emissora Católica portuguesa: a Rádio Renascença. Desde o início que a intenção desta nova rádio não era apenas a transmissão de programas católicos, mas também de boa música:

A Emissora Católica não se destina apenas a transmitir longos sermões. Faremos também o que as outras fazem, embora sempre com critérios e sentido Católico. (...) Com o andar do tempo e o crescer das possibilidades esperamos fornecer aos auditores da Rádio Renascença o que houver de melhor nos campos artístico, científico e literário.<sup>5</sup>

Com o início das emissões regulares, a RR continuava, no entanto, a ser uma estação de poucos recursos com um número reduzido de horas de programação. No pós II Guerra Mundial, tanto a Emissora Católica como toda a sociedade em geral atravessaram um período de graves dificuldades económicas. No caso da RR, a sustentabilidade da rádio deveu-se ao trabalho árduo de Padre Lopes da Cruz que com todo o seu esforço foi remediando a situação através da realização de campanhas, que cada vez mais tinham adesão em todo o país.

Só no início da década de 50 é que o período de emissão foi alargado sendo a maior parte da programação preenchida com música de orquestra e palestras. A 9 de Abril de 1953 a grande novidade da emissora surge quando começa a ser transmitida

---

<sup>4</sup> Este novo estatuto, teve início dois anos antes (1936), quando todos os Católicos com posses começaram por sustentar a estação, através de uma quota mensal de 2\$50.

<sup>5</sup> Citado por Moreira das Neves, *Para a História da Rádio Renascença*, p:21

a recitação do Terço de domingo a sábado, sempre às 18h30, em directo da Basílica dos Mártires em Lisboa.

No final da década de 50, o panorama geral da rádio não era muito animador tendo em conta os conteúdos pouco inovadores e de baixo interesse social. Não contente com a situação, a RR veio mudar esta realidade com a transmissão de uma emissão especial (A invasão dos Marcianos), e de dois novos programas: a “23ª hora”, e o “Diário do Ar”.

“Ao final da tarde de 25 de Junho de 1958, a emissão normal da estação foi interrompida por um espaço de ficção que versava sobre a invasão da Terra por criaturas oriundas de Marte”. (Ribeiro 2002:27) Inspirado no programa de rádio americano “*Guerra dos Mundos*” realizado por Orson Wells em 1938, este programa teve um grande impacto na sociedade portuguesa.

Após a leitura de um artigo sobre a emissão de Orson Wells, José Matos Maia fez agitar os ânimos do país. A emissão foi iniciada com a notícia de que o país estava a ser invadido por marcianos. Muitos ouvintes acreditaram que tal notícia era real, e nunca esperaram que se tratasse de um programa inovador dada a situação pouco surpreendente em que a rádio portuguesa se encontrava. Sendo este um programa que em nada se comparava a algo já feito em Portugal, deixou o país alarmado. Pouco tempo depois de Matos Maia ter iniciado a emissão, a redacção da Renascença foi “bombardeada” com pedidos de esclarecimentos, relatos de batalhas sangrentas, e incêndios pavorosos na zona de Carcavelos. O pânico estava instalado. Imediatamente a emissão foi interrompida por guardas do Governo Civil, que levaram Matos Maia para prestar esclarecimentos nos serviços da PIDE.

Depois do pânico causado pela transmissão da “invasão dos marcianos”, a RR lança em Novembro de 1959 o programa “23ª hora”. Transmitido em horário nocturno, este novo programa veio romper com a formalidade que até então reinava no meio. Fundado por Joaquim Pedro, Matos Maia e João Pedro Batista o programa funcionava de forma simples para quem ouve rádio hoje em dia, mas na altura revolucionou o meio radiofónico. Consistia na divulgação de novas músicas e debatia temas de interesse social, tornando-se por vezes polémico, mas bastante útil, tendo em conta o contexto político do país.

“No verão deste mesmo ano a Emissora Católica lança um outro programa inovador produzido por Paulo Cardoso”. (Ribeiro 2002:28) “Diário do Ar” é o nome deste novo programa que se pode dizer tão ou mais inovador do que o “23ª hora”. “Diário do ar” fez-se notar pelo facto de sair do estúdio e levar a rádio para a rua fazendo a cobertura de vários acontecimentos que até esta altura só eram possíveis através da imprensa escrita.

A Emissora Católica vivia então um período de renovação a nível de programação. “(...) Entretanto, em sequência dos pedidos apresentados pela RR, a 23 de Agosto de 1964, o governo autorizou a Emissora Católica a efectuar a cobertura geral do país em modelação por frequência (FM)”. (Ribeiro 2002:29)

Estava então aberta uma nova fase da Emissora Católica. A nível técnico, a melhoria era significativa e o mesmo já se fazia notar na nova programação. Em 1968, depois de Marcelo Caetano assumir funções como chefe do governo, o clima social vivido veio também permitir à RR espaço para novos programas vanguardistas, atribuindo à rádio um papel educacional.

As emissões radiofónicas estavam sujeitas a um serviço de censura prévia, e com o regime cada vez mais inseguro, a Emissora Católica não escapou a este controlo. Apesar de cada vez mais os conteúdos e programas radiofónicos serem controlados, em Outubro de 1972 nasce na RR o serviço de noticiário chefiado por Carlos Cruz. Este novo serviço veio permitir à RR um novo estatuto. Antes desta inovação, todas as notícias divulgadas eram baseadas na imprensa escrita, e a partir e então passou a ser possível transmitir notícias com cobertura no exterior exclusiva da RR. Os noticiários vieram ocupar quinze espaços diários entre as oito da manhã e a uma da madrugada, não passando despercebido do seu auditório e da imprensa que noticiou o aparecimento deste novo serviço, que se comprometia em transmitir notícias e reportagens de forma objectiva.

Embora o nascimento dos noticiários próprios tenha sido uma mais valia para a Emissora Católica, por outro lado a estação atraiu ainda mais a atenção do regime que acabou por limitar a transmissão de algumas notícias. A censura começou a fazer sentir-se dentro da Emissora de uma forma mais real três dias antes do 25 de Abril com a entrada para a RR de uma comissão de censura oficial. Embora o círculo começasse a apertar, tal como acontecia na imprensa, as mensagens eram transmitidas

por códigos, e de forma indirecta, realçando determinadas notícias em detrimento de outras, tentado levar os ouvintes a perceberem a situação que o país estava a atravessar, comparando com a situação que se passava no estrangeiro.

No dia 24 de Abril de 1974 a senha que deu o sinal de partida para a Revolução do 25 de Abril foi lançada no programa “Limite”. Este programa, que era transmitido todos os dias entre a meia noite e as duas da manhã, era conhecido pela qualidade dos seus conteúdos, pelos textos poéticos da autoria de Carlos Albino, lidos por Leite Vasconcelos, locutor do programa, e pela selecção da boa música transmitida. Embora se fale de uma outra senha transmitida pelos Emissores Associados de Lisboa, pela voz de João Paulo Dinis e com a música *E depois do Adeus*, pelas 22h55, esta senha só foi escutada na área de Lisboa. Já a senha transmitida na Rádio Renascença foi escutada um pouco por todo o país:

A gravação da senha foi preparada por Carlos Albino e Manuel Tomás, ambos da equipa do “Limite”, que transmitia habitualmente textos poéticos da autoria do primeiro, lidos por Leite de Vasconcelos e sonorizados por Manuel Tomás. O alinhamento para a emissão de 25 de Abril incluía a leitura da primeira quadra de “Grândola, vila Morena”, a transmissão da canção na íntegra, novamente a leitura da primeira quadra, poema “Geografia”, poema “Revolução Solar” e a canção “Coro da Primavera”. Os dois poemas tinham como temas os rios portugueses e as galáxias e os planetas, respectivamente. Desta forma, os textos foram aprovados pelo censor e também pela direcção da Rádio Renascença, cuja revisão dos texto era “relativamente tolerante e até em certos momentos pactuante” (Ribeiro 2002:39)

A gravação, que veio a ser o sinal para a revolução, foi feita a 24 de Abril por Leite Vasconcelos e transmitida cerca de 20 minutos depois da meia-noite do dia 25. Estava então lançada a senha e a revolução em marcha. Na Emissora Católica o programa “Limite” continuou a sua emissão, mas desta vez apresentado pela voz de Paulo Coelho devido ao nervosismo de Leite Vasconcelos.

Depois do 25 de Abril, de 1974 a Emissora Católica continua o seu funcionamento dentro de uma certa normalidade, embora a Emissora Nacional e o Rádio Clube Português tivessem sido ocupados por militares do Movimento das Forças Armadas. A RR, por seu lado, continuou com a sua programação, ao mesmo tempo que acompanhava os vários passos da revolução. Esta “falsa normalidade” termina no dia 30 de Abril quando é iniciada a primeira greve de funcionários dos serviços de informação.

Deste forma, a Rádio Renascença foi o primeiro órgão de comunicação a paralisar após a revolução. Na base da greve estava uma profunda divergência de critérios entre noticiaristas e o Conselho de Gerência, a propósito da cobertura das chegadas a Lisboa de Mário Soares e Álvaro Cunhal. Na prática, os gerentes não autorizavam a transmissão de reportagens sobre o regresso a Portugal dos líderes do Partido Socialista (PS) e do Partido Comunista português (PCP), considerando que a chegada dos líderes políticos deveria apenas ser noticiada. (Ribeiro 2002:40)

Com opinião bem diferente, os repórteres de notícias achavam que a RR deveria estar na linha da frente destes acontecimentos. Com a greve iniciada, os trabalhadores ocuparam a redacção, onde mais tarde se juntaram os operadores por insatisfação salarial. Foram então exigidas pelos trabalhadores três condições para que a greve terminasse: “(...)assinatura pela gerência de um documento onde fosse assegurada a não existência de censura interna; constituição de um conselho de programas com funções deliberativas, composto por profissionais da estação; entrega da direcção dos serviços de noticiário a João Alferes Gonçalves”. (Ribeiro, 2002:40) Esta paralisação suspendeu a emissão entre as 19 horas de dia 30 de Abril e as 2 horas do dia 1 de Maio acabando com o abandono da gerência da estação. No decorrer da greve o Movimento das Forças Armadas demanda aos trabalhadores que reponham a emissão, de forma a não provocar mais greves e atitudes alarmistas por parte da população. Depois deste pedido, o conselho de trabalhadores reúne-se e restabelece a emissão mas agora gerida por sete novos membros: P. António Rego, Joaquim Pedro, Viriato Dias Bernardo, Pedro Manuel Mota Vaz do Castelo, João Alferes Gonçalves, Rolando José, Fonseca Matias de Moraes e Artur Estácio de Moraes Branco.

Após o 25 de Abril a RR viveu o período mais turbulento da sua história:

O caso da RR transformou-se numa das lutas político-ideológicas com maior visibilidade, graças à forte tradição e ao elevado nível de implantação da Igreja Católica, principalmente no Norte e no Centro. (Ribeiro 2002:160)

Exemplo disso mesmo foi o verão quente de 1975, quando vindos do centro e do norte do país milhares de pessoas se juntam à porta do Episcopado e da Emissora Católica defendendo a entrega da Emissora à Igreja, aproveitando também para mostrar o seu desagrado face à nova situação política em que o país se encontrava depois da revolução. Pode então afirmar-se que o caso Renascença incentivou a “maioria silenciosa” a uma tomada de posição. Este período conturbado, até ao final

do processo revolucionário em curso, ficou marcado em grande parte pelo debate sobre o papel da Igreja Católica na sociedade, que começava agora a criar outros contornos, e a assumir novas posições políticas e ideológicas:

Esta discussão situada no seio da própria igreja está patente nas diversas posições, muitas vezes contraditórias, tomadas por diversos sectores católicos em relação ao caso da RR. (Ribeiro 2002:160)

Ocupada pela extrema esquerda durante o verão de 1975, a RR foi entregue novamente à Igreja em Dezembro desse mesmo ano. Com o início da década de 80 começa uma nova etapa na vida da RR. Com uma renovação técnica, que permitia aos ouvintes estarem cada vez mais próximos da “sua” rádio, os fiéis católicos contribuía para uma nova fase de expansão da emissora. Segundo Nelson Ribeiro, a contribuição dos fiéis, possibilitou também: “(...) a criação de um sentimento de propriedade, por parte de milhares de Católicos, em relação à Emissora Católica”. (Ribeiro 2002:106)

Esta fase de expansão da RR só termina em 1987, quando nasce dentro da Emissora Católica um segundo canal nacional, com o nome de RFM. Este novo canal, já com outro formato, funcionava essencialmente como rádio musical.

Actualmente, a Rádio Renascença é o nome de uma das estações de rádio que pertence ao Grupo R/COM que é composto por mais três rádios diferentes: RFM, para um público jovem / adulto e com um formato musical, a Mega Hits, para um público mais jovem, com formato musical, e a Rádio SIM, para um público sénior, com um formato misto (musical e informativo). Para além destas três rádios, o grupo R/COM detêm ainda a *Intervoz*, empresa criada para comercializar anúncios, e a *Génius y Meios*, empresa que promove a criação de projectos de eventos, espectáculos e propostas de formação na área da comunicação.

Ao analisar o quadro de análise de audiências diárias do Universo no 4º trimestre de 2010, a Rádio Renascença é a terceira rádio mais ouvida em Portugal, a seguir à RFM e à Rádio Comercial. A TSF, Antena 1, M80, rádio Cidade, Antena 3, Mega Hits, Rádio Sim e Antena 2, são as que se seguem por esta ordem.<sup>6</sup> Tendo em conta

---

<sup>6</sup> Marktest, Bareme – Rádio 4º trimestre de 2010

que algumas destas rádios não são dirigidas para o mesmo tipo de público que a Renascença, ao analisar as audiências junto do público 35 / 54, a RR continua a ocupar o 2º lugar, estando a RFM também em primeiro. Seguem-se à Rádio Renascença a M80, Comercial, TSF e a Antena 1.

## 1.2 – O Canal Renascença na Actualidade

Se antigamente a rádio era talvez dos meios de mais fácil acesso como forma de companhia, hoje em dia existem muitos outros que lhe fazem concorrência. É então necessária uma renovação que acompanhe a evolução tecnológica. É preciso reformular e inovar todo o seu funcionamento, não só a nível de discurso e conteúdos, como também toda a sua parte técnica.

Até à sua renovação as comunicações radiofónicas eram feitas através de *rede* constituída por canais de emissores e transmissores que permitiam que as mensagens emitidas chegassem a pontos geográficos distantes. Embora o conceito de rede pareça inovador, este implicava também a possibilidade de ligar e desligar uma emissão em directo em qualquer parte do país. Com os avanços tecnológicos, a rádio aceita então um novo desafio, passando a usar o conceito de *digitalização*. Esta nova tecnologia veio substituir a antiga tecnologia analógica usada desde os primórdios da rádio. (Santos, 2010:125)

De modo simples, pode dizer-se que, no sistema analógico, um sinal sonoro se regista de acordo com a frequência ou intensidade do sinal. O sulco de um disco de vinil era mais largo ou mais fino conforme o “peso” desses valores. No sistema digital, todos os sons e intensidade são registados na forma de combinações de zeros e uns, garantindo mais homogeneidade. (Santos, 2010:125)

Todo este novo método de funcionamento veio proporcionar ao meio uma maior qualidade. Agora, e graças as novas tecnologias passou a ser possível uma melhor qualidade de registo de programas, “perfeita fiabilidade na transmissão e recepção, articulação com vários suportes (imagem por exemplo), possibilidade de fazer cópias com facilidade e disponibilizá-las nos vários suportes (...)”(Santos, 2010:125) como é o caso da internet.

No seguimento, Rogério Santos afirma que a digitalização atravessa a rede radiofónica em três frentes tecnológicas: DAB (Digital Audio Broadcasting), RDM (Rádio Digital Mondiale), e a internet. Embora todas estas mudanças sejam importantes para a renovação da rádio, a internet é sem dúvida, a que mais se destaca no caso em estudo.

Vista pelo autor como a “terceira tecnologia digital” (Santos, 2010:127), a internet veio possibilitar ao meio a existência de rádios a funcionar também online, mantendo a emissão não só em sinal aberto como em simultâneo. Por outro lado, a internet possibilitou também a criação de rádios com emissões exclusivas na internet: “as rádio nado digitais”. (Santos, 2010:127)

Actualmente, praticamente qualquer utilizador da internet tem a possibilidade de fazer uma estação de rádio. “A digitalização em toda a cadeia de valor na radiodifusão (...) permite que, com uma estrutura mínima se possa fazer uma estação de rádio”. (Santos, 2010:127) Os avanços tecnológicos, como é o caso do mp3, vieram também possibilitar esta facilidade. Hoje em dia já é possível ouvir rádio através de telemóveis, quer seja através do uso de fios, como é o caso de quem ouve através da internet, ou até mesmo sem fios, visto que as novas gerações de telemóveis assim o permitem.

Várias foram as mudanças pelas quais o meio tem passado. Mais do que a sua renovação técnica, a rádio mudou também todo o seu funcionamento a nível de conteúdos.

Nos seus primórdios, a rádio dirigia-se essencialmente a um público indiferenciado e heterogéneo procurando satisfazer e conquistar todos os ouvintes que a escutavam. A partir dos anos 80, com o aumento da oferta radiofónica, as estações viram-se obrigadas a reformular a sua programação, não só a nível de discurso, tornando-o mais criativo, como também da sua programação. Ao fazer alterações em grande parte no seu funcionamento, optando por conteúdos mais criativos e com maior interesse para os públicos-alvo, a rádio acaba por se tornar especializada.

Actualmente a realidade está um pouco diferente. No caso em estudo, a Rádio Renascença tem como público-alvo os adultos entre os 35 /54 anos, que se interessam não só por boa música, como também por informação e passatempos. O canal tem

como objectivo atingir a liderança no meio das rádios chamadas de generalistas. Neste grupo encontramos rádios como a Antena 1 e o ex Rádio Clube Português, que se assemelham nos seus formatos, conteúdos e estilos de música, podendo também ser chamadas de rádios generalistas:

A rádio generalista é, por definição, a que se dirige num mesmo período de tempo (dia ou semana) a diferentes tipos de públicos, tentando conquistar o máximo de ouvintes do universo total que a consegue, tecnicamente escutar, o que irá sempre pressupor conflito de interesses, seja geográficos (se for ouvida em duas cidades e apenas privilegiar a realidade de uma) seja em termos etários ou sócio-culturais, cujos interesses não se sobrepõem, fazendo-o através de programas obrigatoriamente diversificados (o termo mais vezes usado neste contexto é ecletismo).<sup>7</sup>

Se, antigamente a grande intenção de um canal radiofónico era agradar a todo o tipo de públicos, hoje em dia a realidade mudou. Como exemplo serve o grupo R/COM, onde é possível encontrar quatro tipos de diferentes rádios:

Anteriormente, as rádios tentavam ser do agrado de diversos públicos durante o dia, criando blocos de interesse por horários diferenciados. Actualmente, a maioria das rádios abdicou da conquista de todos os ouvintes e especializou-se.<sup>8</sup>

Assim sendo, pode afirmar-se que uma rádio generalista dirige-se a um público diverso, utilizando diversos tipos de recursos e conteúdos. Já uma rádio especializada distingue-se por ter um modelo bem definido, utilizando sempre a mesma temática, ao longo de 24 horas de emissão. Segundo João Paulo Meneses, “são rádios que surgem na lógica de segmentação, dirigidas a um público muito bem definido, que a rádio não hesita, ela própria, em invocar ou definir”.<sup>9</sup>

Relativamente ao caso em estudo, a RR é considerada uma rádio generalista, transmitindo vários tipos de programas. Sendo a música um dos factores importantes que define o formato de rádio, é necessário também ter em conta o estilo de comunicação utilizada, tal como a abordagem e os temas que são produzidos.

