

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, na vertente de Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias, realizada sob a orientação científica do Professor Jorge Martins Rosa.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Nova de Lisboa, em particular à Faculdade de Ciências Sociais Humanas, pela oportunidade, pela consideração e pelo interesse em receber esta dissertação. Pela validação encontrada neste tema, enquanto matéria científica de estudo e por ser a casa onde, novamente, me encontrei intelectualmente.

Ao professor Jorge Martins Rosa, por ter aceitado, deste o primeiro momento, as ideias ainda rascunhadas de uma aluna fascinada com a cultura popular e com magia da rádio. Por ter ajudado a estabelecer fronteiras temáticas, pela paciência infinita e pela compreensão nos momentos mais fulcrais. Por ter acreditado, primeiro que todos, num trabalho desta dimensão e por nele me orientar cientificamente.

Ao Luís Filipe Barros e ao Henrique Amaro, protagonistas desta dissertação. Por terem apoiado o projeto desde o primeiro contacto e por terem respondido com entusiasmo à proposta desta dissertação. Por terem tido a determinação, resiliência e a confiança para investirem nos dois programas de rádio abordados nesta dissertação e por os tornarem memoráveis.

Ao Luís Filipe Barros, um agradecimento especial, pelas várias horas passadas a rebuscar memórias, entre gravadores, fotografias e páginas de jornais.

Ao Henrique Amaro, por ser um dos meus exemplos diários de profissionalismo, serenidade e brio, do lado de lá e do lado de cá dos microfones.

À Paula Guerra e ao Nuno Reis, que com o seu conhecimento e empenho, foram também participantes nesta dissertação. A ambos, agradeço a participação e valorizo o tempo que dispensaram e o interesse genuíno que têm na comunicação e na cultura.

Aos meus, que estiveram sempre comigo, dia e noite. Pelo apoio incondicional, mesmo nos momentos em que não estive presente.

O maior dos agradecimentos aos meus pais. Que nunca, em momento algum e perante todas as adversidades, desistiram de mim.

A Rádio Portuguesa Enquanto Fenómeno Cultural Popular
Análise Comparativa entre os Programas “Rock em Stock” (1979) e
“Portugália” (2002)

Vanessa Raquel de Garcia Augusto

RESUMO

Se a rádio e a cultura são sinérgicas, e se a cultura *pop* pode atuar como um estado intermédio entre a alta e a baixa cultura, parece-nos fundamental pensar a rádio como um fenómeno cultural popular. A primeira parte desta dissertação faz uma abordagem introdutória aos conceitos relacionados com a cultura *pop* e procura ilustrar o movimento interativo entre esta forma cultural e a rádio enquanto meio de comunicação. Se nas décadas de 1960 e 1970, nos Estados Unidos da América, os géneros musicais permitiam já a formação de subculturas e afirmavam a força da cultura da juventude, em Portugal o *boom* do *rock* e a alteração massificada de comportamentos chegou mais tarde, à boleia do que acontecia no resto do mundo.

Na segunda parte desta dissertação e depois de relacionarmos, à luz das ciências da comunicação, alguns rasgos de teorias relativas ao estudo da rádio, nomeadamente no que à teoria da interatividade radiofónica defendida por Bertolt Brecht diz respeito, iremos estreitar o foco desta investigação e aplicá-la a dois programas de rádio específicos. A partir de uma abordagem metodológica que tem por base a realização de entrevistas, a segunda parte deste trabalho contextualiza historicamente a rádio em Portugal e vai até dois programas de rádio em particular: o programa "Rock em Stock", realizado por Luís Filipe Barros, de 1979, e o programa "Portugália", de Henrique Amaro, surgido no ano de 2002. Os respetivos programas de rádio foram comparados à luz do seu contexto e tendo em conta o respetivo momento da história da rádio. Como conclusão, propomos a possibilidade dos programas de rádio que comparámos agirem na construção da subjetividade dos ouvintes, através das várias sinergias que concluímos existirem entre a rádio e a cultura *pop*.

O último ponto desta dissertação é dedicado às possibilidades da rádio do futuro, assumindo como premissa a teoria da interatividade proposta por Brecht.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, cultura, cultura *pop*, cultura contemporânea, comunicação, programas de rádio, “Rock em Stock”, “Portugália”, Luís Filipe Barros, Henrique Amaro, Paula Guerra, Nuno Reis, novos media, estudos radiofónicos, emissão radiofónica, Antena 3.

ABSTRACT

Considering radio and culture as a synergy and the liability of *pop* culture acting as an intermediate level between high and low culture, it seems fundamental to us to regard radio as a popular, cultural phenomenon. On the first part of this dissertation there is a preliminary approach to the concepts related to the *pop* culture and it attempts to picture the synergistic movement between this cultural form and the radio, as a means of communication.

On the second part of this thesis and after some approaches to the theories related to the study of radio as seen by the communication sciences, namely those concerning the interaction within the radio supported by Berthold Brecht, we are going to look at the focus of this investigation and enforce it to two specific portuguese radio shows, with a methodical approach based on interviews: “Rock em Stock”, directed by Luís Filipe Barros in 1979 and “Portugália”, directed by Henrique Amaro in 2002. Their respective radio programmes were compared in terms of context and bearing in mind their respective juncture in the history of portuguese radio.

Finally, this dissertation proposes the possibility of the compared radio shows act in the building of the listener’s self-development through various synergies that we concluded existing between radio and *pop* culture. We also write about the future radio’s possibilities, taking for granted as a premise the theory of the interaction proposed by Brecht.

KEYWORDS: radio, culture, *pop* culture, contemporary culture, communication, radio shows, “Rock em Stock”, “Portugália”, Luís Filipe Barros, Henrique Amaro, Paula Guerra, Nuno Reis, new media, radio studies, radio broadcast, Antena 3.

ÍNDICE

Introdução.....	1
Capítulo 1: Rádio e cultura <i>pop</i>	4
1.1. Uma aproximação da definição de cultura <i>pop</i>	5
1.2. Rádio e cultura: uma relação sinérgica.....	10
1.3. Rádio e comunicação.....	13
1.4. Contextualização e breve história da rádio em Portugal.....	20
Capítulo 2: Análise dos programas de rádio.....	31
2.1. Nota Metodológica.....	32
2.2. Perfil do realizador Luís Filipe Barros (“Rock em Stock”).....	35
2.3. Perfil do realizador Henrique Amaro (“Portugália”).....	40
2.4. Conteúdos e objetivos dos programas de rádio em análise.....	45
2.5. Rádio e novos media: projeções culturais de uma rádio do futuro.....	58
Conclusão.....	61
Bibliografia.....	64
Anexos:.....	66
Apêndice 1: Guiões das entrevistas realizadas aos realizadores de rádio.....	67
Apêndice 2: Guiões das entrevistas realizadas aos agentes culturais.....	69
Apêndice 3: Transcrições das entrevistas realizadas aos realizadores de rádio.....	71
Apêndice 4: Transcrições das entrevistas realizadas aos agentes culturais.....	81
Apêndice 5: Recortes de imprensa ilustrativos referentes aos realizadores de rádio.....	89

INTRODUÇÃO

O nascimento da Emissora Nacional, em 1935, trouxe como consequências a alteração das formas de comunicação mediática em Portugal. Enquanto voz do Estado Novo, o seu propósito estava relacionado com a transmissão dos ideais deste regime e a rádio, enquanto meio de comunicação, afirmou-se como meio eficaz de transmissão e perceção e apreensão de conteúdos pela parte dos ouvintes.

Ainda que a partir de 1940, a Emissora Nacional já funcionasse como um sistema relativamente autónomo, acabou por ser através da nacionalização das emissoras portuguesas e, principalmente, a partir da revolução de 1974, que a rádio se assumiu como meio de expressão livre.

Com a inauguração da Rádio Difusão Portuguesa, em 1975, a história da rádio nacional ganhou uma outra dimensão, comprometendo-se a prestar um serviço público de rádio. Tanto na sua vertente informativa como na sua vertente de entretenimento, a rádio portuguesa que hoje reconhecemos é o inevitável fruto de sinergias culturais, que ao longo das décadas, tem vindo a ser o reflexo de um país em contínuo crescimento.

A rádio, meio indissociável da experiência humana, pode ser investigada nas suas várias vertentes, sendo que a nossa investigação se prende, necessariamente, com a sua relação com a comunicação e com a cultura contemporânea.

A presente dissertação tem por objetivo explorar os efeitos interativos entre os programas de rádio e a cultura. O objeto do estudo é a rádio, tendo sido estabelecido como questão de partida, o caso da rádio portuguesa enquanto fenómeno cultural popular.

Pretendendo estudar esse fenómeno em Portugal, direccionámos a investigação para a análise de dois programas de rádio nacionais, procurando respostas para a questão: ‘De que forma poderão os programas de rádio agir/interagir com a cultura *pop*?’.

Neste sentido, efetuámos o levantamento do contexto cultural dos dois momentos em que os programas selecionados aconteceram ou acontecem.

Para compreendermos a dimensão cultural da rádio, a primeira parte da dissertação é dedicada a uma contextualização, que, numa primeira fase, se dirige à relação da rádio com a cultura *pop*. Na segunda fase, estreitámos a temática da contextualização, focando-a na rádio portuguesa.

A segunda parte da dissertação parte da análise de dois programas de rádio nacionais: o programa “Rock em Stock”, surgido em 1979, realizado por Luís Filipe Barros, e o programa “Portugália”, nascido em 2002, realizado por Henrique Amaro.

De entre os programas de rádio com conteúdos adequados ao alcance do objetivo da investigação, escolhemos os programas “Rock em Stock” e “Portugália” pelo acesso privilegiado aos testemunhos na primeira pessoa, atendendo a que se trata de pessoas do meio profissional do investigador, uma no ativo e a outra, à data, já aposentada.

Nesta dissertação incluímos referências a obras presentes na bibliografia especializada no estudo da cultura popular, traçamos o contexto subjacente aos programas de rádio que nos propusemos analisar, procuramos a relação com os conceitos do estudo das ciências da comunicação e partimos para a análise empírica, através da realização de entrevistas. Estando perante um fenómeno complexo, optámos por uma abordagem interpretativa, com recolha de dados no contexto natural da sua ocorrência.

As entrevistas foram conduzidas propositadamente para efeitos deste estudo. Foram entrevistados os dois realizadores de rádio responsáveis pela autoria dos programas de rádio selecionados: Luís Filipe Barros e Henrique Amaro. Foi com base nos dados recolhidos nas entrevistas e em recortes de imprensa¹, facultados pelos próprios participantes entrevistados, que traçámos o perfil dos dois realizadores dos programas de rádio em estudo.

Para a investigação a que nos propusemos, realizámos mais duas entrevistas a dois profissionais da comunicação, que consideramos agentes ativos na produção cultural contemporânea: Nuno Reis, radialista e atual diretor da rádio pública Antena 3², que mantém na grelha de programação o programa “Portugália” num registo diário; e também Paula Guerra, professora auxiliar de Sociologia na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e autora da tese de doutoramento *A instável leveza do Rock: génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*, bem como de artigos

¹ Num tom ilustrativo e complementar, uma amostra dos recortes de imprensa referentes aos autores dos programas em análise estão disponíveis no capítulo referente aos anexos desta dissertação, bem como as transcrições de todas as entrevistas realizadas para efeitos desta dissertação.

² A Antena 3 é uma das rádios da atual empresa pública Rádio e Televisão de Portugal. É portanto uma rádio de serviço público, que se rege atualmente através do *slogan*: “A alternativa pop”.

científicos, livros, comunicações, conferências e outros projetos de produção e divulgação cultural.

O facto de termos acesso imediato a estes dois agentes culturais, bem como ambos terem sido – e continuarem a ser – ouvintes de rádio, foram os motivos que nos levaram a incluir as considerações destes intervenientes na investigação.

As ideias discutidas nesta dissertação procuram fazer uma investigação da rádio, cruzando-a com a cultura *pop*. Pela dimensão abrangente do assunto, a investigação foi direccionada pelo contexto dos programas de rádio escolhidos. Por outro lado, sendo o ponto de partida o estudo da rádio como fenómeno cultural popular, focámos a dissertação no estudo da relação entre os programas de rádio nacionais escolhidos e a cultura *pop* portuguesa, ainda que fosse igualmente motivador estudar em profundidade a dimensão musical dos programas de rádio no seu respetivo contexto histórico-cultural.³

A vontade de estudar a rádio e a sua relação com a cultura, nas suas várias esferas e contextos, foi o nosso principal instigador do trabalho científico que apresentamos, e a procura de sinergias entre os programas de rádio e a cultura, o seu fio condutor. Por este motivo, na parte final da dissertação, fazemos ainda menção à permanente mutação do contexto radiofónico enquanto parte da cultura contemporânea, aludindo à relação que os programas de rádio do presente poderão ter com a cultura perante essa realidade.

³ Visto os programas de rádio em questão serem de base musical, os desenvolvimentos musicais que analisámos nesta investigação surgem como causa e/ou consequência da estrutura, conteúdos e contexto dos respetivos programas de rádio.

Capítulo 1: Rádio e cultura *pop*

“The bosses of our mass media, press, radio, film and television, succeed in their aim of taking our minds off disaster.”⁴

Enquanto meio de comunicação de massas, a rádio foi, a par dos filmes e dos livros icónicos da história da cultura popular, a voz de uma forma de cultura que hoje reconhecemos como responsável pelo seu próprio crescimento. Passo a passo e ano após ano, foi através de um crescimento tecnológico, social e cultural que a rádio, enquanto meio de comunicação, se afirmou e sedimentou historicamente. A história que hoje consideramos popular é a história da cultura que se construiu a ela própria.⁵

Numa primeira fase e antes de abordarmos a rádio como elemento da cultura popular, é relevante aprofundar a definição desta forma cultural ou procedermos a uma aproximação da mesma. Marcel Danesi será o autor que abordaremos com mais relevância neste primeiro capítulo da dissertação. O autor e professor da Universidade de Toronto, no Canadá, tem publicados vários trabalhos que tratam a cultura *pop* como elemento primordial, sendo igualmente reconhecido pelo seu trabalho no campo da semiótica⁶.

Danesi refere que compreender a definição de algo enquanto elemento culturalmente reconhecido como popular, implica um regresso aos *Roaring Twenties* e às suas motivações, envolvendo todo um contexto que pulsava e impulsionava as primeiras décadas do século XX.⁷

⁴ Citação de Ernest Fischer (1899-1972). Marcel Danesi, *Popular Culture: Introductory Perspectives* (Londres: Rowman & Littlefield Publishers, 2012), 1.

⁵ Danesi, *Popular Culture*, 112.

⁶ Breves notas de apresentação de Marcel Danesi disponíveis em: <http://anthropology.utoronto.ca/people/faculty/marcel-danesi/>.

⁷ Danesi, *Popular Culture*, 2.

1.1. Uma aproximação da definição de cultura *pop*

De acordo com o pensamento de Danesi, o que inferimos é que a cultura popular compreende em si os rituais, os hábitos, formas de pensamento, de expressão e de comportamento de um grupo de pessoas num determinado período de tempo.

Da língua, aos símbolos, das formas de arte às palavras, tudo se observa como elementos específicos de um sistema, a que chamamos cultura⁸, conceito este que se distingue em duas categorias, às quais foram atribuídos os nomes de cultura superior, ou alta cultura, e cultura inferior. Duas noções diferentes dentro de um mesmo conceito, mas ambas assentes em dinâmicas básicas de referências associadas a cânones estéticos, classe social, educação ou outras variáveis comunitárias.⁹

De acordo com Marcel Danesi, ambos os conceitos, de *high* e de *low culture*¹⁰ têm sido sempre usados nos debates relativos à história da cultura, entrando neste ponto, a cultura popular, como elemento valioso de unificação¹¹ e funcionando como um estado intermédio entre uma forma superior de cultura e uma forma básica de cultura.

O autor refere que esta forma superior de cultura – *high culture* – implica a existência de um hábito que possua um valor estético, histórico e social mais completo do que a forma inferior de cultura – *low culture* – sendo esta frequentemente associada ao vulgar e ao *kitsh* e implicando a existência de hábitos associados a um fraco valor estético, histórico e social, agindo a cultura popular, nesta esfera, como a cultura unificadora entre estas duas formas culturais explicadas por Danesi.

Sobre o assunto, o autor refere:

⁸ Danesi, *Popular Culture*, 3.

⁹ Danesi, *Popular Culture*, 2.

¹⁰ Danesi, *Popular Culture*, 6. No quadro 1.1 da página em questão, Danesi apresenta exemplos de tópicos que são associados à *high culture* e à *low culture*. Como tópicos referentes à alta cultura, Danesi refere “Shakespeare, James Joyce, Emily Dickinson, Bach, Mozart, opera, symphonies, art galleries, *Time Magazine*, *Chanel* perfumes (...)”; como tópicos referentes à baixa cultura Danesi escreve: “tabloids, Howard Stern, infomercials, 50 Cent, the Kardashians, porn magazines and movies, movies such as *Hangover*.” No entanto, nessa mesma tabela, apresenta ainda um estágio intermédio entre estas duas categorias, onde foca os jornais diários, a rádio pública americana NPR, os museus públicos, a música jazz, a personagem Harry Potter ou o artista Bob Dylan como tópicos dessa mesma cultura intermédia.

¹¹ Danesi, *Popular Culture*, 2. A cultura *pop* é reconhecida por Danesi como elemento unificador entre as duas categorias culturais apresentadas; não obstante, o autor apresenta o outro lado da questão: o movimento contracultura e o surgimento de subculturas. Sobre este assunto, voltamos a apresentar notas mais à frente.