---

<sup>7</sup> João Paulo Meneses, “As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação”, in <http://formatosdaradio.no.sapo.pt/>

<sup>8</sup> *Ibidem*

<sup>9</sup> João Paulo Meneses, “Blogue: A Rádio que temos”, in <http://osegundochoque.blogspot.com/category/221-generalistas-ou-especializadas/>

Se antigamente a rádio sobrevivia sem um tipo de público específico, hoje em dia essa realidade mudou e para que uma rádio permaneça, é fundamental que tenha o seu público-alvo muito bem definido. É então necessário fazer uma renovação no conceito de “rádio generalista”. Não é possível qualificar uma rádio apenas pela caracterização da sua oferta. Em *As 10 rádios mais ouvidas de Portugal*, João Paulo Meneses questiona o desaparecimento das rádios generalistas.

Terão as programações generalistas desaparecido? Ou esta tendência coexiste com uma hiper-segmentação / especialização da rádio, proporcionada pela internet? Será que a formatação tomou, de tal maneira, conta do espectro, que as rádios designadas generalistas funcionam numa lógica de formato? <sup>10</sup>

Será então a Rádio Renascença uma rádio generalista? Segundo Meneses a RR apresenta um formato *Middle-of-road*. Insere-se assim no conceito reformulado pelo mesmo autor, ou seja: “(...) um formato clássico que pode conciliar espaços de palavra com música. (...) a sua caracterização remete-nos para um conteúdo destinado a um público adulto. Este é um formato que deriva da rádio generalista”. <sup>11</sup> Dentro deste raciocínio, e segundo Meneses, podemos afirmar que o canal RR não apresenta um formato generalista, mas sim um formato misto, que se caracteriza por utilizar na sua programação dois tipos de fundamentos: em determinadas horas utiliza uma programação mais convencional, como por exemplo, entrevistas, passatempos, e programas de humor. Nas outras horas utiliza mais as *Playlist*, passando música durante mais tempo. <sup>12</sup>

Ao termos em conta os outros canais do grupo R/COM, e sabendo que todos eles são segmentados, a RR não tem por objectivo “agradar” ou satisfazer todo o tipo de público. Este canal tem um *target* definido. Segundo João Paulo Meneses, a RR não é uma rádio de programação musical que tenha como objectivo agradar aos mais novos (essa é a missão da Mega Hits), nem a sua programação tem como objectivo agradar aos mais velhos (missão da Rádio SIM). Meneses salienta ainda que na

---

<sup>10</sup> João Paulo Meneses, “As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação”, in <http://formatosdaradio.no.sapo.pt/>

<sup>11</sup> *Ibidem*

<sup>12</sup> João Paulo Meneses, “Blogue: A Rádio que temos”, in <http://osegundochoque.blogspot.com/category/221-generalistas-ou-especializadas/>

maioria das vezes a RR não passa música recente com grande frequência. O autor afirma ainda que o canal RR não é um canal generalista porque “a sua grelha é construída com uma estrutura generalista mas os seus conteúdos (música, conversas e notícias), como um todo, procuram um público claramente adulto”.<sup>13</sup>

Assim sendo, podemos concluir que tanto os públicos, como os modelos utilizados pelos diferentes canais definem o formato de cada rádio, e hoje em dia é necessário que assim seja, para que uma rádio possa sobreviver.

---

<sup>13</sup> João Paulo Meneses, “As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação”, in <http://formatosdaradio.no.sapo.pt/>

## 2 – A Rádio Interactiva

### 2.1 - Interactividade

A palavra “interactividade” passou a ser uma expressão bastante utilizada em diferentes universos, associados sempre à relação entre o indivíduo, as máquinas digitais e os meios de comunicação. Embora seja um conceito recente, a interactividade é, a partir dos anos 80, vista como uma categoria revolucionária e inovadora, não só da informática, como de todos os outros meios e formas de entretenimento, sendo exemplo disso o cinema, o teatro, a publicidade, a rádio e até os novos brinquedos electrónicos. Com o surgimento deste conceito cresce também uma nova “indústria criativa” onde o conceito é aplicado a todo o tipo de acção que permita um determinado tipo de participação, ou troca de acções.

Segundo Marco Dias o conceito de interacção vem de longe, mas o conceito de interactividade é bem recente:

Pode ter surgido no final dos anos 70 e início da década de 80 no contexto das novas tecnologias de informação. Um dado que permite esta afirmação é a ausência do termo nos dicionários de informática até meados dos anos 80.<sup>14</sup>

Estima-se que tal conceito provenha da física, e foi incorporado pela sociologia, psicologia social e só depois, no campo da informática, transformando-se então mais tarde em interactividade. De um modo geral, analisando diversos autores e artistas tecnológicos, Marco Dias defende que não existe grande diferença entre interacção e interactividade. Por outro lado, existem autores que defendem que a interacção está intimamente ligada às relações humanas, ao passo que a interactividade está limitada à relação entre o homem e a máquina.

---

<sup>14</sup> Marco Dias, “Ser Professor Universitário”, in,

<http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/ler.php?modulo=18&texto=1107>

Embora por norma “interactividade” se associe a estes termos, existem muitos estudiosos que a abordam de uma forma mais aprofundada, estendendo o conceito a áreas bastante diferenciadas: existem estudos sobre interactividade relacionados com a conversação humana quotidiana, com o desenvolvimento dos computadores inteligentes e até com o funcionamento de aparelhos electrónicos. Contudo, ainda não existe um consenso, nem um ponto de equilíbrio. Será a interactividade mais próxima da técnica e da tecnologia ou mais próxima da dinâmica da comunicação humana?

Ao tentar responder a esta pergunta, facilmente associamos a interactividade à interacção pois, para existir relação entre a tecnologia e a comunicação humana é sempre necessário que, primeiro, exista interacção.

Se pensarmos em interactividade sem a analisarmos aprofundadamente, rapidamente a associamos à partilha que existe entre o emissor e o receptor, através da mensagem que os media transmitem, por via da tecnologia. Ou seja, sempre que o emissor entra em contacto com o receptor, dá-se o “fenómeno” da interactividade.

Segundo John Hartley interactividade “significa o desenvolvimento da relação entre pessoa e computador, e com outros via computador.” (Hartley, 2004:148) A capacidade que o ser humano possui de comunicar não só com o computador, como através dele, faz de nós (humanos), exploradores, “navegadores”, “surfistas”, com a possibilidade não só de controlar, como de escolher os lugares onde a tecnologia nos pode levar.

Por conseguinte McLuhan afirma que: “ A automação não é uma extensão dos princípios mecânicos da fragmentação e separação de operações. É antes a invasão do mundo mecânico pelo carácter instantâneo da electricidade.” (Hartley, 2004:149) Com o aparecimento do computador e das novas tecnologias, surge uma nova forma de poder. Com o uso deste novo meio de comunicação, o utilizador passou a ser também um “produtor” que combina a aprendizagem e a informação. Através do uso da internet, os utilizadores podem fazer as suas próprias escolhas fazendo da tecnologia, “um meio de conseguir poder” (Hartley, 2004:149). Nas primeiras considerações sobre o conceito, McLuhan e Bagrit são da opinião de que “a interactividade é o antídoto para as fábricas da revolução industrial em que o trabalho das pessoas teve de ser adaptado para acomodar as máquinas” (Hartley, 2004:149). Já não se trata de mudar a máquina para acomodar as pessoas, mas sim “moldar” as

pessoas às novas tecnologias interactivas, fazendo com que nos tornemos “re-humanizados” (Hartley, 2004:149).

Ainda analisando a obra de John Hartley, é possível perceber que o uso das novas tecnologias encontra-se relacionado essencialmente com imperativos comerciais (Hartley, 2004:149). Com o desenvolvimento da interactividade via as novas tecnologias, muitos dos utilizadores optaram por fazer compras on-line, ouvir rádio por internet, jogar on-line com amigos, e até fazer parte das novas redes sociais, mantendo assim relacionamentos cibernéticos.

No seguimento, Spiro Kiouisis, no seu artigo “Interactivity: a concept explication”, defende que o termo interactividade está intimamente ligado às novas tecnologias de comunicação.

Quando inicialmente pensamos em interactividade, deveremos referir algumas suposições que pesquisadores relacionaram com o termo. Geralmente, iremos encontrar a interactividade associada às novas tecnologias de comunicação (...), especialmente a internet (...) Em algumas áreas, o nível de interactividade varia consoante os media, e é normalmente ancorada na sua habilidade de facilitar interacções similares a comunicação interpessoal (...), De qualquer forma, o standard do que faz um media mais interactivo que outro é muito ambíguo.<sup>15</sup>

No seu artigo, Kiouisis analisa o pensamento de diversos autores, sendo que quase todos partilham opiniões diferentes tendo apenas como ponto comum entre todos a interacção entre a máquina e o usuário. Segundo ele, qualquer nova tecnologia de comunicação pode ser chamada de interactiva quando permite algum grau de resposta do usuário.

Os media tradicionais (ex. Televisão, Rádio e Jornais) encontram-se num ranking baixo devido à sua capacidade de feedback ser limitada. Entre os vários novos meios, a interactividade é altamente conectada a: Computadores, Comunicação de Telemóveis, Comunicação digital, videoconferência, software, realidade virtual, a Internet, etc.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Spiro Kiouisis, “Interactivity: a concept explication”, in, [http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta866.pdf](http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta866.pdf)

(Tradução Própria)

<sup>16</sup> *Ibidem*

Tendo em conta que para ser chamado de interactivo, é necessário que exista interacção entre a máquina e o ser humano, Kiouisis afirma que é necessário estabelecer algumas regras empíricas para se estabelecer o conceito de interactividade. Segundo o autor, em primeiro lugar é necessário que existam sempre pelo menos dois participantes (humanos ou não humanos) para que a comunicação interactiva aconteça. Em segundo, é fundamental que exista algum tipo de tecnologia que permita a informação mediada entre os usuários, sendo também importante um canal (por exemplo: um telefone ou um chat de computador). E por ultimo, é necessário também que exista a possibilidade de os usuários modificarem o ambiente mediado.<sup>17</sup>

No seguimento, o autor cria uma espécie de lista que resume o que considera mais importante para a definição do conceito de interactividade. Segundo ele qualquer que seja a definição do conceito é necessário ter sempre em conta três aspectos: a estrutura de um meio; o contexto dos ambientes de comunicação e as percepções dos usuários. Este é talvez o grande problema da definição do conceito: conseguir relacionar estes três domínios, embora para Kiouisis esta definição completa seja possível, apresentado no seu artigo a sua própria definição para interactividade.

A interactividade pode ser definida como um nível para o qual a comunicação tecnológica pode criar um ambiente mediado no qual os participantes podem comunicar (um para um, um para vários e vários para vários), estando ou não sincronizados, e participando em troca de mensagens recíprocas (dependem de terceiros). Considerando os utilizadores humanos, adicionalmente refere-se a sua capacidade de perceber uma experiência como sendo uma simulação de uma comunicação interpessoal e aumentando a sua consciência de telepresença.<sup>18</sup>

Para que melhor se entenda este autor, é importante sublinhar que a comunicação mediada é um atributo fundamental para Kiouisis. Segundo ele o conceito de interactividade está em todos os aspectos relacionado com a interacção

---

<sup>17</sup> Spiro Kiouisis, “Interactivity: a concept explication”, in, [http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta866.pdf](http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta866.pdf)

(Tradução Própria)

<sup>18</sup> *Ibidem*

feita pelos media. Assim sendo, se não existir interacção através dos media, não é possível falar em interactividade. Seguindo a linha de raciocínio do autor, só é possível o fenómeno da interactividade através da “tecnologia da comunicação”.<sup>19</sup>

Ao reunirmos todas as definições pesquisadas sobre a palavra “interactividade”, é possível concluir que esta se mantém muito próxima da relação homem – homem, com noções de acção recíproca, em tempo real, simultânea, sempre entre um ou mais indivíduos, implicando sempre o recurso a tecnologias.

É então possível concluir que a interactividade não pode ser vista apenas como uma forma de acção – reacção. É importante perceber também que esta estabelece contornos limitados para que a participação do receptor seja interactiva.

Interactividade é um termo que ganhou expressão na actualidade com a disseminação das novas tecnologias de comunicação. Pensar a questão da interactividade relacionada aos media é uma tarefa complexa não só pela natureza do assunto em si, mas pelo contexto de velozes transformações no qual está inserido.<sup>20</sup>

Exemplo disso são os programas de rádio, e alguns programas de televisão, onde as possibilidades de resposta são limitadas, condicionando assim a participação do receptor. Estas mesmas limitações são sempre impostas pelo canal ou programa, cabendo assim ao ouvinte escolher, ou não, participar mesmo tendo que respeitar os limites.

Um dos primeiros autores a chamar a atenção para a importância da interactividade na rádio foi Bertold Brecht. Numa altura em que a rádio vivia o seu apogeu (1927 – 1932) como uma nova tecnologia e um novo meio de comunicação, o dramaturgo alemão conseguiu ver neste novo meio todo o seu potencial, características e recursos, que só mais tarde se viriam a evidenciar. Para que todo este potencial não

---

<sup>19</sup> Spiro Kiouisis, “Interactivity: a concept explication”, in,  
[http://reirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta Sage Articles on 194 225 11 89/Ingenta866.pdf](http://reirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta866.pdf)

(Tradução Própria)

<sup>20</sup> Luciana Mielniczuk cit in Roberta Balso, Interactividade: possibilidades de interacção entre o Rádio e a internet in <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/9ed6678b48c8afe0c33f6e687f43ce4e.pdf>

passasse em branco, Brecht escreveu ensaios e notas com sugestões, alertas e dicas de como desenvolver este novo meio, conferindo-lhe especialmente um papel social.<sup>21</sup>

Ao pequeno aparelho de Rádio  
Você, pequena caixa que eu trouxe comigo  
Cuidado que suas válvulas não quebrassem,  
Ao correr do barco ao comboio, do comboio ao abrigo  
Para ouvir o que meus inimigos falassem,  
Junto a meu leito, para minha dor atroz  
No fim da noite, de manhã bem cedo,  
Lembrando as suas vitórias e o medo:  
Prometa jamais perder a voz!

(1938-1941)<sup>22</sup>

“Teorias da Rádio” é o nome dado à compilação de notas que Brecht escreveu, e que ainda hoje não só surpreendem, como se mantêm bastante actuais. Esta “teoria” que, passados setenta e oito anos, continua a dar que falar, demonstra que Brecht foi das primeiras pessoas a perceber as potencialidades deste novo meio de comunicação, fazendo notar não só as suas técnicas como as suas potencialidades para se tornar numa forma de democratização da comunicação.

Ao longo da sua vida Brecht escreveu e publicou várias teorias sobre rádio, sempre com a preocupação de a transformar num verdadeiro meio de comunicação e não apenas num meio de transmissão. Mais importante que conquistar ouvintes, era preciso interagir com eles, falar exclusivamente para eles. A real intenção era que este meio tivesse um papel importante na sociedade, que transmitisse conteúdos do interesse do público, e que tudo fosse feito a pensar em quem está do outro lado a ouvir. O problema estava em definir o que afinal podia ou não passar na rádio:

“Desejo vivamente que esta burguesia, além de ter inventado o rádio, invente outra coisa: um invento que torne possível estabelecer, de uma vez por todas, o que se pode transmitir pela rádio.”<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Valci Zuculoto, Debatendo com Brecht e a sua Teoria do Rádio (1927 – 1932) in <http://br.librosintinta.com/biblioteca/ver-pdf/www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/733b10f75b643de610f9cd3d087ea20c.pdf.htm>

<sup>22</sup> Paulo César de Souza cit Bertold Brecht in [http://www.quemtemsedevenha.com.br/era\\_do\\_radio.htm](http://www.quemtemsedevenha.com.br/era_do_radio.htm)

Muito mais do que um precursor na definição do que deve ser a rádio interactiva, Brecht também se preocupou com conteúdos que os responsáveis da rádio deveriam comunicar aos seus ouvintes. Neste sentido, acrescentou à sua teoria sugestões aos directores de rádio defendendo sempre que a rádio deveria ser sempre um meio democrático e que “(...) deveria aproximar-se mais dos acontecimento reais (...)”.<sup>24</sup> Para ele mais do que se limitar a transmitir uma notícia é necessário fazê-lo com “verdade e ética”,<sup>25</sup> pois só desta forma é que a informação será do interesse do público.<sup>26</sup>

Segundo o autor, para o bom funcionamento da rádio é fundamental, que tanto os conteúdos, como o material de informação transmitidos sejam sempre do agrado do público, e feitos ao serviço da sociedade:

Gerações posteriores teriam, então, a oportunidade de ver assombradas como uma casta, ao mesmo tempo tornando possível dizer a todo o globo terrestre o que tinha que dizer e fazendo possível, também, que o globo terrestre visse que nada tinha a dizer. Um homem que tem algo a dizer e não encontra ouvintes, está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer.<sup>27</sup>

Muitas são as teorias e sugestões dadas por Brecht. A mais mediática talvez seja quando o autor se atreveu a sugerir mudar a forma de funcionamento da rádio. Na altura parecia demasiado pretensioso, mas hoje a sua sugestão é um desafio para o meio:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O Rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores. Portanto, todos

---

<sup>23</sup> Valci Zuculoto, Debatendo com Brecht e a sua Teoria do Rádio (1927 – 1932) in <http://br.librosintinta.com/biblioteca/ver-pdf/www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/733b10f75b643de610f9cd3d087ea20c.pdf.htm>

<sup>24</sup> *Ibidem*

<sup>25</sup> *Ibidem*

<sup>26</sup> *Ibidem*

<sup>27</sup> *Ibidem*

os esforços da radiodifusão em realmente conferir aos assuntos públicos, o carácter de coisa pública são totalmente positivos.<sup>28</sup>

Ao defender que o público também deve falar, e fazer parte do desenvolvimento do meio, Brecht afirma que a rádio só se cumprirá quando o destinatário da informação, o ouvinte, seja também ele próprio produto da informação. E quando defende que os ouvintes devem participar, não se refere apenas à interactividade, mas também à submissão do meio de comunicação ao controlo público, ou seja, para ele era importante a construção de uma rádio que transmitisse os interesses e as necessidades dos seus ouvintes.

A interactividade proporciona ao meio uma maior aproximação ao ouvinte, criando uma relação por vezes “estranha” entre o locutor e o ouvinte que liga para falar. Ao criar esta relação com o público, a rádio torna-se num meio próximo. Embora seja um meio de baixa definição,<sup>29</sup> a rádio acaba por ser o meio de maior fidelização.

Toda esta realidade escrita há quase cem anos atrás, ainda hoje é actual, e tem vindo a mudar a forma como se vê a rádio hoje em dia. Embora a teoria de Brecht seja constantemente chamada de utópica, na época deixou a resposta a quem via as suas teorias como improváveis: “se consideram que isso é utópico, eu peço-lhes que reflectam sobre o porque de ser utópico.”<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Valci Zuculoto, Debatendo com Brecht e a sua Teoria do Rádio (1927 – 1932) in

<http://br.librosintinta.com/biblioteca/ver-pdf/www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/733b10f75b643de610f9cd3d087ea20c.pdf.htx>

<sup>29</sup> Segundo Marshall McLuhan, os meios de baixa definição são todos aqueles que não necessitam de grande esforço sensorial.

<sup>30</sup> Valci Zuculoto, Debatendo com Brecht e a sua Teoria do Rádio (1927 – 1932) in

<http://br.librosintinta.com/biblioteca/ver-pdf/www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/733b10f75b643de610f9cd3d087ea20c.pdf.htx>

## 2.2 - Interactividade na Rádio / Programas de Linha Aberta:

Entre os variados meios de comunicação de massa, a rádio é sem dúvida um dos mais populares e o de maior alcance do público. Muitas vezes chega a ser o único meio de comunicação a levar informação e entretenimento até populações de regiões que ainda hoje não têm acesso a todos os meios de comunicação. É uma companhia para o ouvinte. Diminui a tristeza e a solidão de quem ouve, quer seja através da música, informação, ou simplesmente programas de entretenimento:

Desde os primórdios da existência, o homem procura socializar-se e interagir com os outros seres. Comunicar é essencial para que o indivíduo consiga expressar seus desejos, tristezas e alegrias. O homem evoluiu junto com a comunicação, porém esse processo de socialização apresentou pontos negativos, como a divisão de classes. A desigualdade é o primeiro passo para a exclusão que desencadeia o isolamento do sujeito na sociedade. O Rádio surge como uma ferramenta interactiva para tentar amenizar a solidão dos grupos excluídos.<sup>31</sup>

Para além de entreter, a rádio proporciona ao ouvinte uma participação directa com o meio, seja através de um telefonema, do envio de uma SMS ou até de e-mail. Estimula a criatividade e o interesse de quem a ouve, criando imagens mentais, transmitidas através do som. E ainda pode ser considerado como um dos meios mais baratos. Só se compra uma vez, e não implica despesas adicionais.

Assim sendo, a rádio é o meio que mais envolve. Não só cria a oportunidade de o ouvinte participar nos programas, como ao mesmo tempo desperta a imaginação e a emocionalidade através das palavras, transmitindo a ideia de que, naquele momento, o locutor fala exclusivamente “para si”, pessoa individual, embora esteja a falar para toda a audiência.

Ao longo de toda a sua história, a rádio procurou sempre explorar ao máximo a interactividade. A participação mediada é talvez o formato mais conhecido que promove a interactividade neste meio:

---

<sup>31</sup> Juliana Cancian, Alex Madeira, Cristina Schlosser, Márcia Carraro, Patrícia Berté, O rádio como instrumento facilitador no processo de inclusão social, in <http://www.bocc.uff.br/pag/cancian-juliana-radio-como-instrumento-facilitador.pdf>

A participação mediada, formato mais comum no panorama da comunicação moderna, contribui para a reconfiguração das relações sociais e de poder, seja pela extensão da intimidade ou pela emergência de novos modelos de sociabilidade, paralelamente ao desenvolvimento de novas formas de isolamento que permitem o estabelecimento de relações sociais com pessoas com quem nunca interagimos de forma directa e não mediada.<sup>32</sup>

No seguimento, falar em programas de linha aberta nesta investigação faz todo o sentido, na medida em que o caso em estudo deste relatório de estágio é um programa de linha aberta. A funcionar de segunda a sexta feira da 00h00 às 02h00 no canal Renascença, este é o programa que mais interactividade promove ao canal. Com temas diferentes todos os dias, os ouvintes são convidados a participar numa conversa mediada com o locutor.

A mediação pode ser feita das mais variadas formas. No caso da rádio, um bom exemplo de interactividade são os programas de linha aberta. Neste tipo de programas os ouvintes têm a possibilidade de participar num programa específico, fazendo assim parte da construção da programação, através da sua experiência, opinião, ou partilha de ideias.

A invenção deste tipo de sistema veio proporcionar ao ouvinte um maior envolvimento com o meio:

A linha aberta foi considerada como uma grande evolução na transmissão, porque pela primeira vez proporcionou ao ouvinte ou telespectador a presença no meio que era audível – Não como resultado de ela ter lido uma carta no ar, no ar ou por ir assistir a uma gravação fora do estúdio mas espontaneamente e longe do equipamento de transmissão, na sua casa ou pelo seu telefone ou no seu trabalho (Crisell, 1994:191).

Este formato (linha aberta) que veio revolucionar a rádio, teve origem nos EUA, mas foi no Reino Unido que teve a sua grande estreia na estação local BBC Radio Nottingham em 1968. Embora esta tenha sido a primeira vez que o formato foi utilizado, só em 1970, através de Walter Wallich, é que os programas de linha aberta ganharam os contornos que têm hoje. Assim pode dizer-se que o primeiro programa

---

<sup>32</sup> Paula Cordeiro, O ouvinte em linha e a interactividade na Rádio de Público Jovem: o programa “prova oral” na Antena 3, in <http://www.bocc.uff.br/pag/cordeiro-paula-ouvinte-interactividade.pdf>

de linha aberta com o formato que hoje conhecemos foi emitido na estação “Radio 4”, da BBC no programa “*it’s you line*” (Crisell, 1994:191).

Este tipo de formato foi também utilizado em televisão, mas foi a rádio que lhe atribuiu maior importância. Sendo a mensagem transmitida pela televisão muito mais fácil de perceber do que a mensagem da rádio, que é apenas audível, esta pode ser facilmente confundida e mal interpretada. Segundo Crisell a mensagem radiofónica necessita de fática e “metalinguisticamente” de pressão. O autor afirma ainda que:

Linhas abertas em Televisão são pouco frequentes, em parte porque não há dúvidas que não há nada que encha o olho enquanto o telespectador está a falar; mas são ubíquas na rádio – frequentemente como programas no seu próprio direito e mais frequente ainda como um elemento noutros, como talkshows ou programas de música (Crisell, 1994:191).

Segundo Crisell, pode então afirmar-se que a linha aberta é altamente radiogénica, que se adapta perfeitamente ao meio (Crisell, 1994:191).

Ao analisarmos a função que o locutor tem neste tipo de programas, percebemos que está é uma função dominante, pois é o locutor que inicia a conversa e a comunicação. Por outro lado, o ouvinte tem um papel crucial neste tipo de formato, pois é ele que liga para conversar. Logo, as funções tanto do locutor, como do ouvinte, completam-se, embora seja o locutor que acaba por influenciar o texto mediando a conversa sempre com a intenção de que esta se mantenha no tema lançado para conversar com os ouvintes. Quanto ao ouvinte, acaba por usufruir da linha aberta não só para contar uma história, como para dar sugestões para o canal, ou apenas para conversar.

Com o uso deste tipo de formato, a rádio passou a ser um meio onde a interactividade supera todos os outros meios, criando mesmo um grupo de ouvintes assíduos que a utilizam como uma forma de se fazerem ouvir e, às vezes, até mesmo como forma de desabafo, expressando ideias e sentimentos. Sendo este um formato que aproxima os ouvintes do meio, acaba por envolver o ouvintes na produção da comunicação, acabando não só por receber, como também por transmitir as suas opiniões.

Ao participarem neste tipo de programas, os ouvintes acabam por revelar o lado emocional que a rádio representa. Crisell distingue então três tipos de programas de antena aberta, tendo sempre em conta a função que o programa pretende desempenhar.

*The expressive phone-in* é o primeiro dos formatos apresentados. Neste tipo de programa a intenção será que o ouvinte ligue para expressar a sua opinião privada sobre assuntos públicos. Esta é talvez a única maneira que muitas pessoas têm de vir a público expressar a sua opinião em relação a assuntos que de outra forma não teriam espaço para falar:

Em termos da nossa própria discussão sobre rádio, podemos descrever este tipo de linha aberta como uma oportunidade para o ouvinte contador, se desejar entrar nas tendências do carácter comunicador do meio (Crisell, 1994:192).

*No exhibitionist phone-in* o objectivo não é que o ouvinte expresse a sua opinião, mas sim que divirta. O locutor ocupa o lugar de “mestre de cerimónia”, e o papel do ouvinte, encorajado pelo locutor, é contar piadas, cantar canções, contar anedotas, ou simplesmente falar dos seus interesses.

Num quiz de linha aberta, o ouvinte é convidado a responder a questões, por vezes em competição com outros ouvintes, e para restante audiência o objectivo é o simples entretenimento, por vezes de forma não programada onde o ouvinte se comporta como um exibicionista, mesmo quando não há nada na natureza da estrutura do programa que o encoraje a fazer isso (Crisell, 1994:194).

Por último Crisell refere-se ao *The Confessional phone-in*. Neste tipo de programas o locutor acaba por ocupar o papel de conselheiro do ouvinte que liga para partilhar os seus problemas e angústias. Este tipo de linha aberta resulta numa interacção entre o locutor e ouvinte, pois o ouvinte liga para desabar sobre um problema pessoal, com uma pessoa que nunca viu, ou pelo menos que não conhece pessoalmente.

O ouvinte então “confidencia” – Abre o seu coração ou porta-se como um paciente, e o papel do apresentador e/ou do seu convidado(s) de estúdio é correspondente a um terapeuta, confessor, confidente ou conselheiro. (Crisell, 1994:194)

Embora os programas de linha aberta sejam grandes impulsionadores de interactividade no meio radiofónico, este não é, no entanto, a única forma de participação dos ouvintes no meio. Cada vez mais as estações de rádio têm a preocupação de incluir os ouvintes na sua comunicação e nos seus programas, quer seja através do telefone e de mensagens enviadas através da internet, utilizando ouvintes nos jingles das estações, passando pelas pequenas participações em directo, ou participações em passatempos. Relativamente ao programa em análise, é possível afirmar que este se encaixa tanto no *expressive phone in*, como no *confessional phone in*. Por ser uma programa que dá voz ao povo, acaba por possibilitar não só que o ouvinte exprima a sua opinião, como em alguns casos desabafe sobre problemas pessoais.

Em entrevista com Nelson Ribeiro, director de programas da Rádio Renascença, percebemos que embora os programas de linha aberta sejam importantes no meio radiofónico, nem todas as estações de rádio lhe atribuem a mesma importância:

A importância deste tipo de programas não é igual em todas as estações de rádio, sendo habitualmente importante nas estações com formatos talk ou news/talk. No caso da RR, tratando-se de uma estação com um formato “misto”, consideramos que existe espaço para um programa deste género mas focado não apenas na actualidade, ou seja, os temas propostos não são apenas os temas que estão na ordem do dia mas também assuntos mais universais com o quotidiano sendo um espaço de partilha de histórias de vida.<sup>33</sup>

Com emissão de segunda a sexta feira, o programa da 00h00 – 02h00, na Renascença, utiliza o formato de linha aberta. Com temas diferentes todos os dias, os ouvintes são convidados a ligarem para o programa, dando assim voz ao tema imposto no dia. Com emissão no ar há cinco anos, o programa tem provado ser um sucesso.

---

<sup>33</sup> Entrevista com Nelson Ribeiro, directo de programas da Rádio Renascença, a 23/07/2010

## 2.3 - A Internet e Interactividade na Rádio

Com a vulgarização da internet, nos anos noventa muito se ouviu falar num suposto fim da rádio tradicional. O fim da rádio já havia sido comunicado anteriormente aquando do aparecimento da televisão. O então novo meio apresentava as mesmas características da rádio, mas com a vantagem de lhe associar a imagem. A grande questão colocada na altura era “Porquê ouvir Rádio se agora temos a televisão, que até é mais atraente que o rádio?” Segundo João Paulo Meneses, no seu artigo “possibilidades e ameaças para a rádio musical”, o que acabou por salvar a rádio foi o aparecimento do FM<sup>34</sup>, pois se na altura se limitasse ao uso do AM e se os receptores fossem de válvulas, era provável que a rádio acabasse por desaparecer. “É uma especulação, naturalmente, não confirmável, mas parece certo que se as duas tecnologias tivessem demorado duas décadas a aparecer, a Rádio não resistiria.”<sup>35</sup>

A internet não veio para substituir o FM, mas veio trazer ao mundo da rádio uma nova forma de transmissão. Aquilo a que chamamos de FM é o meio da emissão, já a internet é, por si só, um meio que pode ser utilizado tanto para emitir, como para receber rádio. Através da internet é possível não só ouvir uma emissão de rádio em directo, como criar uma nova rádio suportada por um servidor de internet.

Embora seja uma mais valia para o meio, a internet não surge por causa da rádio, embora seja muito utilizada ao seu serviço, e vista como uma forma de expansão do meio:

O FM surgiu para “salvar a rádio”, a internet até pode acabar com ela:

1) A internet tem ajudado a ultrapassar algumas das limitações estruturais que a rádio apresenta desde a sua função, há 100 anos, e logo em quatro planos

---

<sup>34</sup> A frequência modelada surge em 1912 pela mão de Edwin Howard Armstrong. Esta nova forma de propagar o som da Rádio não foi bem aceite por todos, e só no ano de 1939 é que Armstrong consegue montar a sua própria rádio com frequência FM. Em 1949, o FM começa então a espalhar-se por todo o mundo.

<sup>35</sup> João Paulo Meneses, Internet: Possibilidades e Ameaças para a Rádio Musical in <http://www.bocc.uff.br/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf>

essenciais da teoria da comunicação: não apenas na emissão na recepção, mas também nos conteúdos e no feedback;

2) A internet, porque intervém nessas quatro áreas, apresenta uma força incomparável com o FM ou o transístor, juntos;<sup>36</sup>

Felizmente para o meio, a rádio acabou por se adaptar fazendo da internet um aliado e não uma ameaça, e aprendeu a viver com a concorrência. Embora antigamente a rádio ocupasse um determinado espaço nas nossas vidas, (no carro, quando liamos uma livro, corríamos, ou até como forma de companhia nos transportes públicos), hoje em dia estes rituais clássicos deram lugar a outro tipo de equipamentos e aparelhos da nova era (computadores, mp3, Iphone, PDA). Embora esta realidade tenha mudado, hoje em dia a internet acaba por ser um meio de apoio à rádio, a vários níveis.

Num outro plano, o uso da internet acaba por ajudar o produtor na procura de informação, dando-lhe novas ideias e notícias que só são possíveis encontrar na web. Mais importante do que a procura de notícias na internet, a nova era tecnológica permitiu à rádio um tipo de divulgação do canal bastante mais interactivo. Agora, com a possibilidade de todas as estações de rádio possuírem um website, quem não tem acesso a um aparelho de rádio no trabalho, por exemplo, pode ouvir rádio pela internet. Segundo Carole Fleming, a rádio e a internet são dois meios que se completam porque o acesso à rádio via internet é bastante comum nos escritórios onde existem pessoas a trabalhar. (Fleming, 2002:29) No caso da Rádio Renascença, o canal possui um web site ([www.rr.pt](http://www.rr.pt)) que é actualizado a todas as horas, sempre com notícias actuais, passatempos e curiosidades. Dividido e organizado por temas, no site do canal RR, os ouvintes podem aceder facilmente à informação, bola branca, programação, música, opinião, multimédia, trânsito e emissão online, disponível vinte e quatro horas por dia:

Mas os sites de rádio não servem apenas para ouvir a estação em directo através do computador. Os sites também oferecem informação sobre os programas e apresentadores, permitem aos usuários o direito de navegar entre informação e notícias, promovem visitas virtuais ao estúdio e dão links directos para o programa através de email. (Fleming, 2002:29)

---

<sup>36</sup> João Paulo Meneses, Internet: Possibilidades e Ameaças para a Rádio Musical in <http://www.bocc.uff.br/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf>

Para além de toda a informação que o site do canal RR disponibiliza, é ainda possível encontrar a imagem e a identidade tanto da rádio, como dos locutores. É fácil encontrar um pouco da história que levou os locutores à rádio, perceber como funciona o canal RR, qual a sua cultura de empresa e os seus principais valores. Este tipo de acesso fácil a informação através da internet só traz vantagens para os canais de rádio, principalmente porque cria uma maior proximidade e interactividade com o ouvinte.

Embora as vantagens da internet sejam notórias no meio radiofónico, para muitos estudiosos da área, esta realidade não é assim tão positiva. Segundo Meditsch no artigo “O ensino do Rádio jornalismo em tempos de internet”, é necessário definir o que é a rádio enquanto meio de comunicação. Para isso o autor arrisca definir o meio através de três características indissociáveis:

É um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real. Se não for feito de som não é Rádio, se tiver imagem junto não é mais Rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é Rádio.<sup>37</sup>

Embora esta definição seja bastante “radical”, o autor afirma que só assim será possível entender a rádio como rádio, ou seja, como meio de comunicação, (isto mesmo quando não é transmitido por onda de “radiofrequência”).

Como meio de comunicação, a rádio, tal como todos os outros meios, teve que se adaptar à nova era da internet, e ver neste novo meio uma possibilidade de expansão, e não uma ameaça. No caso da rádio, parece-nos que a aliança foi feita da melhor forma possível para o meio. Esta nova parceria veio trazer-lhe várias vantagens, e a que mais se destaca é a interactividade. Ao criar a hipótese de os ouvintes interagirem com a rádio através do web site e das novas redes sociais, acaba por criar um laço bastante importante com o ouvinte, que cria em si um sentimento de pertença à “sua rádio”.

Com o aparecimento da internet a rádio encontrou novas formas de interagir com os seu ouvintes, ao mesmo tempo que lhes dá hipótese de participarem no

---

<sup>37</sup> Eduardo Meditsch, O ensino do rádio jornalismo em tempos de internet, in <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP6MEDITSCH.pdf>

processo radiofónico. Seja por correio electrónico, fóruns de discussão, comentários nos blogues, ou simplesmente através de comentários a artigos e vídeos publicados, os ouvintes têm agora a hipótese de participar de forma escrita mais directa, ou através do uso do telemóvel. Pode afirmar-se então que a internet não veio mudar o “mundo da rádio”, mas sim fazer com que este meio de comunicação se adaptasse a uma nova realidade.