“*Pop culture* alludes, essentially, to a form of culture that makes little, if any, such categorical distinctions, making it a non-traditional form of culture in this sense. The term surfaced in the United States in the 1950s, when it had become a widespread social reality, breaking down differential categories of taste and lifestyle, and consequently, uniting the nation in a populist fashion.”¹²

Danesi parte desta década e contextualiza a realidade americana nas décadas seguintes, nomeadamente no período compreendido entre as décadas de 1950 e 1960 e 1970 e 1990. Entre os anos 50 e 60, ainda perante uma realidade pós-Guerra, o autor refere que a possibilidade de unificação se fez também graças à cultura *pop*, que permitiu uma aproximação das massas.¹³

Paralelamente, a realidade nos Estados Unidos da América reforçava, por outro lado, a diferenciação dos públicos. Estabelecia-se o nascimento de uma *youth culture*, onde os media assumiam a sua influência e uma comunidade adolescente parecia impor-se:

“Teenagers had now become a distinct market category, with their own evolving culture based on *rock and roll* music. (...) By 1960, the media, technology, and business worlds had formed a tactic partnership with teenagers.”¹⁴

¹² Danesi, *Popular Culture*, 2.

¹³ Independentemente da classe social ou educação, a implementação desta forma de cultura permitiu uma outra afirmação social e individual, relacionada com o aumento do poder de compra ou o aumento da natalidade. “By then, *pop culture* became a broad, unconscious form of culture, leading the way in dictating change in social values, mores, and lifestyles.” Danesi, *Popular Culture*, 13.

¹⁴ Uma contextualização internacional nesta primeira fase da investigação situar-nos-á melhor na segunda parte deste trabalho, onde iremos até ao contexto cultural português, nomeadamente no que a esta ‘cultura jovem’ diz respeito. Como Danesi refere, na década de 60, nos Estados Unidos da América, a indústria mediática já se fazia sentir numa geração que, como o autor sublinha, se assumia como socialmente inovadora, com o espírito da personagem de James Dean no filme *Rebel Without A Cause* de 1955. Danesi, *Popular Culture*, 13. Comparativamente, este momento cultural chegou tarde a Portugal. Como veremos, no final dos anos 70, mais propriamente em 1979 – altura em que surge o programa “Rock em Stock”, Portugal encontrava-se num estado de fechamento cultural. Uma gradual abertura cultural, que motivou novos comportamentos e formas de estar em Portugal, veio coincidir no tempo, como veremos, com o surgimento do programa de rádio de Luís Filipe Barros.

De acordo com a investigação que esta dissertação apresenta, as sinergias culturais portuguesas não avançaram ao mesmo ritmo, em comparação com a realidade americana. No que aos comportamentos e alterações de estilo de vida diz respeito, foi em inícios dos anos 80, que a interação mediática em Portugal começou a produzir resultados históricos, como o *boom* do *rock* português.¹⁵ Em comparação com a realidade americana, apenas um grupo restrito se manifestava em Portugal e agia como uma subcultura do *rock and roll* português, nas décadas de 50 e 60.¹⁶

No que à música diz respeito, e pegando na citação de Danesi transcrita acima, pelas décadas de 50 e de 60, já os Estados Unidos da América tinham levando o véu do *rock and roll*. Elvis Presley tornou-se o ícone eterno deste género musical e a televisão americana começou a investir em programas que focavam esta *youth culture* como protagonista.¹⁷

Se Elvis Presley era o ícone da *youth culture* nos anos 50, por meados da década de 60, Danesi aponta como exemplo o caso de sucesso dos Beatles. À boleia do que acontecia nos Estados Unidos da América, os britânicos representavam as vozes e a postura do movimento da contracultura¹⁸. A banda de John Lennon, assumindo os cabelos compridos, roupas diferentes, botas e letras mordazes, foi inspiração para os novos

¹⁵ Sobre este assunto, pode ser lida nos apêndices desta dissertação a transcrição da entrevista feita a Paula Guerra, onde a professora, autora e agente cultural com relação direta no estudo das subculturas contextualiza o caso português na altura em que surge o programa “Rock em Stock”, em 1979.

¹⁶ Conferir o documentário português *Meio Metro de Pedra*, realizado por Eduardo Morais, sobre os primórdios do *rock and roll* em Portugal, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ygQ7BOBj7M>. No documentário, o músico Joaquim Costa, depois de ter regressado a Portugal, vindo de Angola, foi considerado, entre o círculo de artistas, como uma das primeiras referências do *rock and roll* em Portugal, no início da década de 60. Ainda num círculo restrito, por esta altura, programas de rádio como a “23ª Hora”, na Rádio Renascença ou “Em Órbita”, na Rádio Clube Português, já incluíam nos seus programas alguma música *rock and roll*, anglo-saxónica, chegando também a descobrir e a ajudar a sedimentar uma carreira musical a novos artistas portugueses.

¹⁷ Danesi, *Popular Culture*, 13. Sobre o assunto, o autor acrescenta: “Rock and roll music became a mainstream musical idiom by the end of the decade (...). Movies became more and more marketed to the teenager demographic, as did magazines (...)”. Em relação aos programas de televisão de que falamos, Danesi aponta a sitcom americana de 1952 “Adventures of Ozzie and Harriet”, como exemplo de um programa que focava os problemas familiares de criar filhos adolescentes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=osg8fL6RwiI>.

¹⁸ Danesi, *Popular Culture*, 14. “Elvis Presley was the figurehead of youth culture in the 1950s. (...) The Beatles, on the other hand, challenged the status quo. By the time they produced the album *Sergeant Pepper’s Lonely Hearts Club Band*, in 1967, they had raised rock and roll to the level of high musical art.”

comportamentos de uma nova geração¹⁹ que começava a questionar os valores da sociedade do momento, celebrava a música *rock* e procurava estilos de vida alternativos.

Consequentemente, novas formas de expressão cultural e social se evidenciavam nos Estados Unidos da América por estes anos. Durante os anos 70, Marcel Danesi faz o levantamento da história das subculturas, que começavam a emergir à medida que por estes anos surgiam também novos registos musicais, novos estilos de vida e comportamentos.

A subcultura do *punk*²⁰ foi tida, de acordo com o autor, como a primeira verdadeira subcultura no âmbito da cultura da juventude (*youth culture*). Longe de funcionarem na mesma medida das contraculturas – que confrontam uma tendência cultural, as subculturas, de acordo com o autor, desenvolvem os seus próprios comportamentos e valores, no âmbito de determinada tendência cultural. Quanto a esta subcultura *punk*, Danesi acrescenta que o movimento foi reflexo inconsciente da necessidade do profano, característica que sempre existiu nas culturas humanas ao longo dos tempos.

É precisamente esta ideia de estarmos perante uma necessidade do profano, que tornou evidente o confronto de opiniões entre teóricos relativamente à designação desta forma cultural a que chamamos cultura *pop*. Roland Barthes foi um dos teóricos que se referiu à noção de cultura *pop* como uma *bastard form of mass culture*²¹, argumentando que a cultura popular se resumia a uma repetição humilhante de produção dos mesmos objetos de culto (livros, programas, filmes) sempre com o mesmo fim ou objetivo, sendo uma forma cultural de comodidade.

De acordo com o título deste subcapítulo, a tentativa de aproximação de uma definição da cultura *pop* baseia-se no carácter humano desta,²² e Danesi vai até ao

¹⁹ Danesi, *Popular Culture*, 14. O autor está a referir-se, neste contexto, à comunidade *hippie* como movimento de contracultura.

²⁰ “The trend that worried adults the most was *punk* culture, which constituted the first true subculture within the more generic *youth culture*. A subculture exists within the main one but keeps itself separate from it in specific symbolic and aesthetic ways”. Danesi, *Popular Culture*, 15.

²¹ Danesi, *Popular Culture*, 4. Roland Barthes (1915-1989) é um dos teóricos que Marcel Danesi salienta, quando refere que a cultura *pop*, dissimulada do seu carácter aparentemente leve, pode levar-nos a pensar que se trata de uma forma cultural de comodidade, onde as tendências na música, nas artes visuais ou na escrita possuem o mesmo valor de mercado que qualquer outro tema ou objeto para fins recreativos.

²² Danesi, *Popular Culture*, 7-8. O autor utiliza o termo *human culture* para se referir ao carácter humano a da cultura: “Much has been written in anthropology and other social sciences about what constitutes a human culture”. Sobre este assunto, o autor refere também a existência de quatro modalidades

conceito ‘nostalgia’ para interligar as ideias que pretendemos continuar a expor neste trabalho.