Um novo meio não vem para substituir outro. Na história dos meios de comunicação, o rádio não substituiu os jornais nem os livros. E embora muito se tenha falado da televisão vir acabar com o meio da rádio, tal não aconteceu. Ambos se mantêm, cada um com a sua função.

### **3 – Produção e Locução**

#### **3.1– Escrita radiofónica: o papel do produtor**

Durante os sete meses de estágio na área de produção do canal RR, aprendi não só que a rádio é um meio que informa, mas também um meio que tem como principal objectivo entreter. Para que assim seja é necessário ter em conta o seu público alvo. Segundo McLeish, as principais características deste meio são a visualidade que cria e a abrangência de receptores. Ao mesmo tempo que se dirige a cada pessoa de uma forma individual, utiliza sempre a simplicidade de acesso (linguagem), personalidade, pedagogia e imprevisibilidade (McLeish, 1999:1-15). No seguimento, o que caracteriza e define a personalidade individual de cada estação de rádio é a forma como é transmitida a mensagem, definindo sempre bem a forma como a queremos transmitir, a quem vamos transmitir, e a forma como a transmitimos.

É nesta função que o produtor ocupa um papel crucial, no sentido em que é ele que pesquisa, organiza e escreve o produto radiofónico específico para o canal. No caso do canal RR, todas as semanas são escolhidos temas do interesse do público-alvo, procurando um ângulo positivo para abordar as várias questões. Como exemplo, lembro a semana em que foi abordado o tema “casas”. Numa altura em que muito se falou da crise e da dificuldade em conseguir empréstimos bancários, o canal apresentou soluções e sugestões para conseguir contornar esta situação. A Renascença divulgou não só informações de como estava a situação de compra de casa na altura, com soluções “simpáticas” para quem procurava comprar casa.

“Criativo” é este o adjectivo que talvez melhor caracterize um produtor, pois faz parte do seu trabalho, não só fazer pesquisa (em todos os meios de comunicação) da informação disponível, como saber escolher o material que vai usar, procurando sempre dar uma nova perspectiva, e no caso da Renascença, mostrando sempre o lado positivo dos problemas, encontrando também soluções mais criativas para problemas reais. Segundo McLeish, o facto de um produtor assumir tanta responsabilidade pode ser esgotante na medida em que um controlo muito apertado e uma má recepção das

opiniões de outros produtores pode limitar a criatividade individual (McLeish, 1999:274).

Sendo a função do produtor indispensável para o bom funcionamento de uma rádio, é importante salientar que a sua principal preocupação e responsabilidade é a de satisfazer o ouvinte. Cabe-lhe conseguir transmitir eficazmente o que é pretendido, e perceber se o material utilizado está de acordo com os gostos culturais do seu público-alvo. Embora seja uma função estimulante, não deixa de ser complicado conseguir gerir toda a informação, tendo sempre em conta a forma como são recebidos os conteúdos por parte de quem os ouve. “(...) o trabalho de um produtor é avaliar, reflectir e antecipar necessidades através do contacto próximo com os seu potenciais ouvintes” (Kaempfer, 2004:10-18).

No que diz respeito à escrita radiofónica, é necessário ter em conta alguns factores para que o trabalho de um produtor tenha receptividade junto do público. Assim sendo, para que um conteúdo escrito por um produtor seja bem entendido pelo público, é necessário que a linguagem se torne curta e concisa. Pode mesmo afirmar-se que foi desenvolvido um “estilo próprio” de escrita radiofónica, estilo esse que não implica necessariamente uma uniformidade, nem a perda de personalidade do produtor. Com efeito, existem diferenças na forma de escrever de produtor para produtor, mas as semelhanças na escrita radiofónica persistem e são elas: simplicidade, concisão e vivacidade.

Embora estas três características sejam as que mais se fazem notar, existem outras a ter em conta. Ao transmitir um conteúdo, é sempre necessário não esquecer que do outro lado estão milhares de pessoas a ouvi-lo, de diferentes classes sociais. Com efeito, a linguagem utilizada deve ser sempre o mais clara e simples possível. No entanto, segundo Nuno Crato, “clareza não significa banalização, nem simplicidade e abastardamento da língua” (Crato, 1998:112). A simplicidade é uma característica que o produtor acaba por adquirir com o tempo e a prática. E segundo a minha experiência como estagiária no canal RR, um produtor deve utilizar sempre frases curtas facilitando assim a compreensão do texto pelo ouvinte. Por conseguinte, um produtor necessita escrever de forma directa e tentar transmitir o máximo de informação no menor número de palavras.

Em rádio é preciso ter em conta que a atenção do receptor nem sempre é a pretendida. Como tal, segundo McLeish, é necessário que uma frase comece sempre com algo interessante. Se, logo na primeira impressão, o conteúdo tiver algo curioso, intrigante e relevante, torna mais fácil não só despertar, como captar a atenção do ouvinte. (McLeish, 1999:69) O mesmo acontece com a última frase. Tendo em conta que esta é aquela que fica no ouvido e fecha o ângulo, pode também fazer a ligação com outro tema. Outro factor importante a ter em conta na escrita radiofónica são as expressões utilizadas. Visto que o ouvinte tem uma capacidade limitada de memorização, é aconselhável que o produtor opte por frases mais curtas com uma só ideia que deve estar sempre presente no início da frase.

E se, entre o início e o final, evitaste algum tipo de prosa literária que tão facilmente sai da caneta para o papel, e ao invés usas-te palavras de um estilo que tenha o sentido da vivência da linguagem falada - e se o ouvinte percebeu a linguagem ele pode perceber o seu conteúdo. Poderá ainda aproximar-se da tua compreensão. Na verdade comunicas-te. (McLeish, 1999:75)

Para melhor se perceber o que é “escrever para o ouvido”, McLeish apresenta doze argumentos (McLeish, 1999:75):

- 1) *Decidir o que se quer dizer* – Mais importante do que a forma como queremos transmitir algo, é a decisão do que vamos transmitir. Os conteúdos deve ser sempre do interesse do público-alvo.
- 2) *Fazer uma lista dos pontos por ordem lógica* – Antes de começar a escrever qualquer tipo de conteúdo, é importante que primeiro se organize o que realmente é importante transmitir. Um conteúdo com demasiada informação, corre o risco de ficar confuso e não perceptível.
- 3) *Verificar se a abertura é interessante e informativa* – Todos os textos escritos para rádio devem começar de forma interessante de forma a “prender” a atenção que quem está a ouvir. Por outro lado, é importante também que o conteúdo seja informativo, embora, sem demasiada informação.
- 4) *Diga alto o que quer dizer, e depois escreva* – Escrever para o ouvinte individual acaba por criar um laço invisível entre a estação de rádio e os ouvintes. Embora o texto seja escrito para muitos ouvintes, pensar num ouvinte tipo ajuda a tornar a mensagem mais pessoal.
- 5) *Use “signposts” para explicar a estrutura da sua conversa.*

- 6) *Pinte imagens, conte histórias, e apele a todos os sentidos* – Ao contar uma história, o texto ajuda a criar imagens mentais na cabeça dos ouvintes, o mesmo acontece quando se apele ao sentidos. Um bom exemplo disso seria um conteúdo sobre chocolate. Se no texto o produtor conseguir descrever o cheiro que o chocolate tem, o ouvinte automaticamente apura o seu olfacto, e o paladar. Este tipo de “estratégias” aproxima o ouvinte da rádio.
- 7) *Use linguagem simples* – Quanto mais simples e informal for a linguagem, mais proximidade existe entre o locutor e o ouvinte. Ao dirigir-se num texto a “si” a mensagem torna-se mais pessoal.
- 8) *Escreva frases e expressões directas* – Frases longas ajudam a perder o sentido da mensagem. Quanto mais pequenas mais fácil é perceber o que se pretende transmitir.
- 9) *Use pontuação, para uma melhor clareza de leitura.*
- 10) *Escreva o script com espaço duplo, margens largas e pontos claros.*
- 11) Quando tiver dúvidas, “*keep it simple*”, - *lembre-se a ideia é de expressar e não de impressionar.*

É assim importante não abandonar as características do estilo radiofónico, nomeadamente a visualidade da linguagem. É importante falar “com” o público e nunca para o público. O produtor e o locutor devem dirigir-se ao ouvinte de forma a desenvolver uma comunicação mais íntima e pessoal. O uso de palavras mais amigáveis acaba por criar um laço com o ouvinte, como é o caso de: “fique connosco”, “na sua rádio”, “é para si”, entre outras expressões que acabam por ligar o ouvinte não só à rádio, como ao locutor. “Depois disso, se quisermos ser ouvidos como se estivéssemos a conversar, usaremos a linguagem do dia-a-dia, comum a todos em vez daquela estilizada e “oficial” que tantas vezes aparece logo impressa” (McLeish, 1999:68).

Por conseguinte, é então importante ter sempre em conta o público para quem se está a falar. Tão importante como o papel do produtor que “escreve para o ouvido”, é também o papel do locutor. Cabe-lhe a ele a função de ao ler saber interpretar de forma correcta o texto que lhe foi apresentado, e colocar no seu discurso um tom

amigável e directo. O uso da linguagem quotidiana facilita não só a percepção pelo ouvinte, como a leitura do locutor, que interpreta de forma mais fácil o que está a ler.

Na minha experiência enquanto estagiária do canal RR, percebi que mais importante que “depositar” todo o tipo de informação que temos sobre o tema, é escolher o que realmente interessa a quem vai ouvir. É nesta situação que o papel do produtor é fundamental. É necessário fazer uma triagem do que realmente é importante, e de que forma se pode dizer utilizando sempre uma linguagem familiar. Juntando o “truque” da escrita radiofónica ao tom usado pelo locutor, facilmente o conteúdo ganha uma nova dimensão e conquista a atenção de quem o ouve.

### **3.2 - As vozes na Rádio**

Ao analisarmos todos os meios de comunicação, facilmente percebemos que a escrita está presente em todos eles. A rádio não foge a esta regra, embora tenha características específicas. Na rádio toda a comunicação é feita exclusivamente através da voz, nunca existindo a presença de um corpo visível. Enquanto num meio como a televisão existe a possibilidade de ver e ouvir, na rádio só existe a possibilidade de ouvir. Ao assistir a um programa de televisão é possível ver e ouvir o que nos está a ser transmitido, ao passo que, ao assistir a um programa de rádio, apenas nos é permitido ouvir, o que nos leva a criar imagens mentais de como será por exemplo o locutor do programa, ou como será um estúdio de rádio. Embora hoje em dia já seja possível ver o rosto do locutor através da internet, muitos ouvintes continuam a criar a sua própria imagem das vozes que ouvem.

Ouvir um programa de rádio pode provocar na audiência diferentes tipos de sensações e emoções dependendo da pessoa que a ouve. Sendo o sentido da audição o primeiro a ser desafiado, o conteúdo radiofónico pode depois desencadear reacções emocionais ou despertar a imaginação de quem ouve. A palavra tem sempre um poder evocativo, podendo transformar o estado de espírito da audiência. Na sua obra *Jornalismo Radiofónico*, Mikhail Minkov defende que “um hábil manejo da palavra falada consegue pressionar a fantasia do ouvinte de tal modo que transforma a

principal deficiência da rádio – a falta de componente visual - numa virtual vantagem” (Minkov, 1983:11).

Esta falta de componente visual na rádio pode assim ser colmatada através da componente apelativa que a voz proporciona, e que muitas vezes acaba por criar relações de empatia entre o locutor e o ouvinte.

Sendo a voz e o som os factores mais importantes da rádio, e tendo em conta que são estes que despertam a emoção e a imaginação do ouvinte, (mesmo que o discurso tenha pouco interesse), a voz tem sempre o poder de se transformar, criando deste modo uma imagem na mente do ouvinte. Segundo Mariana Bessa, “quando se dá as imagens mentais na mente do ouvinte, estas são de um carácter extremamente rico, suportando em si em três dimensões: a táctil, a olfactiva e a auditiva”,<sup>38</sup> sendo que “(...) a selectividade e a versatilidade proporcionadas pela sua condição invisível garantem a eficiência do discurso do rádio.”<sup>39</sup> Ao criar imagens mentais, capazes de transformar os estados de espírito dos ouvintes, a rádio acaba por criar uma ligação de empatia com a sua audiência.

Este tipo de linguagem radiofónica tem vindo a mudar ao longo do tempo para um estilo mais familiar, utilizando uma forma muito intimista, coloquial e espontânea de comunicar, através de expressões como: “do que está a espera? ligue já para a sua rádio”, “contamos consigo”, “com toda a certeza que os seus filhos vão gostar”, “aqui na sua rádio”.

A voz reúne: 1) o tom, 2) o timbre e 3) o ritmo. O ritmo permite ao locutor ler os textos de formas diferentes, acabando por lhe conceder um estilo próprio. “Entende-se por tom de voz a altura ou elevação da voz, que resulta da frequência das vibrações das cordas vocais.”<sup>40</sup> Relativamente ao timbre, Meditsch faz uma comparação entre a voz humana e um instrumento musical. Segundo ele o processo

---

<sup>38</sup> Mariana Bessa, O aspecto vocal do Rádio jornalismo in <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf>

<sup>39</sup> Eduardo Meditsch, A nova Era do Rádio: o Discurso do Rádio Jornalismo enquanto produto intelectual electrónico, in <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf>

<sup>40</sup> Emma Rodero Antón, El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo in <http://www.bocc.uff.br/pag/rodero-emma-tono-voz-femenina.pdf>

funciona da seguinte forma: “quando um copo vibra, propaga ondas sonoras com uma determinada frequência que põem em movimento uma série de outras ondas sonoras com frequências diversas.” (Meditsch, 1996:129)

Para definir correctamente os traços que marcam o discurso radiofónico, o silêncio não pode ser deixado de parte. Por mais confuso que seja falar em silêncio, num meio que vive essencialmente de som, este elemento é fundamental na medida em que pode ser conjugado com a palavra em forma de ritmo. Ao usar o silêncio, existe a possibilidade de tornar agradável, moderada e variada a leitura do texto. O silêncio pode então ser utilizado de diversas formas podendo também deter várias interpretações: hesitação, respiração, ansiedade, pausa, suspense, etc.

Em suma, embora existam variados elementos necessários para o bom funcionamento da voz em rádio, esta é considerada a matéria-prima por excelência dos seus profissionais e o veículo facilitador da identificação da estação de rádio sintonizada pelo ouvinte. Esta ligação é o que distingue os diferentes momentos da programação radiofónica, estabelecendo o processo de comunicação e diferenciando o que é informação de entretenimento e humor de assuntos sérios.

Também a música desempenha um papel fundamental na rádio que desperta emoções variadas na audiência:

Se a palavra é um elemento de linguagem acústica verbal (figurativa, portanto) e o silêncio não representa, pura e simplesmente, qualquer tipo de comunicado (embora dela faça parte), a música, por outro lado, constitui um elemento de comunicação não figurativo, abstracto. (...) distingue-se da ausência de som por não levar o ouvinte a pensar no locutor; sugestiona sim à audiência que se vire para si mesma e se entregue aos mais diversos sentimentos e estados de alma.<sup>41</sup>

Segundo Yves Lavoinne, no livro *A Rádio*, a música desempenha um papel decisivo para a determinação do tipo de audiência de cada estação de rádio: “longe de ser um inocente fundo sonoro, a música veicula valores. Os cânones estéticos que regem as suas diversas formas correspondem à cultura do grupos sociais utilizadores”

---

<sup>41</sup> Joana Castro, o Papel da Imaginação no jornalismo Radiofónico: construção de notícias e imagens mentais in <http://www.joanacastro.com/Papel.pdf>

(Lavoigne, 1975:89-101). É então fundamental que cada estação de rádio defina que tipos de música mais se adequam ao seu público alvo.

### **3.2.1- Importância da Personalidade das Vozes da Rádio**

Ao comunicar somente com o uso da voz, este tipo de meio acaba por conseguir chegar a quase todo o tipo de ouvintes que encontram na rádio um espaço onde podem manter-se informados. No fundo, esta é uma das grandes características da rádio:

Um dia um cego, ouvinte fiel, quis conhecer o sítio onde eram feitas as notícias e aqueles que ali trabalhavam, Mas antes de entrar fez um pedido, algo embaraçado: havia uma ou duas pessoas que ele na verdade não queria conhecer, porque por aquilo que ouvia, não lhe inspiravam confiança! (Meneses, 2003:108)

A mensagem de um locutor de rádio para a sua audiência é sempre bastante importante, embora, por vezes inconscientemente, o tom e o timbre usados pelo mesmo possam ser interpretados de forma diferente por quem ouve. Mais importante do que uma leitura bem feita, e respirações oportunas, é fundamental ter a atitude certa, usar um tom familiar, falar sempre para o ouvinte como pessoa individual e transmitir na voz confiança e simpatia.

A voz é considerada por muitos como um “elemento de identificação social.”<sup>42</sup> No caso da rádio, é através dela que se criam simpatia, laços emocionais e imagens mentais. Muitas vezes este tipo de ligação emocional entre o ouvinte e a voz desfaz-se ou é reforçada quando este conhece o locutor. Sendo esta uma característica importante para uma maior ligação com a audiência, é fundamental ter em conta o factor do género (masculino ou feminino). A identificação com o locutor vem muitas vezes do tom usado em antena, e, visto que o tom é um atributo vocal, ele está obrigatoriamente ligado ao sexo do indivíduo. Se pensarmos numa voz de um locutor de rádio, instantaneamente conseguimos atribuí-la a um homem ou a uma mulher. No

---

<sup>42</sup> Mariana Bessa, O aspecto vocal do Rádio jornalismo in <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf>

caso da voz feminina, o tom será mais agudo, já no caso de o locutor ser um homem o tom será mais grave.