O autor refere que dos álbuns dos Beatles, aos filmes da Disney, a reação nostálgica que a própria cultura *pop* provoca é uma consequência da sua perpetuação através dos tempos.²³ O que Danesi sublinha também é a capacidade que a cultura *pop* tem de fornecer a forma e as estruturas que permitem aos indivíduos a capacidade de criar conteúdos artísticos, permitindo-lhes a capacidade de se revelarem nos vários campos culturais.²⁴

Como visto até ao momento, a cultura *pop* está cronologicamente ligada com a história da música e esta é uma sinergia que acontece, como veremos, também através da ação da rádio. É neste sentido que exploraremos no próximo subcapítulo, a relação entre a rádio e a cultura *pop* – avançando na inicial questão de partida, relação essa que iremos estreitar para o contexto nacional e, ao nível da programação, para um tipo específico de programas. Os dois programas de autor escolhidos para análise nesta investigação são programas de base musical, mas com espaço para entrevista com convidados em estúdio.

culturais relevantes para a compreensão deste carácter humano da cultura. São elas: conceptual, material, performativa e estética. A modalidade conceptual refere-se à parte cultural que envolve a linguagem e toda a semiótica implicada num determinado grupo ou cultura, sendo temporal ou espacialmente independente: “conceptual culture is mind culture”, de acordo com Marcel Danesi. A cultura material remete-nos para a dimensão palpável da cultura. Artefactos, estruturas ou outras formas historicamente reconhecida. Já ritos, rituais ou outras atividades de carácter comunicativo podem ser incluídos na cultura performativa, assinalando o tempo e o espaço como elementos participantes no processo. De acordo com o autor, alguns antropologistas referem-se aos rituais de comunicação como parte da cultura performativa. Quanto aos rituais estéticos, estes envolvem a arte criada por elementos culturais que se servem de recursos conceptuais, materiais ou performativos. É o caso da música, da poesia, do teatro, e pintura. São várias as demonstrações criativas que caracterizam uma cultura e que por isso, fazem parte da estética dessa mesma cultura.

²³ Danesi, *Popular Culture*, 30. “The sustaining power behind *pop* culture is its emotional nature.”

²⁴ Danesi, *Popular Culture*, 4-5. “Pop culture has a two-side character – it is basically recreational, designed to appeal to our profane (fun-loving side), (...) but also provides the forms and structures that creative individuals (artists, musicians, and writers) are able to turn into what we call lasting and enduring art.”

1.2. Rádio e cultura: uma relação sinérgica

“Although music has always played a major role in the constitution and evolution of *pop* culture, other media and artistic forms have also been vital to its emergence and development (...)”²⁵

Desde cedo que a rádio é associada a uma ‘caixa de música’. João Paulo Meneses sublinha que foi precisamente a música que impulsionou a rádio moderna ou a especializada, a partir da década de 60, nos Estados Unidos da América e na Grã-Bretanha²⁶ e que foi a partir das experiências com formatos musicais que os programadores repetiram a fórmula com outros conteúdos temáticos.

O autor refere igualmente que, na década de 60, nos Estados Unidos da América, com a emancipação da televisão e com a pulverização da oferta no FM²⁷, o panorama radiofónico alterou-se radicalmente²⁸ graças à tomada de consciência que a rádio só sobreviveria se se conseguisse afirmar enquanto meio secundário, portátil e acumulativo, surgindo, com ela conjugadas, a segmentação dos públicos e a oferta de conteúdo especializado.

Como ponto de partida e antes de compreendermos a dimensão destas alterações culturais, fazemos uma breve introdução histórica, que procura entender as interações entre a rádio e a cultura *pop*.

Em 1837, o telégrafo tornou-se o primeiro sistema eletrónico capaz de realizar comunicações internacionais, mas relativamente insuficiente nesta comunicação, foi em 1877 que Thomas Edison iniciou os estudos naquele que seria o primeiro fonógrafo, abrindo caminho para o desenvolvimento dos primeiros passos na criação do gramofone, a partir de 1887, por Emile Berliner. Passos tecnológicos estruturais para a comunicação que hoje está ao nosso alcance e permitiram a primeira emissão de rádio na Metropolitan Opera House, em Nova Iorque, por Reginald Fessenden, em 1906.

²⁵ Danesi, *Popular Culture*, 17.

²⁶ João Paulo Meneses, *Estudos Sobre a Rádio: Passado, presente e futuro* (Porto: Mais Leituras, 2012), 29.

²⁷ Frequência Modulada. A rádio em FM é o processo que transmite informações utilizando modulação em frequência.

²⁸ Meneses, *Estudos Sobre a Rádio*, 17.

A NBC – a primeira estação de rádio americana, ganharia forma em 1926, ficando no entanto as transmissões por FM só possíveis a partir de 1933²⁹.

Meneses refere que durante as primeiras décadas do século XX, a rádio era, de uma forma global, generalista³⁰ e que até pela hegemonia mediática, a rádio “tentava agradar e conquistar todos os ouvintes que a podiam escutar”.³¹ Com a chegada da televisão, durante as décadas de 50 e 60, começaram a surgir em massa as rádios especializadas que coexistiam com as rádios generalistas.

Desde a sua *golden age*, a rádio foi um elemento de comunicação incontornável e primordial, potenciando novos modelos sociais, alterações nos estilos de vida e sendo responsável por alterações comportamentais na sociedade americana.³² Um dos exemplos que Danesi apresenta, quando menciona a dimensão cultural da rádio na sociedade americana, nas primeiras décadas do século XX, é o do programa de rádio *Amos 'n' Andy*.³³

Pela sua audiência e popularidade, alguns espaços culturais pausavam as suas atividades para que o público presente nesses mesmos espaços, não perdesse um momento da série radiofónica. A imagem da rádio enquanto elemento de união social

²⁹ Danesi, *Popular Culture*, 95. Leitura e interpretação da tabela “A Radio Timeline”.

³⁰ “A rádio generalista é, por definição, a que se dirige, num mesmo período de tempo (dia ou semana) a diferentes tipos de público, tentando conquistar o máximo de ouvintes do universo total que a consegue, tecnicamente, escutar (...)”. Meneses, *Estudos Sobre a Rádio*, 18.

³¹ Meneses, *Estudos Sobre a Rádio*, 15.

³² Sobre este assunto, Michele Hilmes e Jason Loviglio, na obra *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*, referem-se à rádio como o “*electronic hearth*”, uma espécie de lareira eletrónica, da família americana na primeira metade do século XX. Michele Hilmes e Jason Loviglio, *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio* (Nova Iorque: Routledge, 2002), 1. Consultada a versão *e-book*, disponível em: https://books.google.pt/books?id=iSJTLDDg0XEC&printsec=frontcover&dq=radio+reader+essays+in+the+cultural+history&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwjz38_cp_HPAhWF2BoKHY9eCVcQ6AEIHTAA#v=onepage&q=radio%20reader%20essays%20in%20the%20cultural%20history&f=false.

³³ Danesi, *Popular Culture*, 113. O programa em questão era de humor e era transmitido todas as noites, entre 1928 e 1943. Retratava a comunidade de raça negra estabelecida no Harlem, em Manhattan e contava com os atores Freeman Gosden e Charles Correll, que davam voz a várias personagens no programa. *Amos 'n' Andy* acabou por se transformar também num programa de televisão, em 1951, acabando por se tornar polémico, por contar com os dois atores caucasianos que representavam personagens de raça negra. Sobre este assunto recordamos também a referência musical da banda de hip hop The Disposable Heroes of Hiphoprisy, que nos anos 90, utilizam a música como forma de expressão política e social. O tema “Famous and Dandy (Like Amos 'n' Andy)” está no álbum *Hypocrisy Is the Greatest Luxury*, editado em 1992 e disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HgoTSuBZPGI>.

ficou também eternizada na publicidade, divulgando imagens ou fotografias onde se encontravam as famílias que se reuniam centradas no aparelho de rádio ao fim do dia.

Outro aspeto culturalmente relevante, e que sublinhamos também nesta dissertação, é o da rádio como meio de emoções. Sendo a cultura *pop* uma cultura da ‘nostalgia’³⁴, como vimos do subcapítulo anterior, o timbre da voz, a interpretação do texto ou o próprio conteúdo das palavras, sem acesso à imagem, podem atuar com diferente intensidade através da rádio na construção subjetiva do ouvinte.

Como expomos neste trabalho, estas são características intrínsecas a qualquer sujeito e que, no caso dos realizadores de rádio que abordamos nesta investigação, pertencem ao campo subjetivo de cada um e são responsáveis pela dimensão cultural do respetivo programa de rádio.

Estas características de que falamos – o timbre de voz, a interpretação (forma) ou o conteúdo – podem também despoletar no ouvinte uma reação nostálgica aos elementos do passado, através da recuperação de sons, por exemplo, o que provoca um revivalismo desses mesmos tempos e assume a tal perpetuação da cultura *pop* por si mesma. É neste sentido que Danesi sublinha que a ‘nostalgia’ da cultura *pop* alterou permanentemente a sociologia do mundo moderno. Sobre esta questão do revivalismo e da ‘retromania’, pode ler-se, nos apêndices deste trabalho, a entrevista realizada a Paula Guerra, onde a autora considera que a rádio do futuro poderá fazer-se através da recuperação do passado.

Assim, o que concluímos é que a rádio construiu um caminho intenso até às emoções humanas: do riso, com o humor ao drama, com as radionovelas. É nesse sentido apresentamos uma outra referência: o filme *Radio Days (Os Dias da Rádio)*³⁵, de Woody

³⁴ Recorde-se, por exemplo, o recente falecimento de David Bowie. O artista, falecido a 10 de Janeiro de 2016, permitiu um recorde de vendas para a entrada na exposição “David Bowie is...”, tornando o *site* do Museu de Groningen, na Holanda, que estava no momento da morte do artista com a respetiva exposição temporária, completamente inacessível na compra de ingressos. A nostalgia sentida e a invasão da sensação do regresso à juventude para muitos dos fãs, despoletou esgotou imediatamente a venda de bilhetes. A morte, tema primordial no enaltecimento popular de um artista, impulsionou um interesse espontâneo e imediato na personagem de David Bowie. Em poucas horas, Bowie tornou-se, ainda mais, num ícone *pop* eterno. O fenómeno cultural da morte de Bowie tornou-se tão popular, que os não-admiradores passaram a admirar também. Em jeito de curiosidade, a entrevista à diretora de comunicação do Museu de Groningen a propósito deste assunto: <http://media.rtp.pt/antena3/ouvir/exposicao-david-bowie-is-em-groningen/>.

³⁵ O trailer do filme pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=VCb6-Nz0Nkg>.

Allen, de 1987 é uma das obras que, da vasta filmografia de Allen, explora o poder da rádio em várias frentes.

O filme resume a visão nostálgica de uma família tradicional que atravessa a *golden age* radiofónica, experienciando através dela o pulsar dos acontecimentos, mas foca também a dimensão accidental que a construção de carreira radiofónica pode ter, propondo mesmo uma visão épica, romantizada e surreal dos radialistas nesta era dourada da rádio. Através deste filme, Allen dá o exemplo da rádio como meio potenciador de um ‘transporte’ mental, sendo capaz de proporcionar sonhos e viagens para realidades subjetivas.

Sempre de uma forma irónica e subtil na análise política dos temas, este é um filme onde Allen explora a capacidade musical mas também informativa ou pedagógica da rádio, cruzando-a com a dimensão religiosa da época:

“Radio... It's all right once in a while. Otherwise it tends to induce bad values, false dreams, lazy habits. Listening to these stories of foolishness and violence... this is no way for a boy to grow up.”³⁶

São estas as palavras de uma das personagens de Allen em *Radio Days* e que nos exemplifica a rádio como um meio de comunicação capaz de atuar diretamente não só na natureza emocional de cada um, como na construção da própria identidade.

1.3. Rádio e comunicação

“As long as children love to be read to, human beings will love to listen to a voice on the radio. (...) There is a human need for that contact you get with another voice. Radio provides that; film doesn't. (...) There is no need to abandon radio just because you also have film. We should have both.”³⁷

³⁶ O excerto é da fala de Rabbi Baumel, personagem de Woody Allen em *Radio Days*, interpretada por Kenneth Mars.

³⁷ Citação de Elissa S. Guralnick. John Mowitt, *Radio: Essays in Bad Reception* (Berkeley: University of California Press, 2011), 86.

Um dos primeiros modelos de comunicação remonta ao trabalho de Claude Shannon e é conhecido como *bull's eye model*³⁸. É o modelo comunicativo que implica a existência de uma mensagem, enviada por um remetente e recebida por um recetor, sejam estes individuais ou em forma de grupo e sendo a mensagem o equivalente ao conteúdo da informação ou à performance da transmissão feita através de um canal de comunicação.

Este modelo começou a receber uma atenção prática em meados da década de 40, sendo por esta altura aplicado aos estudos culturais. Ainda hoje, é um dos modelos usados para o estudo da cultura *pop* e está relacionado com o comportamento cultural e a interação humana³⁹.

Já na teoria da comunicação de Marshall McLuhan, falar da rádio enquanto meio de comunicação, implica a noção que a rádio em si constitui o conteúdo de outro meio. McLuhan, que ligava intrinsecamente as tecnologias comunicacionais, nomeadamente o evoluir destas, com a alteração do pensamento e comportamento, pressupunha a existência de uma sinergia entre as formas culturais e o desenvolvimento tecnológico das comunicações.

É na obra *Understanding Media: The Extensions Of Man*, que McLuhan explica esta ligação intrínseca entre meios de comunicação e é também através dela que entendemos a lógica de que o meio é a mensagem. De acordo com o autor e através do exemplo dado em relação à eletricidade, onde o meio através do qual se faz a iluminação é de facto um meio sem a mensagem (sendo um fim em si mesmo), entendemos que em cada meio de comunicação está implícito outro mesmo meio, sendo que os filmes e a rádio constituem o conteúdo mediático da televisão, as cassetes e as gravações constituem o conteúdo da rádio e os filmes silenciosos e as cassetes de áudio, o conteúdo do cinema.

Ou seja, para McLuhan, a possibilidade do nascimento de um novo meio, implica a existência de um meio antigo. Pressupondo que as cassetes e gravações constituem o conteúdo da rádio, novas possibilidades de comunicação, nomeadamente através da

³⁸ Marcel Danesi, *Encyclopedia of Media and Communication* (Canadá: University of Toronto Press, 2013). Consultada a versão *e-book* disponível em: https://books.google.pt/books?id=GZOBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

³⁹ Danesi, *Encyclopedia of Media and Communication*, capítulo “Bull’s-Eye Model”.

internet, irão necessariamente incluir a rádio. Na medida em que para McLuhan, as tecnologias e os media funcionam como extensões do corpo e mente humanos, o conteúdo de um novo meio de comunicação é necessariamente, uma extensão do conteúdo de um meio de comunicação antigo.⁴⁰

Friedrich Kittler começa precisamente por aí, pela teoria de McLuhan quando inicia a obra *Gramophone, Film, Typewriter* procurando ir até à essência e origem da rádio, não só enquanto objeto tecnológico, como também como objeto mediático e transformador histórico-social.⁴¹

Os estudos revolucionários relativos ao fonógrafo de Thomas Edison, em 1877, e a consequente gravação mecânica de sons, neste que foi o primeiro aparelho reproduzidor do som⁴², transformaram o futuro deste meio de comunicação, que permitiu a consequente utilização dos seus protótipos pelos irmãos Lumière, em França ou pelos Skladanowsky, na Alemanha, que anos depois, em 1895, constituíram grande parte do caminho para a invenção do cinema.

Uma revolução cultural acontecia, potenciada pelo progresso comunicacional e com consequências incalculáveis, sendo nesse sentido que Kittler argumenta que os

⁴⁰ Robert K. Logan, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan* (Nova Iorque: Peter Lang Publishing, 2010), capítulo 7.1 “Media as the extensions of man”. Versão *e-book* parcialmente disponível em:

https://books.google.pt/books?id=Z8RhVp7B5uAC&pg=PA17&dq=mcluhan+understanding+media&hl=pt-PT&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q=mcluhan%20understanding%20media&f=false.

⁴¹ Friedrich Kittler, *Gramophone, Film, Typewriter* (Califórnia: Stanford University Press, 1999), 2. Kittler argumenta, a propósito desta ideia, que a dimensão elétrica não é comparável à dimensão eletrônica, ou seja, a dimensão tecnológica não poderá ser comparada à dimensão técnica. Kittler refere que cada meio (televisão, rádio, cinema) constitui um meio de perceção individual e limitada da experiência. Ainda a propósito deste assunto, Kittler sublinha que estas perceções tiveram naturalmente de ser fabricadas primeiro, argumentando que antes dos mais revolucionários progressos tecnológicos na área das transmissões, antes da eletrificação dos meios e antes até do seu propósito eletrónico, estes eram o resultado apenas de aparatos mecânicos, sendo os primeiros a armazenar dados sensoriais. Nesta obra de Kittler, a dimensão tecnológica da rádio é aprofundada em detalhe ao longo de todo o capítulo referente ao gramofone.

⁴² Kittler, *Gramophone, Film, Typewriter*, 23. “In the first phonograph letter of postal history, Edison wrote that “the articulation” of his baby “was loud enough” just a bit indistinct... not bad for a first experiment”.

nossos sentidos se tornaram autónomos e que tal facto alterou a percepção e apreensão da realidade mais que a fotografia ou a litografia.⁴³

Nas ciências sociais e humanas e perante um modelo de pensamento contemporâneo, deparamo-nos com as teorias de vários autores que dizem respeito à rádio enquanto fenómeno cultural. John Mowitt é um dos autores que em *Radio: Essays In Bad Reception* reúne uma série de considerações sobre a rádio e que faz o levantamento das teorias de alguns autores dedicados ao estudo rádio e da sua relação com a cultura *pop*.

Michele Hilmes é americana e uma das autoras que Mowitt destaca e que foca precisamente algumas das visões que a rádio trouxe aos estudos culturais. Hilmes refere em *Radio Voices: American Broadcasting 1922-1952*⁴⁴, que o impacto massivo da rádio na primeira metade do século XX, funcionava não só enquanto fenómeno unificador como por outro lado, contribuía para a futura afirmação de subculturas e diferenciação dos públicos⁴⁵, nomeadamente através da música e de programas especializados, numa sinergia encadeada com os desenvolvimentos sociais, culturais e tecnológicos da altura.