Com as várias características que a voz apresenta, é possível à audiência distinguir uma voz feminina de uma voz masculina e identificá-la com uma pessoa. Mais do que isso, a voz veicula padrões físicos e psicológicos que criam no ouvinte uma série de imagens preconcebidas. Um bom exemplo disso mesmo é o caso do locutor do programa em análise: Óscar Daniel:

Durante muito tempo o Óscar teve um ouvinte fiel que o ouvia todos os dias sem excepção. Fazia até questão de participar sempre que podia no programa, e mencionava sempre a vontade que tinha em conhecer o Óscar. Numa festa realizada pela Renascença quando o Óscar é chamado para se dar a conhecer ao seu ouvinte fiel, a reacção do ouvinte não foi muito agradável. Durante todo tempo que ouviu o Óscar, criou na sua cabeça uma imagem dum Óscar alto, moreno e de olhos claros. E quem conhece o Óscar sabe que é exactamente o contrário. É de estatura normal, e de pele escura. Na altura a reacção do ouvinte foi de puro desagrado. Ficou surpreendido e eu creio que até chateado. Durante algum tempo o ouvinte deixou mesmo de ouvir o programa, e fazia questão de manifestar o seu desagrado para com a situação. Claro que com a simpatia do Óscar esta desilusão iria acabar rapidamente. Pouco tempo depois o ouvinte acabou por perceber que o aspecto físico não é importante. De facto simpatizava com a voz, e gostava da companhia do Óscar. Acabou então por lhe pedir desculpa e hoje em dia matém uma relação amigável.<sup>43</sup>

Neste caso a surpresa e o desvendar da “cara” que não conhecia não foi uma experiência agradável para o locutor. Mas nem sempre assim acontece. Muitas vezes a audiência cria uma imagem bastante errada do locutor, e quando o conhece, acaba por ficar surpreendido pela positiva.

Estas imagens mentais criadas pela voz assumem vários perfis: masculino e feminino, e também psicológico e físico (positivo ou negativo). Segundo Emma Rodero, a voz masculina grave cria uma imagem positiva, uma voz de herói, quase de artista de cinema. Por outro lado a voz feminina aguda, pouco suportada em rádio, não representa uma imagem social positiva, lembrando uma figura “infantil”. Assim sendo o género feminino em rádio não surpreende, sendo-lhe permitido uma voz mais aguda.

---

<sup>43</sup> Entrevista a Francisca Favilla, Produtora do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

No entanto quando uma voz feminina é grave, e todas as vozes femininas em rádio são graves, é rapidamente associada a um perfil psicológico e físico positivo:

A mulher de voz grave é sempre a feia a má do filme (...) são sempre tons médio-graves, mas nunca muito baixos. Ao contrário, não resulta muito bem, uma voz feminina num tom muito elevado: uma voz muito aguda de mulher, o que se conhece vulgarmente como uma "voz apito" provoca igualmente rejeição e trás sentimentos negativos..<sup>44</sup>

A importância da personalidade das vozes na rádio é fundamental na medida em que é através da voz que se transmite empatia. Segundo João Paulo Meneses não importa ter só uma boa voz. Ao ler um texto, o locutor deve marcar o seu próprio estilo, procurando diferenciar-se na altura da leitura, acentuado as interrogações e as afirmações. Para Meneses o locutor deve sempre procurar ter um “desempenho vocal escorreito”, (Meneses, 2003:107) composto por diversas componentes: a entoação, a respiração, a dicção, a atitude, o ritmo interno, as pausas de tensão e por fim a atitude. Através destas características, o animador acaba por caracterizar o seu perfil através dos sentimentos que mesmo inconscientemente passou para o ouvinte.

A importância de um estilo próprio torna-se mais importante quando este estilo passa a ser uma assinatura auditiva, isto é, ao criar um estilo próprio de linguagem não só existe a possibilidade de distinguir os locutores, como as várias estações de rádio. Se o tom for mais jovem e menos formal, provavelmente pertence a uma rádio jovem, (como é o caso da Mega Hits, ou Rádio Cidade, onde a linguagem utilizada é mais jovem, usando até a gíria própria dos jovens, recorrendo sempre a um tom informal e mais descontraído). Se o tom for coloquial mas menos descontraído, será uma rádio com um *target* mais velho, como é o caso da Renascença, ou M80, onde o tom embora seja descontraído, torna-se mais formal.

Antes de uma estação de rádio definir o seu estilo próprio, a principal preocupação é definir muito bem o seu público-alvo. Só depois de estruturado o *target* que define a produção da mensagem, é que a estação de rádio deve eleger o seu próprio

---

<sup>44</sup> Emma Rodero Antón, El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo in <http://www.boecc.uff.br/pag/rodero-emma-tono-voz-femenina.pdf>

estilo. Relativamente ao locutor este, tal como um actor, tem que ter a capacidade de representar diferentes personagens vocais.

Ao conseguir ser credível, o locutor consegue aproximar-se do ouvinte. É a credibilidade do animador que faz com que o ouvinte procure determinada estação de rádio, logo cabe-lhe o papel de cativar toda a audiência utilizando não só os seus atributos vocais, como também as suas qualidades enquanto comunicador. Hoje em dias as estações de rádio procuram nos profissionais da voz não só a sua capacidade vocal, mas também a sua capacidade enquanto comunicadores que deve ser adequada ao estilo da emissora em questão. Esta mesma atitude que provém da voz do locutor, é que cria e mantém há anos o grande mistério da rádio. “Como será a cara por detrás do som do rádio do meu carro?”.

### **3.2.2 - Poder de Comunicação: Empatia, Provocação, Envolvimento, Compromisso e Fidelização**

A importância da voz e da comunicação humana é inquestionável para qualquer ser humano, especialmente para aqueles que fazem da sua vida, e da sua profissão, a voz. Dentro da categoria dos profissionais da voz é possível encontrar os locutores de rádio, que dependem única e exclusivamente da sua voz para transmitir mensagens aos ouvintes.

A voz é a sua ferramenta de trabalho. Assim, necessitam de usá-la de forma compatível com as diferentes situações da comunicação do canal, devendo sempre saber moldar a sua voz de acordo com o público alvo, criando ainda, de alguma forma, um compromisso e um sentimento de fidelização com o público da emissora. Segundo Joana Castro:

No caso concreto da voz do locutor, as sensações de credibilidade, segurança e tranquilidade serão tão maiores quanto mais grave for o tom e mais ressonante, brilhante e claro for o timbre. Por outro lado, na pronúncia, as características que melhor resultam são a naturalidade e a clareza. Também é mais positiva para a comunicação radiofónica uma entoação com variações tonais adequadas

ao conteúdo das mensagens, de forma natural. Progressiva e suave. E, de preferência, acentuado as palavras-chave.<sup>45</sup>

Durante muito tempo a linguagem da rádio era assente no puro texto, na procura de um locutor “absolutamente neutro, despersonalizado, mero instrumento de estúdio.”<sup>46</sup> Uma procura humanamente impossível, visto que esta mesma voz neutra que se procurava, deveria também ser uma voz credível, que transmitisse confiança, autoridade, correcção, elegância e proximidade do público de elite que procurava um locutor sóbrio com o qual se identificasse.<sup>47</sup>

Na sua obra *O grão da voz*, Roland Barthes reforça esta ideia, referindo a componente psicológica inseparável da voz, e ainda descobre na fala a presença de uma variável linguística:

Os indivíduos são assim identificáveis através do que dizem, mas mais do que isso, expõem-se consoante se expressam e como a sua voz é levada até aos com quem interagem. Uma única palavra pode “denunciar”, revelando imediatamente a sua posição social e até a sua experiência de vida. (Barthes, 1981:67)

É importante referir também que, com a evolução da tecnologia no mundo da rádio, o locutor passou a ser muito mais dinâmico conseguindo ter espaço para outras funções. (Meneses, 2003:296) Com o surgimento das playlist,<sup>48</sup> os locutores passaram a ter mais tempo para se dedicarem ao seu programa. Mais do que apresentar o programa, é possível produzi-lo procurando temas do interesse do público, criando conteúdos e passatempos de forma a que os ouvintes possam participar. Hoje, para um locutor no estúdio, a escolha de uma música está à distância de um “clic”, já não sendo necessário a troca de um vinil ou de um cd.

---

<sup>45</sup> Joana Castro, o papel da imaginação no jornalismo radiofónico: construção de notícias e imagens mentais, in <http://www.joanacastro.com/Papel.pdf>

<sup>46</sup> Eduardo Meditsch, A nova era do Rádio: o diacurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrónico. In <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf>

<sup>47</sup> Mariana Bessa, O aspecto vocal do Rádio jornalismo in <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf>

<sup>48</sup> A playlist é uma listagem de músicas, usada para determinado período de tempo, e é sempre construída tendo em conta os gostos e o público alvo a estação de rádio.

O conceito de animador evoluiu muito até aos dias de hoje, algo que se fica a dever ao facto de ser o jornalista quem lê os seus próprios textos, o que de certa forma, como afirma Meneses, acabou por libertar os locutores “de uma função “papagaio” e obrigou a reflectir a sua experiência”. (Meneses, 2003:296) Um locutor tem que ser mais do que um simples apresentador de discos “que também diz as horas!”. (Meneses, 2003:296) É necessário que ocupe o papel de informador, animador e que, ao mesmo tempo, consiga manter uma boa conversa, prendendo os ouvintes ao que está a dizer.

Todas estas características não o isentam do sentido de responsabilidade que deve assumir perante o público. A sua linguagem tem de ser sempre rigorosa e cuidada, adaptando posturas diferentes conforme a situação, e o programa que está a animar:

Um animador com estas características recusa o estatuto de mero locutor e tenta, sempre que possível, elaborar os seus textos ou, pelo menos adaptá-los às suas características. (...) é normal que possa pedir ajuda e conselhos, mantendo a liberdade de elaborar o seu texto. (Meneses, 2003:297)

A extensão do papel de animador passa pela definição do seu papel na rádio. João Paulo Meneses aponta então uma divisão de tarefas: “propõe-se, portanto uma separação de áreas informativas, não tanto por falta de competência ou capacidade de animadores, mas pela necessidade plástica de mostrar isso mesmo ao ouvinte.” (Meneses, 2003:297)

Ao ocupar um papel bastante importante na comunicação com o ouvinte, e sendo que está preparado para que a mensagem pretendida seja sempre perceptível, o locutor nunca se pode esquecer que a rádio é um meio que só permite a audição, e não a visualização de imagens. Por isso cada palavra tem de funcionar com o significado pretendido. Isto pressupõe que a mensagem radiofónica tenha sempre que ser envolvente e estruturada.

No caso em estudo, a Rádio Renascença tem a capacidade de criar laços com os seus ouvintes através dos seus vários programas. Programas esses que demonstram envolvimento dos ouvintes em passatempos, criando laços de empatia com os locutores. Mais do que isso, a RR assume um compromisso com a sua audiência de lhes oferecer todos os dias não só boa música, como uma companhia agradável.

## 4- Análise do estudo de caso: Programa 00h00 – 02h00 de Óscar Daniel

### 4.1- Usos e Gratificações do programa

Os meios de comunicação de massa, que haviam adquirido uma maior visibilidade social no início do século XX, passariam a ter ainda uma maior impacto no período da segunda guerra mundial durante a qual os meios de comunicação disponíveis na altura foram utilizados com objectivos ideológicos. Com a concentração da população europeia nos grandes centros urbanos, a difusão do ensino e o exponencial desenvolvimento dos meios de comunicação fizeram surgir aquilo a que hoje chamamos de cultura de massas. Este novo tipo de cultura, como o próprio nome indica, é uma cultura acessível a toda a população, pela simplicidade que apresenta. Largamente difundida pelos *mass media*, este tipo de cultura é típica das sociedades industriais do século XX. Espalhada um pouco por toda a população, acaba não só por se tornar industrial, impulsionando o consumo de bens culturais, como influencia e transmite valores, acabando assim por criar padrões culturais.

Desde o início do século XX que vários estudiosos se dedicaram ao estudo dos meios de comunicação. A presença dos *mass media* e a sua influência em questões sociais, políticas e culturais demonstraram uma enorme necessidade de estudo aprofundado sobre o assunto. Numa primeira fase os estudos procuravam sobretudo conhecer os efeitos dos *media* na sociedade e, ainda que esta seja uma temática que perdura até aos nossos dias, outras perspectivas de estudo foram introduzidas nomeadamente as que procuram conhecer “quais as funções exercidas pela comunicação de massa na sociedade” (Wolf, 1987:53).

Focando-se no “uso” que as pessoas fazem dos meios, a corrente dos usos e gratificações tem como principal função definir não só o tipo de uso que é dado aos meios, como definir as gratificações que deles podem ser retiradas:

De uma perspectiva funcionalista, os pesquisadores da corrente dos “usos e gratificações” consideram que os utilizadores não recebem passivamente as mensagens, mas utilizam activamente os média para deles retirar satisfações específicas que respondam a necessidades psicológicas (Wolf, 1987:53).

Esta teoria pressupõe uma relativização do poder dos meios de comunicação sobre a sociedade, focando-se mais no indivíduo e nos seus hábitos de consumo dos media, do que na sociedade em geral.

Segundo Denis McQuail, é possível abordar a questão dos usos e gratificações de duas formas diferentes. Pelo lado da audiência, “perguntando o que influencia as escolhas e os comportamentos individuais” (McQuail, 2003:390), ou pelo lado dos media, “perguntando que factores de conteúdo, apresentação e circunstâncias ajudam a chamar e manter a atenção da audiência” (McQuail, 2003:390). Segundo McQuail não existe uma distinção exacta entre estes dois tipos de abordagem, pelo facto de que as questões sobre os usos e gratificações dependem sempre dos conteúdos mediáticos disponíveis (McQuail, 2003:390). Embora o estudo pelo lado das audiências se baseie na rotina diária de cada um, existe sempre o outro lado da questão. O consumo dos media depende em grande parte dos conteúdos que existem para escolha. Assim sendo acaba por existir uma “(...) disfunção entre o padrão geral dos usos dos media de massa e o que acontece no dia-a-dia” (McQuail, 2003:390). Como consumidores dos media, temos sempre as nossas preferências mediáticas, embora a experiência do consumo dos media seja única e afectada por diversas circunstâncias. Por exemplo: uma pessoa que assista todos os dias ao telejornal da noite, um dia que não consiga chegar a casa a horas, acaba por optar por se informar de outra forma. Assim sendo, é possível concluir que os media só serão úteis e eficazes, se a audiência os procurar, satisfazendo assim as suas necessidades.

No seu estudo sobre usos e gratificações McQuail afirma ainda que a escolha dos media depende de dois tipos de estruturas: a estrutura mediática, que se refere “(...) à gama relativamente constante dos canais, escolhas e conteúdos disponíveis num determinado tempo e lugar”, (McQuail, 2003:391) e a estrutura social, que depende de factores como “a educação, rendimentos, género sexual, local de residência, posição no ciclo de vida, etc” (McQuail, 2003:391). Sendo que o uso dos media depende sempre destes dois factores, estes acabam por ter que lidar com a pressão e as preferências da audiência. A escolha de um meio de comunicação varia não só conforme as necessidades de cada um, como também depende das expectativas e gratificações que cada um pretende retirar do uso do meio.

De acordo com a teoria dos usos e gratificações, existem quatro principais razões que levam a audiência a usar os media: (1) a diversão, “escape da rotina e dos problemas, libertação das emoções”, (2) as relações pessoais, “companheirismo, utilidade social”, (3) identidade pessoal, “referência própria; explosão da realidade; reforço dos valores”, e por fim a (4) vigilância “formas de procurar informação.” (McQuail, 2003:394)

Outro factor referido no seu estudo sobre usos e gratificações são os estilos de vida. Segundo McQuail o conceito de estilo de vida é aplicado com frequência para descrever e classificar os diferentes paradigmas do uso dos media. Dependendo sempre do gosto cultural, do contexto social e familiar, o uso dos media varia visto que os estilos de vida de cada um “(...) são, até certo ponto, padrões de comportamentos e escolhas do uso dos media realizados por cada indivíduo.” (McQuail, 2003:404) Associado ao estilo de vida está também a sociabilidade:

A maioria dos usos dos media é, efectivamente, sociável. O uso é, em si próprio uma forma ubíqua de comportamento social corrente e um substituto aceitável para a interacção social concreta. É também largamente aceite como significativo “agente de socialização” – uma ocasião para aprendizagem social e um meio de participação na sociedade mais alargada.” (McQuail, 2003:406)

Sendo a sociabilidade vista como uma “desculpa” para utilizar os media, meios como o cinema, a televisão e a rádio são muitas vezes usados para entreter, ou para facilitar a interacção social. Uma ida ao teatro, por exemplo, oferece à audiência uma atenção partilhada e, por consequência, tópicos de conversa. No seguimento, McQuail afirma que “o contacto social mediado pelos media pode suplementar e completar, bem como deslocar, os contactos reais com outras pessoas” (McQuail, 2003:407).

Os usos e gratificações dizem-nos que na sociedade cada indivíduo utiliza os media para satisfação das suas necessidades pessoais. Por outro lado é importante ter em conta que os *mass* media não são a única forma de satisfação das diferentes necessidades dos indivíduos:

Cada indivíduo tem oportunidade de escolha dentro da área dos produtos comunicativos disponíveis e dos comportamentos socialmente aprovados. Mas deve salientar-se como as definições dominantes influenciam e limitam tal escolha (...). No conjunto da audiência, há grupos específicos que podem ter poucas fontes alternativas aos *mass* média e que podem ser encorajados pelo

ambiente sociocultural a fazer um certo tipo de escolha, a qual, por sua vez, é reforçada pela experiência com os *mass media* (Wolf, 1987:68).

Aplicando esta teoria ao caso em estudo (Programa de Óscar Daniel da 00h00 às 2h00 na Renascença), a conclusão retirada das entrevistas a alguns ouvintes assíduos do programa é que grande parte deles ouve o programa como forma de companhia, ou como forma de dar voz aos problemas da sociedade. Segundo os ouvintes, este é um programa que dá a hipótese não só de manter as pessoas informadas sobre temas da actualidade como dá a oportunidade a todos que queiram participar de dar a sua opinião sobre determinado tema. “O programa acaba por ser um pouco a voz do povo.”<sup>49</sup>

Ao analisar as entrevistas segundo as quatro razões apresentadas por McQuail, que levam ao uso dos meios, é possível concluir que em cada caso existe uma motivação diferente. Se para alguns dos ouvintes a audição do programa passa pelo escape à rotina, com a hipótese de ligar e falar das suas emoções e sentimentos, para outros a participação no programa passa pela companhia e a utilidade social que o programa contém. Outra das grandes motivações presentes nas entrevistas é o factor de identificação, e neste caso com a voz. Alguns dos ouvintes entrevistados assumem que ouvem o programa porque vêm no locutor uma voz amiga, uma voz com que se identificam, e com a qual têm vontade de falar:

Ela dizia que a minha voz era como dois braços que abraçavam quem estava a ouvir.<sup>50</sup>

A vigilância também está presente nas motivações dos ouvintes. Embora os entrevistados assumam que a necessidade de se manterem informados é uma razão para ouvirem o programa, existem outras mais importantes como a companhia. Por outro lado, existem ouvintes que apenas ouvem, sem sentirem a necessidade de ligar para participar. Ouvem apenas porque gostam de ter conhecimento das opiniões que as diferentes pessoas que ligam têm para partilhar. Assim, pode concluir-se que, para

---

<sup>49</sup> Entrevista a Pedro Teixeira, ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>50</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

muitos dos ouvintes do programa, a procura do mesmo acontece como forma de se manterem informados.