Meneses diz-nos que durante as décadas de 50 e 60, as rádios especializadas começavam de facto a coexistir com as rádios generalistas, tendo este sido um processo progressivo no desaparecimento da rádio generalista e na propensão para a hegemonia da

⁴³ Sobre este assunto, Kittler faz uma referência à teoria de Walter Benjamim, nomeadamente à era da reprodutibilidade técnica da obra de arte. Sobre este assunto, Benjamim refere que o aparecimento da litografia e fotografia apenas impulsionou a obra de arte na era da sua reprodução técnica.

⁴⁴ Mowitt, *Radio: Essays in Bad Reception*, 8.

⁴⁵ Influência cultural por excelência nas primeiras décadas do século XX, a rádio sofreu as consequências do surgimento da televisão. A rádio tornou-se, sociologicamente, naquilo a que os autores Hilmes e Loviglio referem como um ruído de fundo cultural, deixando de estar no *primetime* da cultura americana da sala de estar, enquanto “*electronic hearth*”, mas passando a estar presente no resto dos momentos do dia, nos restantes espaços de convívio, como se de uma espécie de *backstage* do quotidiano de uma família americana se tratasse. Ainda sobre este assunto, Hilmes, autora do capítulo em questão refere que neste espaço de distinção entre rádio e televisão, a rádio tornou-se, paralelamente, um espaço cultural e intelectual onde *outsiders* - os que não se identificavam com o modelo televisivo da altura, tiveram oportunidade para definir ou redefinir a sua identidade. Sobre o assunto, Hilmes refere que a *youth culture* não se sentia representada pela parte da televisão, constituindo a rádio o meio de comunicação ideal para a emancipação de subculturas. Hilmes refere que foi este fenómeno que levou à ascensão da música *rock and roll* na rádio americana e que o fenómeno de integração de grupos teve particular importância nos Estados Unidos da América, com a inclusão de minorias no primeiro plano e a nomeadamente junto da comunidade afro-americana. Michele Hilmes e Jason Loviglio, *Radio Reader: Essays in The Cultural History of Radio* (Nova Iorque: Routledge, 2002), 4.

lógica de formatação. O autor aponta quatro razões para a rádio “deixar de querer conquistar todos”⁴⁶ e partir para a especialização.

A primeira está relacionada com a maior oferta radiofónica, com a exploração comercial do FM e a consequente pressão do mercado para a concessão de mais frequências. A segunda tem a ver precisamente com o nascimento de uma *youth culture*⁴⁷ e com o aparecimento de novos géneros musicais, como o *rock and roll*. Da mesma maneira, Meneses considera que o aumento das certezas pela parte da indústria mediática, quanto às preferências dos públicos por uma programação especializada, constitui também um motivo, já que esses mesmos públicos puderam escolher entre várias alternativas.

O autor refere ainda que a partir do momento em que foi possível reconhecer uma série de grupos diferenciados por um conjunto de hábitos e características, os anunciantes procuraram ajustar os seus produtos a alvos bem definidos. O motivo último para esta crescente especialização da rádio, está relacionado com a leitura de audiências. Nos Estados Unidos da América, esta leitura de audiências estabeleceu-se na década de 50 e nos resultados começava a entender-se que a ideia de “*electronic hearth*”, da família reunida na sala à volta de um rádio, já não se aplicava.

Perante uma nova realidade que abrangia diferentes públicos, com diversos gostos e diferentes possibilidades de escuta, que abraçava a chegada da televisão e se deparava com uma maior oferta no número de estações de FM e logo, com maior oferta de programação, o panorama cultural radiofónico enfrentava, de facto, uma mudança radical.

Meneses confirma que “existe uma velha máxima na comunicação que diz que um novo meio (ou uma nova tecnologia) não anula o anterior; ambos se acomodam e se adaptam, coexistindo”,⁴⁸ sendo este o caso da rádio, perante a chegada da televisão.

Foi, no entanto, a partir do momento em que se assiste ao desenvolvimento comercial da televisão, que os estudos da rádio passam para segundo plano, substituídos pelos estudos televisivos. Neste sentido, Meneses sublinha o trabalho de Bertolt Brecht

⁴⁶ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 16.

⁴⁷ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 16. Meneses cita, a propósito, María del Pilar Martínez Costa e Elsa Moreno Moreno, que designam a *youth culture* por “*la aparición de la juventud como clase social emergente*”.

⁴⁸ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 83.

na investigação dos estudos da rádio, assumindo que este teórico foi “o primeiro a pensar que a rádio poderia emitir mas também receber”⁴⁹; não apenas deixando o ouvinte ouvir, mas também pondo-se em comunicação com ele.

Para efeitos da nossa investigação neste trabalho, os estudos da rádio de Brecht são de particular importância, pois numa proposta de pensamento contemporâneo da rádio, não deixamos de parte as potencialidades da rádio digital e, como refere Meneses, “parece-nos legítimo afirmar que o utilizador da *internet* tem condições para – teoricamente – se afirmar como um conteúdo da rádio”.⁵⁰

Brecht duvidava das funções estéticas ou de entretenimento da rádio e sugeria a existência de um propósito individualista em relação à mesma. Se para Rudolf Arnheim, contemporâneo de Brecht, a questão das potencialidades do meio e a preocupação com os conteúdos, enquanto objeto artístico, é o essencial, para Brecht essa questão é “quase irrelevante”.⁵¹

Para o teórico alemão, que refletiu sobre a rádio também ao nível dos conteúdos, a sua principal preocupação foi no sentido da rádio não ter um papel pedagógico, tendo nos seus horizontes a prioridade de conquistar ouvintes passivos que escutam conteúdos que satisfazem as necessidades básicas do público – como a necessidade de acumulação de escuta com outras tarefas. Daí o seu trabalho, no que ao estudo da rádio diz respeito, ter sido relacionado com a necessidade do recetor ter a possibilidade de se tornar ativo.

Brecht, num ensaio sobre os estudos radiofónicos, escrito em 1932, refere-se à rádio como um aparelho de divulgação e não como um aparelho de comunicação⁵². Nesta reflexão, Brecht considera que a rádio, em vez de distribuir a informação unidireccionalmente, deveria, à semelhança da capacidade de receção da informação radiofónica, de criar os mecanismos para os indivíduos serem igualmente capazes de

⁴⁹ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 111.

⁵⁰ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 111. Breve referência à nota de rodapé 139 desta obra: na linha de interpretação do que defendia McLuhan, alguns teóricos contemporâneos referem a ideia de que o utilizador é o conteúdo da *internet*, comportando em si todos os meios anteriores, e que a comunicação pode descrever-se através de uma metalinguagem que incorpora em si as modalidades do texto, som e imagem da comunicação humana.

⁵¹ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 112.

⁵² Bertolt Brecht, “Der Rundfunk als Kommunikationsapparat” [A rádio como um aparelho de comunicação], 1932. O excerto estudado encontra-se na versão em inglês “The Radio as an Apparatus of Communication”, disponível em: <http://www.medienkunstnetz.de/source-text/8/>.

transmitir, num modelo de comunicação interpessoal e assente num modelo radiofónico de comunicação direta entre sujeitos. Ou seja, incluir o ouvinte, enquanto participante direto no processo de divulgação, tornando assim a rádio num processo de comunicação, bidirecional.

O que Meneses expõe, neste sentido é que, apesar de Brecht se ter desiludido com a utilização contemporânea da rádio,⁵³ idealizando uma rádio “realmente democrática”,⁵⁴ a concretização dessa utopia aproxima-se do conceito contemporâneo de interatividade. Ainda que o teórico alemão não pudesse antever as potencialidades da *internet*, o que Meneses nos diz é que a interação entre o emissor e o recetor, bem como a comunicação que seria obtida através da participação do recetor, foi o que esteve em causa para Brecht.⁵⁵

O teórico alemão, que é um dos autores mais citados da história dos estudos da rádio, ficou reconhecido não só pelo seu pioneirismo histórico, como pela perspetiva disruptiva em relação à rádio como a conhecemos. Abrindo o caminho para a possibilidade de um papel ativo dos ouvintes, Brecht deixou pistas para o que poderá ser a rádio do futuro, assente neste conceito de interatividade⁵⁶. Sobre o assunto, João Paulo Meneses cita Paula Cordeiro⁵⁷:

“Brecht propôs a transformação da rádio num meio interativo, organizando-se enquanto emissor e receptor de comunicação, num processo que, através das suas contribuições, ligaria os ouvintes entre si.”

No entanto, a utopia de Brecht, como salienta Meneses, reúne em si duas razões conjugadas, que dificultam a possibilidade do ouvinte participar diretamente na rádio, sendo a primeira de carácter técnico, pois as tecnologias radiofónicas não são incentivadoras de uma maior interatividade e a segunda relacionada com o carácter ideológico.

⁵³ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 112.

⁵⁴ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 113.

⁵⁵ *Idem*.

⁵⁶ Sobre o conceito de “interativo”, podemos referir-nos a fenómenos que reagem uns sobre os outros; um suporte de comunicação que favorece uma permuta com o público.

⁵⁷ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 114.

Meneses sublinha que a rádio convencional tem a sua estrutura assente em dois conceitos: o conceito de *gatekeeper*, relacionado com o diretor de programas, ou autor do programa ou da *playlist* que define um conjunto de critérios variados – e o conceito de *agenda-setting*, enquanto grupo de conteúdos selecionados, através de determinadas decisões que chegam aos destinatários. Meneses refere que estes critérios podem ser pessoais mas também em conjugação com um conjunto de normas profissionais ou de pressões do sistema.⁵⁸

O autor diz-nos ainda que apenas com o fim do *gatekeeper* será possível que a rádio desempenhe o papel que Brecht propunha e apenas essa mudança poderia tornar o ouvinte não-passivo. Meneses considera a possibilidade da passividade do ouvinte, mas não a da sua submissão.

Sendo que a rádio nunca foi “apenas ouvir” – e perante uma realidade onde existem diferentes públicos, com diferentes gostos e possibilidades de escuta, Meneses sublinha que ouvir rádio é “estabelecer uma relação com os conteúdos sonoros, é poder procurar os conteúdos que mais interessam em cada momento”.⁵⁹

1.4. Contextualização e breve história da rádio em Portugal

A rádio, enquanto meio de comunicação continua a revolucionar-se e acima de tudo, a adaptar-se.⁶⁰ O final de um ciclo implica sempre o início de outro e é neste sentido que Paula Cordeiro refere que “o desafio das novas tecnologias tem sido um factor de renovação para a rádio, que, ao longo dos últimos anos, se tem vindo a reinventar, quer ao nível da produção, dos conteúdos e das formas de recepção das emissões”.⁶¹

⁵⁸ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 115.

⁵⁹ Meneses, *Estudos sobre a rádio*, 118.

⁶⁰ “(...) radio did not bring about the death of the book, nor have television and the internet. Another is that we live in an information age. Every age is such a age. Only the media for delivering information have changed”. Nesta passagem e ao longo do capítulo, Marcel Danesi procura também sublinhar a necessidade de compreendermos a era da informação do momento presente e a necessidade de reconhecermos cada meio enquanto estruturas complementares entre si e de como a necessidade de informação sempre esteve presente em todas as eras.

⁶¹ Paula Cordeiro é investigadora e professora no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, em Lisboa. É autora de um artigo produzido para a Universidade do Algarve intitulado “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”. Este artigo está disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=52 e constitui um resumo da investigação feita no âmbito da dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, na vertente de Comunicação, Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias, defendida em 2003 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da

Da influência política, à construção da subjetividade cultural, a rádio tem agido historicamente junto dos seus ouvintes e, de acordo com Cordeiro, “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 bidirecional, que potencia a participação dos receptores na comunicação”.⁶²

Uma participação indireta, no caso da maior parte do ouvintes, diríamos, mas se Woodrow Wilson, em 1919, já teria falado na rádio, Franklin D. Roosevelt entendeu que seria através da comunicação em massa, com a divulgação das suas ideias políticas aos ouvintes, que a rádio podia afirmar como uma das suas características, o poder emocional da oralidade mediática.⁶³

Em Portugal, falar de rádio implica compreender esta noção da dimensão e poder político radiofónico, sendo necessário fazer uma retrospectiva nacional e contextualizar uma breve história da rádio em Portugal. Num país onde a rádio foi meio de comunicação do Estado Novo,⁶⁴ falamos também de uma rádio que simbolicamente libertou o país deste regime. Fundada oficialmente em 1935, a rádio pública nacional é, naturalmente, também consequência da relação entre a sua produção e o contexto histórico e social em que acontece.⁶⁵

Universidade Nova de Lisboa, sob o tema “A Rádio em Portugal – Consensos, Dialogismos e Interactividade: da palavra analógica ao ouvido digital”.

⁶² Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 2.

⁶³ Marcel Danesi vai até ao assunto da II Guerra Mundial como exemplo. O autor refere, na página 114 da obra *Popular Culture*, que a guerra em questão existiu, por vezes, muito mais nas mentes dos ouvintes (enquanto recetores de informação), do que no campo de batalha: “The fight was for people’s minds, and radio proved itself to be highly effective in this regard”.

⁶⁴ “O Estado Novo foi o regime político instituído por António de Oliveira Salazar, e que vigorou sem interrupção, embora com alterações de forma e conteúdo, desde 1933 até 1974, altura em que acabou por cair por acção de uma conspiração militar dirigida pelo Movimento das Forças Armadas, em 25 de Abril de 1974”. Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 2.

⁶⁵ Joaquim Vieira, *A Nossa Telefonía: 75 anos de rádio pública em Portugal* (Lisboa: RTP e Edições Tinta-da-China, 2010), 25. O autor começa por referenciar o filme “Pátio das Cantigas” de 1941, de Francisco Ribeiro, salientando a personagem interpretada pelo ator Carlos Alves, quando se refere à “magia” da rádio. O espanto e a perplexidade da personagem do filme enquanto encosta o ouvido à telefonia, espelha este contexto social e cultural da época. Sempre enigmática, a rádio foi também referida no filme “A Costa do Castelo”, de 1943, de Arthur Duarte. A famosa frase proferida por António Silva, quando, numa cena, um grupo de pessoas se juntava incrédulas a um aparelho de rádio, questionando a credibilidade do aparelho em questão, tornou-se facilmente inesquecível: “Se isto toca? Isto abre-se, liga-se à corrente e é uma torneira de deitar música”.

Em 1901, João Severo da Cunha e Pedro Álvares realizaram na região de Lisboa, a primeira transmissão Morse através da rádio, entre a Trafaria e o Alto da Ajuda⁶⁶ e com a eclosão da I Guerra Mundial, o novo meio de comunicação que se afirmava veio colaborar no desenvolvimento e difusão da indústria militar. Já no que diz respeito à música, esta só em 1914 foi testada no ar, tendo sido Fernando Medeiros o responsável pela transmissão musical, que através da construção de um pequeno aparelho transmissor difundiu a música de Wagner através de uma grafonola, nas celebrações das emissões da sua Rádio Hertz⁶⁷.

Cordeiro faz o enquadramento histórico e o levantamento das diversas fases que marcaram a rádio portuguesa. A autora refere que depois de um longo percurso de carácter instrumental ao serviço do regime e perante uma comunicação fundamentada num modelo consensual de subserviência ao mesmo, a “rádio inovou a sua comunicação e desenvolveu novos modelos de carácter dialógico, baseados num cariz fortemente emotivo e experimentalista”.⁶⁸

Recuando historicamente até aos chamados anos de ouro da rádio, entre 1930 e 1950, Cordeiro caracteriza a rádio portuguesa como um fenómeno de radiodifusão que procurava reconstruir a realidade dentro do próprio estúdio, com acesso a “dramatizações e espectáculos produzidos na própria estação emissora”, no contexto de um regime político autoritário com acesso a um serviço de censura prévia às publicações e às emissões, que tinha como propósito velar pela “pureza doutrinária das ideias expostas e pela defesa da moral e dos bons costumes”.⁶⁹ A autora refere, neste sentido, que as relações da rádio com o poder político se centravam numa estratégia de manipulação da opinião pública, na defesa dos valores proclamados pelos Estado Novo, motivo pelo qual os programas obrigavam a “manobras linguísticas”, para que os seus textos fossem validados.

⁶⁶ Joaquim Vieira, a propósito deste assunto, complementa a ideia referindo que nesse mesmo ano, teria sido aprovado um decreto concedendo ao Governo o exclusivo de todas as experiências em telegrafia elétrica e telegrafia sem fios.

⁶⁷ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 26.

⁶⁸ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 2.

⁶⁹ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 2.

Por outro lado, uma nota ainda para os postos de rádio que surgiam principalmente nas cidades de Lisboa e Porto, no início da década de 30. Nestes primeiros anos, fundamentais para o arranque das emissões radiofónicas nacionais como hoje as conhecemos, e considerando que as atividades de radiotelegrafia e radiofonia eram, legalmente, exclusivas do governo nesta altura, a regulamentação da atividade radiofónica era uma questão que se tornava pública.⁷⁰

Esta regulamentação da atividade, associada à lentidão das ações governamentais ficou também marcada pela pressão da imprensa nacional e também do movimento radiofónico, fenómeno este que acabou por levar o governo a abrir um concurso público, em Outubro de 1931, para a construção de um emissor público de rádio.⁷¹

Nos primeiros anos da década de 30, foi enquadrada a modernização das telecomunicações⁷² e foi também concretizado o projeto de uma estação de rádio pública, a futura Emissora Nacional (EN). Ergueu-se a sede da EN e três estúdios de gravação, fisicamente perto do centro do poder político do regime e as emissões experimentais da EN tiveram início em Abril de 1934.