Vários são os motivos que levam os ouvintes a ouvirem o programa. Numa altura em que muito se fala sobre a actual situação económica do país, muitos dos ouvintes entrevistados afirmam que o programa lhes dá a oportunidade de “desabafarem” sobre os seus problemas:

Vivemos num país onde existe liberdade de expressão, contrariamente ao que se pensa, nós podemos falar, a realidade é que ninguém nos ouve. E aqui temos esta hipótese, falar, dar a nossa opinião. Existe alguém para nos ouvir. Pior do que a censura é a indiferença. E é isso que se vive no país, a indiferença e não a censura.<sup>51</sup>

Embora não seja possível referir apenas uma motivação para a participação no programa, dar voz aos problemas é sem duvida a que mais se destaca.

#### **4.2- Os Temas**

Com emissão no ar há cinco anos, o programa da 00h00 – 02h00 da Rádio Renascença apresentado por Óscar Daniel, tem vindo ao longo dos anos a dar voz aos ouvintes da estação. Com início no final do último trimestre de 2005, o programa que hoje é conhecido como o “programa do Óscar” leva não só o conforto da companhia a quem de noite se sente só, como dá voz a todos aqueles que de alguma forma querem expressar a sua opinião, relativamente a determinado tema.

No ar de segunda a sexta feira da 00h00 às 02h00, este programa funciona como uma linha aberta que dá voz ao “povo”. Com temas diferentes todos os dias, sempre com a preocupação de agradar aos seus ouvintes, a noite da Renascença é de conversa. Com assuntos da actualidade, questões da vida quotidiana, gostos, experiências, e até histórias, o programa dá oportunidade a todos os seus ouvintes de falarem de tudo um pouco. O tema é sempre lançado no início do programa e seguidamente todos os ouvintes são convidados a participar. Quer seja por telefone,

---

<sup>51</sup> Entrevista a Mário Rato, ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

ou até mesmo por e-mail ([oscar.daniel@rr.pt](mailto:oscar.daniel@rr.pt)), a intenção é sempre ouvir o que a audiência tem para dizer. Diferente de todos os outros programas da estação, este possui uma característica especial: neste caso quem tem voz activa são os ouvintes.

Conquanto que seja um programa de sucesso na Renascença, exactamente pelo facto de possibilitar aos seus ouvintes expressarem uma opinião, existem poucos programas de rádio deste tipo, e embora seja este formato que mais promove a interactividade, na medida em que permite uma participação de igual para igual a todos os ouvintes. Ao existir a hipótese de falar em rádio, este tipo de programa acaba por promover uma troca de ideias entre os seus ouvintes.

Ao permitir aos seus ouvintes expressar as suas ideias no ar, o programa acaba por proporcionar também uma maior ligação entre o ouvinte e a rádio. Este tipo de ligação só é possível através da interactividade que a rádio promove. Se antigamente o programa poderia existir somente com participações por telefone, hoje em dia a internet veio enriquecer a participação dos ouvintes:

A questão é que a internet faz com que fique mais fácil para as pessoas realizarem o desejo de se sentirem envolvidas e no controle da situação. Apenas oferecer um endereço para o contacto com o webmaster não é verdadeira interactividade, a não ser que tudo o que o cliente deseja fazer seja reclamar. As pessoas querem saber que as suas opiniões estão a ser ouvidas. Querem fazer uma diferença. Adoravam ver os seus nomes e as suas palavras impressas, mesmo que apenas no brilho ténue dos seus monitores. Elas querem ser parte do processo.<sup>52</sup>

Ao sentirem que fazem parte do processo, muitos ouvintes mantêm-se fiéis não só ao programa, como também à emissora e por consequência ao locutor:

Para mim o programa é bastante inteligente, o que é bastante importante. Tem um alcance onde as pessoas se podem manifestar sem qualquer censura. É um programa em directo que tem as suas desvantagens, mas tem uma vantagem muito grande que supera todas as desvantagens que possam existir. Mostra qualidade, e acima de tudo a qualidade do profissional, que está à altura para fazer face as questões que se vão levantando.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Rick Bruner, Harden Leland, Bob Heyman, cit in Roberta Balso, Interactividade; Possibilidades de Interacção entre o Rádio e a Internet, in

<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/9ed6678b48c8afe0c33f6e687f43ce4e.pdf>

<sup>53</sup> Entrevista a Mário Rato, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

Com efeito, a fidelidade a este tipo de programas muitas vezes surge como forma de companhia em momentos de solidão, mas em grande parte como forma de desabafo. Mais do que ouvintes assíduos, os participantes elevam o programa a outro patamar. Não será difícil encontrar em diversos jornais e blogues referências positivas ao programa em questão. Mais do que tema de conversa, os ouvintes recomendam o programa ao leitores e amigos, como se de um medicamento milagrosos se tratasse. Ricardo Dinis, colunista do jornal OJE, intitula o seu artigo de “tempo para parar”:

Há poucos dias tive o prazer de entrar em directo no programa do Óscar Daniel na Rádio Renascença. É para mim uma companhia regular entre as 00h e as 02h, muitas vezes enquanto vou na estrada. São programas úteis, agradáveis, sempre com assuntos pertinentes ou divertidos. Os ouvintes participam e falam um pouco sobre o que lhe vai na alma. Aprecio em especial a forma amigável e próxima com que o Óscar conduz a emissão.<sup>54</sup>

No blogue “o sítio certo”, o *post* de dia 25 de Fevereiro de 2010, dedicado ao programa, começa com o título de “noites calmas”:

Já vos tinha falado neste programa radiofónico no meu anterior blogue mas, para os mais distraídos, volto aqui a recuperá-lo. Da meia-noite às duas da manhã, nas ondas da Rádio Renascença, surge, para combater o tédio televisivo, um programa fantástico que merece aqui ter algum destaque. Trata-se de um espaço de conversa moderada por Óscar Daniel e que fundamentalmente pretende dar voz aos ouvintes. (...) a conversa acaba por fluir naturalmente, surgindo entretanto interessantes diálogos, uns divertidos outros dramáticos, mas todos acrescentando alguma coisa de positivo a este espaço. (...) <sup>55</sup>

Para uma melhor compressão do programa em análise, recorreremos a entrevistas não só a ouvintes, como à equipa que leva todos os dias o programa para o ar. Sendo este um programa com várias participações durante a noite, afinal o que leva as pessoas a ligarem? Segundo Óscar Daniel, locutor do programa, as pessoas ligam essencialmente porque gostam de ser ouvidas, não só pelo facto de existir uma necessidade de desabafo, mas também porque gostam de conhecer a opinião dos outros:

---

<sup>54</sup> Ricardo Dinis, in jornal OJE – Tempo para parar. 26 de Março 2010. Pág. 17

<sup>55</sup> Bartolomeu Quintanilha: “Noites calmas” in blogue o sitio certo, [http://ositiocerto.blogspot.com/2008\\_02\\_01\\_archive.html](http://ositiocerto.blogspot.com/2008_02_01_archive.html)

As pessoas ligam essencialmente porque querem companhia, porque gostam de falar, porque querem que alguém as oiça.<sup>56</sup>

Em programas como este muitas vezes o depoimento de um ouvinte acaba por ajudar outro na resolução de um problema pessoal. Tão ou mais importante do que emitir uma opinião é saber ouvir e respeitar as opiniões dos outros, retirando de alguma forma o lado positivo de cada depoimento. Para Francisca Favilla, produtora do programa, as pessoas ligam por vários motivos:

Acho que ligam por razões muito diferentes. Uns ligam porque precisam falar, e o programa é um bom espaço para desabafar, onde existe ali alguém que o oiça. Outros ligam em momentos que acham que é importante marcar uma posição. Outros sentem-se particularmente tocados num determinado dia. E outros ligam para esclarecer algumas ideias, não só deles mesmos, como a outros ouvintes.<sup>57</sup>

A companhia, é outro factor que leva à audição do programa. Em entrevista a José Pereira, ouvinte assíduo do programa, este explica que devido à sua profissão por vezes é obrigado a passar várias horas na estrada:

Eu ando com muita frequência na estrada e o programa do Óscar tem a vantagem de ser a hora que é, permite-me ser um ouvinte com outra disponibilidade, já é uma hora em que não tenho outros assuntos, não tenho o telemóvel pelo meio. Geralmente já estou num registo de descompressão, com a vantagem de que os temas que o Óscar estabelece são aparentemente inócuos, e portanto não obrigam a grandes reflexões. São daquelas conversas que surgem em qualquer tertúlia, a única diferença é que provavelmente substituo a minha presença num café ou num grupo de amigos pela audição de um programa que de alguma forma me faz sentir nesse ambiente. No meu caso a grande motivação é precisamente emitir um opinião. Eu penso que não será muito a necessidade de a difundir para os outros, é pelo menos a vontade de verbalizá-la, ou colocar alguns pensamentos em voz alta.<sup>58</sup>

Sendo um programa que permite a todos os participantes expressarem as suas opiniões, aceitando e ouvindo sempre o que cada um tem para dizer, o programa acaba por proporcionar a quem ouve um leque de conhecimentos em diversas áreas. Embora exista sempre uma opinião sobre algo, nem todos os assuntos nos interessam

---

<sup>56</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>57</sup> Entrevista a Francisca Favilla, produtora do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>58</sup> Entrevista a José Pereira, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

particularmente. Se para um ouvinte em particular o tema “educação” desperta um enorme interesse, para outro o tema eleito poderá ser a “política”. Para cada pessoa em particular, existe um tema que lhes toca particularmente:

De uma maneira geral oiço todos os temas, mesmo quando não me interessam particularmente. Acho que todos são interessantes para ver como é que as pessoas lidam com as várias questões que lhes são postas, e pode-se aprender com isso. Embora ligue dependentemente do tema. Ligo quando tenho algo para partilhar, ou até para esclarecer a outrem.<sup>59</sup>

Por outro lado, existem ouvintes que ligam por motivos que vão para além do tema:

Participo porque tenho vontade de mexer com as outras pessoas, assim como as outras pessoas mexem comigo quando dão a sua opinião em assuntos que me tocam pessoalmente.<sup>60</sup>

Depois de analisadas algumas das entrevistas realizadas é possível concluir a escolha dos temas, em alguns casos pode ser o ponto de partida para a audição do programa:

Os temas na generalidade são agradáveis e interessantes, e manter a linha de interesse nas pessoas há tantos anos, é um ponto a favor do programa, que mais uma vez demonstra a qualidade do profissional que medeia o programa.<sup>61</sup>

Sabendo que todos os dias é escolhido um assunto diferente de modo a que todos os ouvintes possam participar, Francisca Favilla, produtora do programa, explica como organiza o seu trabalho, de forma a agradar a todos os ouvintes:

É da minha preocupação escolher sempre um tema que leve as pessoas a participar. Por isso o tema em si tem muito a ver com o contexto de cada dia, ou de cada noite. Dependendo sempre do que acontece a nível político, social e até cultural. Tenho também a preocupação de alternar os temas mais sérios e que podem levar a serões mais tensos e mais polémicos com assuntos que garantam à partida um serão mais descontraído e divertido, porque nem tudo na vida são problemas e preocupações. E se há momentos em que as pessoas precisam desabafar e dar a sua opinião, até porque regra geral muita gente vive com o

---

<sup>59</sup> Entrevista a Adelina Ferreira, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>60</sup> Entrevista a José Pereira, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>61</sup> Entrevista a Mário Rato, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

sentimento de que ninguém as ouve, e que não tem uma palavra a dizer no país e na sociedade em que vive, também é verdade que há momentos em que elas têm a necessidade de dar uma boa gargalhada, de aprender algo novo e até de se afeiçoar a alguém.<sup>62</sup>

Existe então uma preocupação de fazer com que as pessoas sintam que existe sempre um lado bom da vida. E embora os temas mais leves como gostos pessoais, programas sobre alcunhas, comida preferida, histórias de casamentos, peripécias de crianças, entre outros, tenham uma boa adesão por parte dos ouvintes, são os temas mais polémicos que maior adesão conseguem:

Política, criminalidade, civismo na estrada, má gestão orçamental, a crise, saúde e educação. Portugal no seu pior é sem dúvida o que leva a uma enorme afluência de chamadas.<sup>63</sup>

Dada a situação política e económica que se vive actualmente no país, existe uma grande necessidade de falar, de dizer o que se pensa sobre a situação, de expressar de que forma a crise afecta as pessoas:

Vivemos num sistema onde não temos voz activa, de maneira que o programa é uma forma de desabafar, na esperança que alguém nos oiça.<sup>64</sup>

Ao encontrar no programa uma forma de se fazerem ouvir, a afluência de chamadas em dias de temas polémicos é consideravelmente maior. Para Pedro Teixeira, ouvinte regular, o programa representa a voz da liberdade:

Penso que é um programa que acaba por ser a voz da liberdade. Desde que não ofenda ninguém, estamos à vontade para falar. O programa passa exactamente por dar voz, não necessariamente a quem sabe, mas sim a quem pensa, a quem tem gostos e desejos, a quem gostaria de ver feitas algumas coisas, a quem vê as coisas tal e qual como são, sejam elas boas ou más. O programa acaba por ser um pouco a voz do povo.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> Entrevista a Francisca Favilla, produtora do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>63</sup> Entrevista a Vera Sacramento, assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>64</sup> Entrevista a Susana Ramos Melo, ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>65</sup> Entrevista a Pedro Teixeira, ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

A polémica é um ingrediente que atrai participação. Como consumidores dos meios de comunicação, consciente ou inconscientemente, todos temos a tendência a prestar mais atenção ao que é polémico. Embora grande parte dos meios de comunicação vivam dos temas que estão na ordem do dia, um programa que viva apenas de assuntos controversos rapidamente esgotaria os seus temas. Para um melhor entendimento, Francisca Favilla, afirma que a escolha de um tema pode ser comparada a um combate de boxe:

Eu dirá até que podemos comparar a escolha a um combate de boxe. Se há dias em que as pessoas precisam descarregar tensões, por outro lado é muito importante também que esta dimensão seja contrabalançada com uma boa dose de esperança de optimismo e alegria. É realmente importante para a realidade de uma rádio, não dar só música as pessoas, mas também dar espaços, como este tipo de programa, onde são os ouvintes a fazer rádio, sempre conscientes que do outro lado existe alguém que os vai ouvir.<sup>66</sup>

A Grande ilação retirada é que, por mais que um tema não agrade a todos os ouvintes, acabam sempre por ouvir o programa nem que seja pelo facto de ao escutarem a opinião de outros ouvintes, consigam retirar alguma lição do tema escolhido.

### **4.3- Os ouvintes**

Ao analisarmos um meio de comunicação, é sempre necessário ter em conta a premissa básica comum a todos os meios: nenhum meio de comunicação sobrevive sem público. Para sobreviver, os meios de comunicação têm sempre como principal preocupação satisfazer os seus públicos, são eles que todos os dias os mantêm vivos.

É a soma dos espectadores que mantém viva a magia dos meios de comunicação. É por eles que os meios existem, é para eles que trabalham. Com a rádio não é diferente. Mais do que os ouvintes assíduos dos programas que decorrem durante o dia, é importante ter em conta os ouvintes que todas as noites se mantêm fiéis ao programa em análise. Sendo um programa de linha aberta, onde as

---

<sup>66</sup> Entrevista a Francisca Favilla, produtora do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

participações fazem o próprio programa, são as suas histórias, as suas opiniões e até os seus depoimentos que todos os dias dão vida ao programa.

No caso em análise, verifica-se que o programa atinge uma variedade enorme de públicos. Em entrevista a Vera Sacramento (assistente de produção do programa), facilmente se percebe que existe uma grande diversidade de pessoas a participar no programa:

Ligam pessoas de várias camadas etárias, e de diferentes profissões. Desde médicos a motoristas, estudantes a desempregados, temos um leque muito variado de pessoas que ligam consoante o tema.<sup>67</sup>

A variedade de assuntos que o programa proporciona aos seus ouvintes acaba por promover uma enorme afluência de participações. O grande problema, e também a grande vantagem do programa, é que nunca existe só um ouvinte a querer expressar a sua opinião. Assim sendo, é sempre necessário fazer uma escolha de quem pode ou não participar em determinado tema. Tendo em conta esta regra, Vera Sacramento explica que:

Para participar primeiro têm que saber qual é o tema, e depois têm que ter um discurso coerente. E não pode ter participado há relativamente pouco tempo.<sup>68</sup>

Cada ouvinte apenas pode participar uma vez por semana. Segundo a assistente de produção do programa, existem ouvintes que por sua vontade participariam todos os dias no programa. Não que não tenham depoimentos interessantes e coerentes, mas porque se houver a possibilidade da mesma pessoa participar todos os dias, ou todas as semanas, existiriam muitas outras pessoas que acabariam por não ter essa oportunidade. Tendo em conta este tipo de limitação, Vera Sacramento explica de que forma são escolhidos os ouvintes que vão participar:

É necessário ter sensibilidade para perceber quem está do outro lado. Temos que servir a outra parte, porque são os ouvintes o nosso público alvo e quem mais nos interessa, mas por outro lado temos que salvaguardar também a integridade e a

---

<sup>67</sup> Entrevista a Vera Sacramento, Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>68</sup> Entrevista a Vera Sacramento, Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

fidelidade do tema. Se deixarmos participar uma pessoa que goste mesmo, certamente que a mesma vai tentar participar todos os dias. Quem liga sempre, liga porque está sozinha e que conversar. Mas por norma do programa a regra é que a mesma pessoa só pode participar apenas de quinze em quinze dias, para assim poder dar oportunidade a outras pessoas. Existem também pessoas que tentam participar no programa há anos e não conseguem. Com este método é uma forma de se ser justo para como todos aqueles que querem participar. Embora nem sempre seja uma tarefa fácil para quem está deste lado.<sup>69</sup>

Para que nenhum ouvinte fique insatisfeito com esta situação, e graças ao aparecimento da internet, existe ainda a oportunidade dos ouvintes participarem também por e-mail e através da rede social *facebook*. Tal como funciona para quem participa por telefone, também os e-mails estão sujeitos a uma pré escolha. Através do e-mail [oscar.daniel@rr.pt](mailto:oscar.daniel@rr.pt) todos os ouvintes que queiram participar podem enviar o seu depoimento por escrito, e posteriormente serão escolhidos os melhores para mais tarde serem lidos pelo locutor. Embora exista mais do que uma forma de participação, é por telefone que os ouvintes gostam mais de participar:

Participam das duas formas, mas mais por telefone. Existe uma grande necessidade por parte dos ouvintes não só de serem ouvidos por alguém, como também de dar voz ao que lhes vai na alma. E, se estamos sozinhos, quando nos dão a oportunidade de sermos ouvidos isso é muito importante. As pessoas gostam de saber que a sua voz faz eco face aquela situação que às vezes é tão dramática.<sup>70</sup>

Depois de analisarmos o programa, uma curiosidade que se destaca é que grande parte dos ouvintes que participam por e-mail, acabam por ter um depoimento muito mais emotivo do que quem participa por telefone. As palavras soam com muito mais sentido, e o discurso colocado nos e-mails acaba sempre por parecer mais ponderado do que quem liga para falar. Por outro lado, a emoção da voz não esconde os sentimentos e a verdade daquilo que se está a sentir no momento:

É verdade que quem participa por e-mail é mais emotivo, mas isso porque há pessoas que são muito tímidas e que nunca falaram no ar. Quando se escreve, não

---

<sup>69</sup> Entrevista a Vera Sacramento, Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>70</sup> Entrevista a Vera Sacramento, Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

está lá ninguém ao nosso lado a sentenciar, ou a olhar para o que estamos a escrever. As palavras saem do fundo da alma, escrevem com emoção.<sup>71</sup>

Quem liga tem a emoção da voz, e a voz não esconde a dor, a alegria, nem eu consigo esconder a dor e a alegria. E quem liga também não esconde, por isso acho que é mais emotivo quem liga. Por outro lado, quem escreve expressa-se de uma forma mais racional, e aí pode ser uma mais valia para os outros ouvintes a perceberem.<sup>72</sup>

Com participações de todo o tipo de ouvintes, e com depoimentos mais emotivos, ou mais efusivos, a grande vantagem do programa é mesmo essa: a oportunidade de dar voz a uma vontade, a um desejo:

São duas horas de puro prazer radiofónico não havendo igual, pelo menos nas rádios nacionais, que prendem de segunda a sexta feira milhares de ouvintes por todo o mundo via rádio e internet. Vale a pena passarem por lá e desfrutarem do ambiente tranquilo e descontraído que o programa proporciona.<sup>73</sup>

Sendo um programa no qual todos podem participar, acaba por ser a voz do povo. Um programa feito por ouvintes e para os ouvintes.

#### **4.4 – O locutor**

A importância de um locutor para o mundo radiofónico é inquestionável. Se inicialmente a rádio vivia essencialmente de música e de leitura de textos, hoje em dia o locutor ocupa um papel muito importante para o funcionamento de uma rádio. Sendo a voz uma forma de identificação social, é através dela, e neste caso através da voz do locutor, que os ouvintes criam e mantêm uma ligação com a estação de rádio.

No caso em estudo (programa da 00h00 – 02h00, de Óscar Daniel), o papel do locutor acaba por ter contornos específicos. Sendo um programa onde existe a possibilidade de conversa directa com o locutor, este tem de possuir determinadas

---

<sup>71</sup> Entrevista a Vera Sacramento, Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>72</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>73</sup> Bartolomeu Quintanilha, “Blogue: o sitio certo” in

[http://ositiocerto.blogspot.com/2008\\_02\\_01\\_archive.html](http://ositiocerto.blogspot.com/2008_02_01_archive.html)

características. Neste caso, mais importante do que saber falar, o locutor tem que saber ouvir:

Uma das coisas mais importantes que eu aprendi ao longo dos anos é que não importa o que eu digo, é importante sim saber ouvir, e isso não é uma atitude passiva porque as pessoas sentem se tu sabes ouvir ou não, mesmo quando não dizes muitas palavras. Julgo que essencialmente as pessoas gostam de ter alguém para as ouvir.<sup>74</sup>

No caso específico o locutor acaba por ocupar dois papéis diferentes: o de locutor e o de ouvinte ao mesmo tempo. Como refere Óscar Daniel, esta não é de facto uma atitude passiva e muitas vezes torna-se difícil saber mediar uma conversa. Ao viver de depoimentos da vida real, existem sempre alguns que de alguma forma acabam por tocar pessoalmente o locutor. Desta forma o mediador necessita ter outra característica importante: saber reagir perante situações inesperadas. Segundo Óscar Daniel, reagir naturalmente é a melhor solução:

Eu reajo a determinado tipo de situação quer seja ela cômica ou dramática como reagiria na minha vida real. Não é porque estou em rádio que vou esconder os meus sentimentos. Não vou esconder quando uma situação me incomoda, quando me faz rir, quando me faz chorar, quando me preocupa. Reajo como se a pessoa estivesse ao meu lado ou à minha frente e reajo até epidermicamente.<sup>75</sup>

Embora grande parte dos depoimentos sejam positivos, no sentido em que não causam desconforto a quem ouve o programa, existem outros que necessitam de uma maior intervenção do locutor. Existem sempre depoimentos mais exaltados, e até determinados assuntos que não devem ser discutidos em rádio, e embora a escolha dos ouvintes seja feita antes de entrarem em directo, nem sempre é fácil prever o que estes irão dizer, acabando por vezes por surgir situações onde existe uma necessidade de terminar a conversa. Nestes casos torna-se mais complicado mediar o programa e cortar a conversa a um ouvinte pode não ser bem visto pelos demais:

Em situações embaraçosas cortar a conversa é o pior que se pode fazer, porque quem está a ouvir do outro lado não vai gostar deste tipo de atitude, não sendo também a atitude mais correcta. Nestes casos a melhor opção é saber ouvir, e

---

<sup>74</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>75</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

saber fazer sentir à outra pessoa que existem outras pessoas a ouvir e que há determinadas coisas que não se podem, nem devem ser ditas por respeito.<sup>76</sup>

No caso do programa em análise, mais do que um locutor, o Óscar Daniel acaba por assumir o papel de “psicólogo”. Se em temas mais leves os depoimentos podem proporcionar uma noite divertida, em outros casos a noite pode tornar-se mais pesada com depoimentos mais sérios. Tendo sempre presente que se trata de um programa que retrata as problemas da vida real, em determinados casos as intervenções podem mesmo chegar a ser problemáticas:

Lembro-me de uma situação onde foi muito difícil mediar a conversa. Um casal jovem ligou para dizer que já há algum tempo que estavam agarrados à droga. Já tinham vendido tudo o que tinham em casa, já tinham recorrido a tudo o que era ajuda, e mesmo assim não conseguiam deixar a droga. Ligaram porque ambos precisavam de desabafar, e dizer a alguém que iam tomar a atitude mais drástica da vida deles: ela ia prostituir-se para conseguirem comprar droga. Nestas situações é muito difícil ouvir isto, queremos ter uma solução mágica e rápida mas, na verdade, não a temos.<sup>77</sup>

Em directo, sem grande tempo para reflectir nas situações, cabe ao locutor saber lidar com este tipo de depoimentos. O ouvinte que liga espera somente que do outro lado surja uma voz amiga que, embora não vá resolver o seu problema, tenha uma palavra de conforto a dizer. Exactamente por situações como estas acontecerem, os ouvintes acabam por criar uma relação com a voz que os ouve. Aquela voz que todos os dias está lá para os ouvir, reconfortar, entreter e até fazer sorrir tem sempre uma palavra a dizer, mesmo que esta não vá resolver os seus problemas. Em entrevista a alguns ouvintes do programa, uma das perguntas que se colocou foi se faria diferença para eles que fosse outro locutor a apresentar o programa. A maioria das pessoas respondeu que sim:

É um bocado pretensioso, até porque só conheço o Óscar pela relação de locutor / ouvinte, não sei se haverá outras pessoas com as mesmas características e com as mesmas qualidade que o Óscar tem. Mas, de facto, o que não tenho grande dúvidas é que a postura e a forma de intervir do Óscar é claramente uma forma que me agrada bastante, e já tive oportunidade de lhe dizer várias vezes, e digo com toda a verdade que o Óscar tem um simpatia intrínseca ou natural que passa na rádio. Sinceramente não sei se se verifica depois na vida particular ou não,

---

<sup>76</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>77</sup> *Ibidem*

mas pelo menos a percepção que o Óscar emite nos microfones é claramente de uma pessoa, eu diria que magnética. A serenidade com que ele geralmente modera os diversos temas, o cuidado que tem em relação a algumas opiniões que eventualmente surgem, a paciência que ele revela em intervenções que eu diria que facilmente se concluem que são intervenções menos avalizadas, e portanto acho que o segredo do programa está exactamente nessas grandes características que o Óscar tem. Não tenho dúvidas de que ele é a pessoa indicada para este formato.<sup>78</sup>

Ao analisar todas as entrevistas, percebe-se facilmente que todos os ouvintes fazem questão de mencionar que também gostam muito da locutora de substituição do Óscar Daniel, quando este não se encontra presente, mas sempre frisando que nunca é a mesma coisa:

Eu gosto muito do Óscar. Embora goste também dos locutores de substituição, mas nunca é a mesma coisa.<sup>79</sup>

O Óscar tem voz, tem qualidade, tem uma voz amiga, é excelente para o tipo de programa em questão. Acho que este é e sempre será o programa do Óscar, quer seja ele a apresentá-lo ou não.<sup>80</sup>

Um locutor deve ter sempre em conta que é ele enquanto mediador que se deve aproximar do ouvinte, e não o contrário. Ao comunicar, o locutor não pode esquecer que apesar de ser o ouvinte a escolher a estação de rádio, cabe-lhe a ele saber cativar os ouvintes, utilizando não só a sua voz, como também as suas capacidades como comunicador. Ao desempenhar bem a sua função, a simpatia que é criada entre os ouvintes e o locutor faz com que o programa em questão seja um hábito diário para muitos que o ouvem.

---

<sup>78</sup> Entrevista a José Pereira Dias , Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>79</sup> Entrevista a Mário Rato, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>80</sup> Entrevista a Pedro Teixeira, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

#### 4.5- A importância da voz: A noite tem uma voz amiga

A rádio é talvez o meio que vive mais próximo da sua audiência. Oferece música, informação, cultura e entretenimento, e ainda tem a vantagem de ser de fácil acesso. Se observamos o comportamento de algumas pessoas ao ouvirem rádio, no carro por exemplo, constatamos algo curioso. Muitos dos ouvintes conversam com o locutor enquanto ouvem rádio. Isto acontece porque a rádio estabelece uma relação de intimidade e de confiança que o ouvinte acaba mesmo por pensar que o locutor é um velho amigo que todos os dias o acompanha. A grande prova disso é o programa em análise, e a forma carinhosa com que os ouvintes se dirigem ao locutor. Por norma este é sempre chamado pelo primeiro nome, o que indica uma ideia de intimidade que na maioria dos casos não existe na vida real.

Já dei por mim várias vezes a falar com o Óscar, com a clara sensação, ou pelo menos com a percepção, que podia estar a fazê-lo da mesma forma se estivesse com o Óscar sentado numa esplanada a beber um café, e portanto diria que é essa a grande virtude que vejo nos programas do Óscar.<sup>81</sup>

O locutor é muitas vezes o “grande amigo” do ouvinte, e é exactamente por isso que a rádio envolve as pessoas criando uma atmosfera de cumplicidade, como se existisse uma conversa de um para um. A capacidade que a rádio tem de cativar ouvintes através da voz, acaba por fazer da rádio um meio tão visual ou mais do que a própria televisão. Conseguindo acesso total à imaginação dos ouvintes, o meio pode despertar inúmeros sentimentos através do uso da voz. Um bom exemplo disso é o programa da noite da RR. Neste programa, o locutor mais do que um mediador, é uma voz amiga, que há muitos anos mantém ouvintes fieis, não só pela sua postura como locutor, mas também pela sua voz:

Existem muitos ouvintes fieis há anos, inclusivamente a outros horários do Óscar. Embora o programa esteja no ar há quatro anos com este formato, antigamente o Óscar fazia o horário das 02h00 - 05h00, e portanto existem muitos ouvintes que participam hoje em dia que já eram ouvintes do Óscar no antigo programa.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Entrevista a José Pereira Dias , Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>82</sup> Entrevista a Vera Sacramento , Assistente de produção do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

A importância da voz é inegável, é através dela que os ouvintes se ligam não só à estação de rádio, como ao locutor em questão. A escolha de uma rádio depende sempre do conteúdo que procuramos ouvir. Ao procurarmos uma estação apenas como forma de informação, a voz do jornalista não soa tão importante, pois será uma intervenção meramente informativa. Por outro lado se procuramos uma rádio como forma de companhia ou de entretenimento a voz ganha outra dimensão. Mais do que boa música, ou ouvintes procuram companhia. Para os entrevistados, o locutor do programa mais do que um moderador, é uma companhia, é uma voz amiga que reconforta e que não esconde a sua essência: é magnético:

Ele tem uma qualidade que eu considero única. Eu oiço os outros moderadores, e percebe-se que têm muita dificuldade em tolerar intervenções mais exaltadas. Já o Óscar tem esse dom. Quando ligo para o programa e falo com ele fico com a sensação que tenho, quando estou a falar com as pessoas mais próximas, ele tem um magnetismo que lá esta: os microfones podem filtrar muita coisa, mas há outras que deixam transparecer.<sup>83</sup>

Por ser autêntico, e não esconder o que sente em situações mais sentimentais, o locutor do programa acaba por se tornar muito próximo dos seus ouvintes:

Eu acho que o Óscar tem muito jeito, gosto de o ouvir, é bastante agradável e tem muito jeito para mediar o programa. Na minha opinião a escolha do Óscar para locutor deste programa foi bastante pertinente.<sup>84</sup>

Mais do que uma companhia, a voz funciona como forma de terapia, para quem está sozinho e encontra no programa uma forma de companhia. É igualmente uma terapia para quem liga com a intenção de desabafar um problema que não partilha com mais ninguém; para quem liga com a vontade de que alguém o ouça; e para quem há muito tempo vive na tristeza:

Há uma história que me toca particularmente e da qual me lembro sempre. Um psiquiatra um dia ligou-me para me dizer que já me ouvia há algum tempo e que tinha alguns pacientes que ele acompanhava sem grandes melhoras. A dada altura ele resolveu em vez de estar a administrar-lhes produtos químicos, dizer-lhes para ouvirem o programa. Lembro-me que falou de uma paciente em particular que já acompanhava há algum tempo. Era uma pessoa muito amarga, muito deprimida, que tinha ficado viúva há pouco tempo, e que nunca numa consulta tinha

---

<sup>83</sup> Entrevista a José Pereira Dias , Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>84</sup> Entrevista a Susana Melo, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

esboçado um sorriso. A dada altura recomendou-lhe o programa como forma de terapia. Dias depois disso a paciente entrou-lhe no consultório com um sorriso e a dizer que o programa foi a melhor coisa que lhe podia ter receitado.<sup>85</sup>

Para melhor se entender o significado da voz em rádio, é necessário primeiro esclarecer uma dúvida que foi surgindo ao longo desta investigação. Ao analisarmos vários dos programas que foram para o ar, foi notório que muitos dos ouvintes que ligam acabam por confidenciar problemas das suas vidas pessoais a uma pessoa que na realidade não conhecem. Como exemplo concreto, um dos programas analisados tinha como tema “desaparecidos por opção”. Este foi talvez o programa analisado que mais dúvidas causou nesta investigação. Um ouvinte relatou que após cometer um crime em Portugal teve como opção de escolha cumprir a sua pena na legião francesa. Mudou-se para um “mundo novo”, onde segundo o ouvinte foi ensinado a não sentir. No seu depoimento começa por dizer que não sente, que vive em família porque a sociedade assim o obriga, não fala porque não sente necessidade de desabafar, tem poucos amigos porque não conhece o significado de amizade, e que vive bem sozinho. De facto todo este depoimento parece contraditório face ao que o ouvinte acaba de fazer. Ligou para um programa de rádio para falar com alguém que não conhece e desabafou sobre aquilo que diz não sentir. Afinal o que leva uma pessoa a ligar para um programa de rádio para falar sobre assuntos que não falaria com mais ninguém? Que sentimento existe que o liga ao locutor?

Perguntei-me muitas vezes porque que as pessoas ligam e desabafam comigo sobre coisas que provavelmente não o fariam com mais ninguém. E é curioso, não quero ser pretensioso, mas a dada altura houve uma senhora que escreveu uma crítica sobre o meu programa da noite, e até foi numa altura em que eu deixei de fazer o programa da noite para fazer outros horários durante o dia. Na sua crítica a ouvinte dizia que achava uma grande asneira o que a estação de rádio estava a fazer, porque para ela o meu lugar certo era ali. Eu não sei se o meu lugar certo será aqui, mas ela disse algo que eu nunca mais me esqueci porque me fez sentir um pouco dessa responsabilidade, mas por outro lado também senti que aquilo definia de certa forma a relação que eu conseguia ter com as pessoas, e que as pessoas tinham comigo. Ela dizia que a minha voz era como dois braços que abraçavam quem estava a ouvir. Eu julgo que é isso, as pessoas sentem-se acolhidas. Já tive situações em que as pessoas ligam, conversam e no fim dizem “olha eu nunca disse isto a ninguém, e agora estou-lhe a contar a si com muitas outras pessoas a ouvirem, mas eu a si consigo dizer-lhe isto.”<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>86</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

Não conhecendo pessoalmente o locutor, limitando-se apenas a ouvir o seu programa com regularidade, é através da voz que este ouvinte cria um laço com o mediador. Casos como este demonstram o poder que a voz representa numa estação de rádio. Mais do que um mero comunicador, o locutor acaba, através da sua voz, por criar laços afectivos com pessoas que nunca viu.

Como referido anteriormente no capítulo 3, a voz apresenta características que permitem à audiência não só criar uma ligação afectiva com a voz, como possibilita a veiculação de padrões físicos que criam no ouvinte uma imagem mental preconcebida do locutor. Muitos dos ouvintes que ligam para o programa não têm qualquer tipo de noção de como será o Óscar Daniel fisicamente, criando na sua cabeça uma imagem associada à voz que ouvem. E se para muitos dos ouvintes o aspecto físico não importa, para outros a curiosidade de conhecer a cara por detrás da voz amiga pode ser um “casamento perfeito”:

Quando ouvimos uma voz, aquela voz materializa-se numa imagem. Durante meses a fio conversei com o Óscar e tinha na minha cabeça uma imagem pré definida. Um dia resolvi ir ao site e descobri como era o Óscar na realidade. Na altura não tinha nada a ver como o que eu imaginei, mas agora tem, porque casei a voz com a imagem. A voz do Óscar é diferente. Quando ele fala vê-se um sorriso. É uma voz acolhedora, simpática, está sempre com um sorriso e isso sem dramatizar dá uma certa leveza ao programa.<sup>87</sup>

O hábito da voz conhecida, e a afeição que se cria com o locutor do programa, em alguns casos leva a situações difíceis de perceber. Em entrevista a Francisca Favilla, foi levantada a questão se teria existido alguma vez um programa que tivesse fracassado, ou que não tivesse conseguido a adesão dos ouvintes:

Não me lembro de alguma vez ter havido um programa, que se possa dizer que foi um desastre. Mas lembro-me de uma vez em que o Óscar foi substituído por uma colega, a Sónia Santos. Como era a primeira vez que ela fazia este programa, tive o cuidado de escolher um tema em que ela se sentisse particularmente à vontade. Escolhi o tema das novas tecnologias que já tinha provado ser em outros programas do Óscar, um sucesso estrondoso. Na noite porém em que a Sónia foi à antena por uma razão que nos ultrapassa o programa não pegava. Para resolver o problema a locutora teve que ligar ao namorado para participar arrancando assim o programa. Depois da sua participação o programa pegou normalmente. É

---

<sup>87</sup> Entrevista a Mário Rato, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

um pouco um mistério um programa que sempre funcionou, naquela noite não ter sido tão fácil.<sup>88</sup>

Um mistério que se explica pela diferença da voz. Embora seja uma locutora conhecida da estação, para os ouvintes da noite era uma novidade. Não conheciam, não existia afinidade, e ninguém arrisca a ligar até se ouvir a primeira interacção entre locutor / ouvinte. Este tipo de situações acaba por provar que embora a escolha do tema seja bastante pertinente para a participação no programa, é através da voz que muitos dos ouvintes se mantêm fieis. Existindo uma fidelização com a voz do programa, e visto ser um programa que vive de participações dos ouvintes, é através desta que se gera a interactividade do programa.

Mais do que um bom locutor, e um bom ouvinte, para muitos dos que o seguem, o Óscar Daniel tornou-se um bom amigo. Um amigo que saiu detrás do microfone e se tornou real. Hoje em dia “este grande comunicador de rádio”<sup>89</sup> mantém e cultiva ligações pessoais com alguns ouvintes que conheceu no programa. Pessoas que de alguma forma marcaram uma posição que se destacou. Quer seja pela simpatia, ou pela boa conversa, há um grupo de ouvintes que de alguma forma conseguiram cativar a atenção do locutor, que hoje em dia conservam como amigo pessoal:

Conheci muita gente no programa com quem hoje em dia saio, janto, convivo, e faço questão de estar presente.<sup>90</sup>

Sendo a voz um dos factores de maior importância no mundo da rádio, neste programa em particular a sua importância destaca-se. É através dela que os ouvintes são cativados, é a ela que os ouvintes confessam e contam problemas da vida real, é com ela que à noite choram, riem, dão gargalhadas, e se mantêm com companhia. Mais do que um simples programa de rádio, para alguns dos ouvintes do programa, à noite a Rádio Renascença tem uma voz amiga.

---

<sup>88</sup> Entrevista a Francisca Favilla, produtora do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>89</sup> Entrevista a Mário Rato, Ouvinte do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

<sup>90</sup> Entrevista a Óscar Daniel, Locutor do programa 00h00 – 02h00 na RR, realizada a 29/10/2010

## **Conclusão:**

O objectivo deste relatório de estágio foi analisar de que forma a voz influencia a interactividade que a rádio promove. Para um estudo mais aprofundado, recorremos à análise do programa da noite da Rádio Renascença: 00h00 – 02h00 com Óscar Daniel.

A primeira ilação retirada do trabalho realizado é que a rádio continua a ser um meio de comunicação de massa com grande alcance junto do público. Para além de muitas vezes ser o único meio que leva informação e entretenimento a locais onde os outros meios de comunicação ainda não chegaram, no caso dos programas de linha aberta, estes funcionam igualmente como uma companhia para o ouvinte. Diminuem a tristeza e a solidão, e ainda proporcionam uma participação directa de quem ouve. Não só criam a oportunidade de o ouvinte participar nos programas, como ao mesmo tempo despertam a imaginação e a emocionalidade através das palavras, transmitindo a ideia de que naquele exacto momento o locutor está a falar exclusivamente para uma pessoa individual.

Sendo um meio onde é possível a participação directa, outra ilação que podemos retirar é que a rádio acaba por ser um dos meios que mais interactividade promove. Exemplo disso é o programa em análise: 00h00 – 02h00 com Óscar Daniel. A funcionar de segunda a sexta feira das 00h00 às 02h00, o programa da noite na Rádio Renascença funciona desde 2005, com formato de linha aberta. Trata-se do formato que mais interactividade promove na rádio, exactamente porque permite aos ouvintes serem parte integrante do programa, tendo a oportunidade de dar voz às suas opiniões. Conquanto a participação mediada seja um caso de sucesso no programa em estudo, o formato de linha aberta é aplicável a outros meios de comunicação, nomeadamente à televisão. Contudo o meio radiofónico é o que mais importância lhe atribui, sendo mesmo possível afirmar que este tipo de formato é altamente radiogénico.

De acordo com Crisell (1994:192) existem três tipos de programa de linha aberta: *the expressive phone in*, *the exhibitionist phone in* e *the confessional phone in*. No caso do programa em análise, pode afirmar-se que este encaixa-se tanto no *expressive phone in*, onde o objectivo é que o ouvinte ligue para expressar a sua

opinião privada sobre assuntos públicos, como no *confessional phone in*, onde o locutor ocupa o lugar de conselheiro do ouvinte que liga para partilhar os seus problemas. Aqui o locutor ocupa um lugar de confiança, embora uma confiança “estranha” visto que o ouvinte liga para desabafar com alguém que nunca viu.

Constituído de temas diferentes todos os dias, existe a preocupação de agradar um pouco a todos os que o ouvem. Assim sendo, é possível encontrar neste programa não só temas da actualidade como assuntos do quotidiano e problemas da vida real, que todas as noites chegam a casa dos ouvintes que procuram o conforto de uma voz amiga. Com duração de duas horas, ao longo de todo o programa os ouvintes são convidados a participar, a partilhar a sua história, a sua opinião e até a aprender. Sendo este um programa feito não para quem sabe, mas para quem tem algo a dizer, ao permitir uma participação de igual para igual, possibilita ainda aos ouvintes aprenderem com os variados depoimentos que vão sendo dados.

Visto como um programa que dá “voz ao povo”, é possível encontrar todo o tipo de participações. A grande questão que se colocou ao longo deste estudo foi o que levava alguém a ligar para uma estação de rádio e partilhar com alguém que nunca viu uma história de vida que em muitos casos nunca foi partilhada com mais ninguém. Para um melhor entendimento, recorreremos ao uso da teoria dos usos e gratificações, que afirma que na sociedade cada indivíduo utiliza os meios de comunicação como forma de satisfação das suas necessidades pessoais.

Para a aplicação desta teoria foram realizadas entrevistas a cinco ouvintes regulares do programa da noite e à equipa do programa, composta por três pessoas.

Ao analisar em detalhe os conteúdos das entrevistas, destacam-se duas motivações para audição do programa. A maioria dos ouvintes entrevistados utilizam o programa como forma de companhia, ou como forma de dar voz aos problemas da sociedade. Mais importante do que se manterem informados, os ouvintes entrevistados afirmam que o programa é uma mais valia pelo facto de possibilitar a expressão de opiniões livres.

Por outro lado, a motivação que mais se destacou foi a identificação com a voz. Alguns dos ouvintes entrevistados assumem que ouvem o programa porque vêem no locutor uma voz amiga e com a qual têm vontade de falar. Aqui a voz ganha um novo

sentido. Sendo um programa de linha aberta, o locutor, mais do que bom comunicador, tem de ser bom ouvinte. Saber ouvir o desabafo de quem liga é importante, pois é a atitude do locutor que gera a confiança do ouvinte. Ocupando também o papel de “psicólogo”, este tem de saber lidar com situações inesperadas.

Assim é possível concluir que os depoimentos mais emocionados se devem à identificação com a voz. Ao sentirem que do outro lado existe alguém com predisposição para os ouvir, os ouvintes acabam por contar histórias pessoais e por desabafar com quem não conhecem pessoalmente. Por conseguinte, acabam por criar laços afectivos com o locutor. Exemplo disso é a forma carinhosa como se dirigem ao animador, chamando-o sempre pelo primeiro nome, como se existisse uma relação de intimidade que na maioria dos casos não existe na vida real.

Em suma, a voz ganha então um outro significado neste estudo. Sendo ela um dos elementos fundamentais para a participação neste tipo de programas, é ela que acaba por promover a interactividade. Visto como um “grande amigo” do ouvinte, o locutor acaba por ser o elemento fulcral para o envolvimento da audiência com o meio, criando uma atmosfera de cumplicidade, como se existisse uma conversa de um para um. Ao possuir a capacidade de cativar através da voz, o locutor acaba por conseguir acesso total à imaginação dos ouvintes, acabando mesmo por criar laços de amizade através da audição do programa.

A segunda ilação retirada deste relatório de estágio, é que existe um sentimento de intimidade entre a rádio e a sua audiência. Segundo Giddens intimidade é precisamente o que a rádio oferece:

Como sabemos, a rádio “fala connosco” como individuais, fazendo-nos sentir parte de uma comunidade. “Ouvimos rádio”...para nos sentirmos longe do sentimento de depressão e de isolamento, para nos sentirmos ligados a alguma coisa, para nos “embrulharmos no envelope” do prazer, da informação e do poder (Berland, 1993:211)

Quanto mais sozinhos e isolados nos sentimos, mais predisposição temos para estarmos ligados a um meio como a rádio. “ A nossa relação com o meio no entanto, não é interinamente construtiva. A comunidade não é real mas imaginada, a intimidade é sintética”. (Berland, 1993:211)

Para cada ouvinte de uma estação de rádio existe um sentimento diferente face ao que está a ouvir, e sendo a rádio um meio mais susceptível a abrir novas leituras, exactamente porque a televisão tem componente visual e a rádio não, acaba por existir um enorme esforço de quem ouve para criar imagens mentais a nível cognitivo. Ao existir este esforço para a criação de imagens mentais, o ouvinte acaba por criar um sentimento de proximidade com o meio:

Como ouvintes, somos então co-produtores da rádio. Todos nós criamos as nossas imagens quando ouvimos rádio, todos moramos em mundos domésticos que moldam a nossa audição de diferentes maneiras. Ao mesmo tempo, levamos a rádio tão a sério que não damos conta de pequenas infiltrações na nossa mente e das associações que geramos. (Hendy, 200:145)

Este sentimento de pertença ao meio, muitas vezes está associado à empatia que existe entre o ouvinte e a voz do locutor. Se nos sentimos sozinhos ou isolados, muitas vezes aquela voz que está do outro lado acaba por ser a única forma de nos sentirmos acompanhados. Assim sendo, acaba por se tornar numa presença assídua na vida de quem ouve. É exactamente isso que acontece no programa em análise. Tratando-se de um programa que decorre durante a noite e sendo esta a altura em que muitos ouvintes se encontram em casa sozinhos e sem companhia, o locutor passa a ser um amigo:

A relação entre locutores, ouvintes e espectadores é uma relação não forçada porque é impossível de ser forçada. Os locutores devem, antes de tudo, considerar sempre como vão falar com as pessoas que não têm nenhuma razão ou propósito em particular para ligar a rádio. (Hendy, 200:144)

Relativamente ao locutor este não pode esquecer que quando fala, tem sempre de o fazer para uma pessoa individual embora esteja a falar para toda a audiência. Ao usar este tipo de linguagem ajuda a criar ainda mais laços afectivos com o meio. Assim é possível concluir que a rádio é o meio que mais intimidade cria com a sua audiência. Não só porque lhes permite a participação directa, como o uso da voz possibilita aos ouvintes um sentimento de amizade.

Em suma, a última ilação retirada deste relatório de estágio é que a voz é um elemento fundamental para a interactividade e para a intimidade que o meio proporciona.

Embora a participação em programas de linha aberta não seja a única forma de interactividade, visto que existe a possibilidade de participações em outros programas através do envio de e-mail, redes sociais e do uso do telefone, este é sem dúvida, o programa que mais interactividade possibilita aos ouvintes da Rádio Renascença.

Desta forma, a rádio não só possibilita interacção com o meio criando nos ouvintes um sentimento de envolvimento, como ainda permite a participação de igual para igual. No caso da Rádio Renascença, a interactividade que o programa em análise promove, deve-se ao locutor que conseguiu fazer deste programa sobretudo um espaço de conversa, de companhia e de confiança no qual é possível expressar as opiniões individuais.

Relativamente à intimidade, embora esta seja possível em todo o tipo de programas de rádio, o formato de linha aberta acaba por facilitar este tipo de sentimento. Ao existir hipótese de os ouvintes ligarem e conversarem directamente com o locutor, ajuda a reforçar a intimidade e ainda a fidelização à estação de rádio.

## Bibliografia

ANTÒN, Emma Rodero, (2007). “El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/rodero-emma-tono-voz-femenina.pdf> (Consultado a 16/06/2010).

ARAÚJO, Carlos Alberto (2001). *Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências*. Rio de Janeiro: Vozes.

BALSO, Roberta (2007). “Interactividade: possibilidades de interação entre o Rádio e a Internet”. In <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/9ed6678b48c8afe0c33f6e687f43ce4e.pdf> (Consultado a 14/06/2010).

BARTHÉS, Roland (1981). *O grão da voz*. Lisboa: Edições 70.

BARTHES, Roland (2009). *O óbvio e o obtuso*. Lisboa: Edições 70.

BERLAND, Joy (1993). *Sound, Image, and Social Space: Music Video and Media Reconstruction* in *Sound and Vision: The Music Television Reader*, edited by Simon Frith, *et al*: Routledge

BESSA, Mariana (2004). “O aspecto vocal no rádio jornalismo”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf> (Consultado a 26/04/2010).

CAMPOS, Renato (2002). “A Teoria Funcionalista”. In [http://www.unaerp.br/comunicacao/professor/renato/arquivos/funcionalismo\\_tc2.pdf](http://www.unaerp.br/comunicacao/professor/renato/arquivos/funcionalismo_tc2.pdf) (Consultado a 20/06/2010).

CANCIAN, Juliana, *et al* (2007). “O rádio como instrumento facilitador no processo e inclusão social”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/cancian-juliana-radio-como-instrumento-facilitador.pdf> (Consultado a 16/05/2010).

- CARDOSO, Gustavo, *et al* (coord.) (2009). *Media, redes e comunicações: futuros presentes*. Lisboa: Quimera.
- CASTRO, Joana. “O papel da imaginação no jornalismo Radiofónico: construção de notícias e imagens mentais”. In <http://www.joanacastro.com/Papel.pdf> (Consultado a 22/06/2010).
- CORDEIRO, Paula (2004). “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”. In <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf> (Consultado a 20/05/2010).
- CORDEIRO, Paula. (2006). “O Ouvinte em linha e a interactividade na rádio de público jovem: o programa “Prova Oral” na Antena 3”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/cordeiro-paula-ouvinte-interactividade.pdf> (Consultado a 15/05/2010).
- CRATO, Nuno (1998). *A imprensa*. Lisboa: Editorial Presença.
- CRISELL, Andrew (1994). *Undertanding Radio*. London: Routledge.
- DINIZ, Ricardo (2010). “Tempo para parar”, *OJE*, 26 Marco, p. 17.
- FLEMING, Carole (2002). *The Radio Handbook*. London: Routledge.
- HARTLEY, John (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media, Conceitos – Chave*. Coimbra: Quimera.
- HENDY, David (2000). *Radio in the Global Age*. Oxford: Polity Press.
- KAEMPFER, Rick e Swanson, John (2004). *The Radio Producer’s Handbook*. New York: Allworth Press.
- KIOUSIS, Spiro (2002) “Interactivity: a concept explication.” *New Media & Society*, SAGE Publications, Vol 4(3) pag:355–383 In

[http://reirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta866.pdf](http://reirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta866.pdf)

(Consultado a 03/11/2010).

LAVOINNE, Yves (1975). *A Rádio*. Lisboa: Coleção Trimédia.

MATTELART, Armand e Mattelart, Michèle (1997). *História das Teorias da Comunicação*. Coleção Campo dos Media: Editora Campo das Letras.

MCLEISH, Robert (1999). *Radio Production: A Manual for Broadcasters*. Oxford: Focal Press.

MCLEISH, Robert (1999). *Radio Production*. Oxford: Focal Press.

MCQUAIL, Denis (2003). *Teoria da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

MEDITSCH, Eduardo (1996). *A especificidade do Rádio Informativo*. Coimbra: Minerva.

MEDITSCH, Eduardo (1997). “A nova Era do Rádio: o Discurso do Rádio Jornalismo enquanto produto intelectual electrónico”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/bessa-mariana-radio-jornalismo.pdf> (Consultado a 16/05/2010).

MEDITSCH, Eduardo (1999). *A rádio na era da informação*. Coimbra: Minerva.

MEDITSCH, Eduardo (2001). “O ensino do radiojornalismo em tempos de internet”. In <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP6MEDITSCH.pdf> (Consultado a 16/05/2010).

MENESES, João Paulo (2006). “As dez rádios mais ouvidas em Portugal: Os formatos nas estratégias de programação”.( Dissertação de Mestrado. Departamento de Psicologia Evolutiva e Comunicação da Universidade de Vigo) In

<http://formatosdaradio.no.sapo.pt/> (Consultado a 20/05/2010).

MENESES, João Paulo (2007). “Internet: possibilidades e ameaças para a rádio Musical”. In <http://www.bocc.uff.br/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf> (Consultado a 15/05/2010).

MENESES, João Paulo (2003). *Tudo o que se passa na TSF...para um “livro de estilo”*. Porto: Jornal de Notícias.

MINKOV, Mikhail (1983). *Jornalismo Rádiofónico*. Praga: OIJ.

RIBEIRO, Nelson (2002). *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

SANTOS, Rogério (2005). *As vozes da rádio, 1924-1939*. Lisboa: Caminho.

SANTOS, Rogério (2010). *Rádio em Portugal: tendência e grupos de comunicação na actualidade*. Lisboa:UCE.

SILVA, Duarte Bento (2005). “Ecologias da Comunicação e contextos educacionais”. Universidade do Minho. In <http://www.iep.uminho.pt/tceI/Material/Ecol.%20da%20com.%20e%20contextos%20educacionais.pdf> (Consultado a 26/05/2010).

SOUSA, Jorge Pedro (2000). *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva Coimbra.

WOLF, Mauro (1987). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

ZUCULOTO, Valci (2005). “Debatendo com Brecht e a sua teoria do rádio (1927-1932) Um dialogo sempre actual sobre o papel social e as potencialidades da rádiofusão”. (XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação) In

<http://br.librosintinta.com/biblioteca/verpdf/www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/733b10f75b643de610f9cd3d087ea20c.pdf.htx> (Consultado a 20/06/2010).

**Webgrafia:**

<http://industrias-culturais.blogspot.com/> (Consultado a 06/06/2010).

<http://www.osegundochoque.blogspot.com/category/221-generalistas-ou-especializadas/> (Consultado a 26/05/2010).

[http://www.ositiocerto.blogspot.com/2008\\_02\\_01\\_archive.html](http://www.ositiocerto.blogspot.com/2008_02_01_archive.html)

(Consultado a 16/05/2010).

<http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/ler.php?modulo=18&texto=1107>

(Consultado a 04/06/2010).

<http://telefoniam.no.sapo.pt/> (Consultado a 26/05/2010).

<http://vecam.org/article591.html> (Consultado a 12/10/2010).