A 1 de Agosto de 1935, a EN inicia as suas emissões oficiais, tendo como primeiro diretor o militar Henrique Galvão, que anos mais tarde, “se revelaria como um dos principais inimigos do regime”⁷³.

Joaquim Vieira refere que cultura radiofónica da EN esteve, desde o início, marcada por uma forte ligação à arte, reunindo alguns dos melhores artistas musicais nacionais e internacionais⁷⁴.

⁷⁰ Vieira, *A Nossa Telefunia*, 35. O autor refere, sobre este assunto, que a inexistência de uma legislação sobre radiodifusão por particulares permitiu o encerramento de 5 emissoras de TSF em Lisboa, em 1925, cujo material foi selado pela Polícia de Segurança do Estado.

⁷¹ Vieira, *A Nossa Telefunia*, 35.

⁷² Por Duarte Pacheco, entretanto nomeado Ministro das Obras Públicas, em 1933. Vieira, *A Nossa Telefunia*, 37.

⁷³ Do ponto de vista comunicacional, e perante a situação nos restantes países da Europa na década de 30, o Estado Novo não teria a mesma dimensão ditatorial, pois não estava adjacente ao regime a importância de veicular mensagens junto das massas. Nelson Ribeiro, autor do livro *A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo* refere que “Salazar preocupava-se com as elites, não com as massas”. Ana Aranha e Iolanda Ferreira, “1935”, *A Vida dos Sons*, Antena 1, Lisboa, 19 Jan, 2013. Disponível em: <http://www.rtp.pt/play/p657/a-vida-dos-sons>.

⁷⁴ De acordo com a ideologia defendida pelo Estado Novo, a EN deveria ser um meio de cultura e um instrumento de ação política, onde a parte falada da rádio deveria ser destinada à propaganda do regime,

Cordeiro sublinha que ao longo dos anos em que o salazarismo (e depois, o marcelismo) dominou a comunicação social, a rádio portuguesa era um aparelho ao serviço dos interesses de poder e que, simultaneamente, tinha um propósito de distração da população, onde a programação se focava no entretenimento, numa tentativa de camuflar a situação de fechamento em que o país se encontrou durante o Estado Novo.

Com a chegada das primeiras transmissões televisivas a Portugal (a preto e branco, em Setembro de 1956, tendo começado as emissões regulares em Março de 1957, em Lisboa), Cordeiro explica que a rádio foi obrigada a mudar:

(A rádio) “procurou inovar o seu discurso, dependente não só da novidade introduzida por um novo meio de comunicação, mas sobretudo para contrariar a uniformidade da comunicação instrumentalizada pelo Estado Novo. Foi o nascimento de uma nova fase na rádio portuguesa.”⁷⁵

Impunha-se uma rádio mais moderna, comparada com a rádio antes da chegada da televisão, onde se testaram novas configurações ao nível do discurso e da expressão e foram desenvolvidas novas ideias, no campo da música e da ficção⁷⁶. A rádio portuguesa,

direta ou indiretamente. Toda a parte falada da rádio, mesmo aquela que não é aparentemente política, deveria ter uma intenção política, introduzida de uma forma discreta. Para o efeito, era importante que todos os colaboradores da EN fossem recrutados entre os escritores, intelectuais e artistas ideologicamente de acordo com o Estado Novo. Esta propaganda deveria surgir da literatura, da cultura e da informação. Com o compromisso de assumir as emissões musicais em direto, a principal formação da EN foi a da Orquestra Sinfónica da Emissora Nacional, mas foi também criada uma Secção de Música Portuguesa, que revelava um forte desejo de integrar na EN os músicos de maior prestígio e ideologicamente, mais próximos do regime. Nos anos 50, por iniciativa da Emissora Nacional, surgiram as Orquestras Sinfónica, Típica e Ligeira, o Centro de Formação de Artistas da Rádio e o teatro radiofónico. Este estilo manteve-se até à revolução do 25 de abril de 1974.

⁷⁵ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 3.

⁷⁶ Foi em 1958, que o realizador José Matos Maia foi o responsável pela adaptação do clássico *The War Of The Worlds* de H. G. Wells para o microfone da rádio. “A Invasão dos Marcianos”, como lhe chamou, foi mais do que uma referência cultural adaptada: foi uma experiência sociológica de dimensões e consequências marcantes. Aprovado previamente por censores, a Rádio Renascença deu na altura luz verde ao projeto, que no dia 25 de Junho fez prever a invasão de marcianos – não em Nova Iorque mas em território nacional, num belíssimo trabalho de equipa, articulação e encenação radiofónica. O programa, interrompido propositadamente e diversas vezes bruscamente, encenado em sintonia com música orquestral, tomou de surpresa muitos ouvintes que entupiam as linhas telefónicas da polícia, que tomavam de assalto as instalações em pânico. “A Invasão dos Marcianos” foi um programa radiofónico de ficção científica, sendo um potente exemplo do incalculável poder da rádio. O programa de Matos Maia acabou por ser interrompido por oficiais da Polícia, que entraram bruscamente nas instalações da Rádio Renascença (surgida em 1938), enquanto o programa acontecia. Dias depois o radialista foi visitado por um elemento da PIDE, que levou o realizador às instalações da polícia política, notificando-o da gravidade da situação e fazendo o radialista garantir que não voltaria a realizar um programa semelhante. O autor refere que as estéticas de Matos Maia ficaram retidas neste momento, embora este episódio tenha contribuído em muito para o arranque criativo e intelectual de uma nova geração de radialistas. Rogério Santos, *A Rádio em Portugal: “Sempre no ar, sempre consigo” (1941-1968)* (Lisboa: Edições Colibri, 2014), 26. O guião do

em finais dos anos 50 e no início da década de 60, ficou marcada pelo nascimento de vários programas que se aproximavam dos limites impostos pela censura e começou a assumir um papel de divulgação cultural, onde se assistia à tal especialização da programação, que sublinhámos acima, com Meneses, que ia da informação à divulgação musical.⁷⁷

A rádio pública assistia também nesta altura a várias mudanças ditadas pelo desenvolvimento tecnológico e pela necessidade de profissionalizar⁷⁸ o meio, não só do ponto de vista técnico, como do prisma da programação.

Cordeiro refere que a rádio portuguesa enfrentava um momento de rutura entre uma comunicação institucionalizada e outra que se contruía com ritmo do pulsar dos acontecimentos da sociedade. Como característica desta especialização da programação, a autora salienta que “as horas nocturnas, que eram consideradas mortas, tornaram-se o principal horário da rádio, com programas que desenvolviam uma acção informativa e formativa, num novo formato de rádio que testemunhava e acompanhava a vida nacional”.⁷⁹

Neste sentido, a década de 60, marcada pela evolução e especialização da programação radiofónica portuguesa, contava assim com a inclusão de um outro fator decisivo, o da concorrência.⁸⁰

programa “A Invasão dos Marcianos”, bem como os áudios originais estão disponíveis em: http://www.classicosdaradio.com/Marciano_matosMaia.htm.

⁷⁷ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 3.

⁷⁸ Os responsáveis da EN celebraram em 1950 um acordo com um grupo de jovens do Centro Universitário de Lisboa, que estabelecia um acordo entre a rádio pública e a futura Rádio Universidade. Com ligações à Mocidade Portuguesa, este acordo visava a transmissão diária de programas realizados em contexto universitário, num tempo reduzido, em onda média. Por ser uma emissão idealizada por jovens universitários, a EN dedicava-lhe atenção e o espaço pretendia ser um laboratório de aprendizagem para futuros locutores. A censura prévia funcionava em todos os programas; no entanto, na década seguinte, os programas iam para o ar sem controlo prévio. O projeto da Rádio Universidade manteve-se ao longo de todo o regime do Estado Novo, terminando em Novembro de 1974. Na Rádio Universidade viriam a estudar José Fialho Gouveia, João David Nunes, Adelino Gomes ou Luís Filipe Barros. Vieira, *A Nossa Telefonía*, 120.

⁷⁹ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 3.

⁸⁰ A Rádio Renascença, por exemplo, afirmava por esta altura (final dos anos 50, inícios de 60) uma nova etapa na estação, com os programas “23ª Hora” ou “Diário do Ar”, que concorria diretamente com a Rádio Clube Português (surgida em 1931). A estação, entre 1959 e 1967 apostou no programa “Meia-Noite”, um dos primeiros programas de rádio organizado por realizadores e produtores independentes, que tinham o objetivo específico de acompanhar um público que trabalhava de noite ou sofria de insónias. “A

Paula Cordeiro sublinha que a rádio portuguesa se valeu muitas vezes do direto, para evitar a censura prévia,⁸¹ e Joaquim Vieira refere que a relação das pessoas com este meio de comunicação também evoluiu, graças a um novo período de expansão editorial e tecnológica, que entre as décadas de 50 e 60 se afirmou.⁸²

As rádios locais, os Emissores Associados de Lisboa e os Emissores do Norte Reunidos seguiam-se na relevância de escutas, à Emissora Nacional, à Rádio Clube Português e à Rádio Renascença, as principais estações de rádio, e a publicidade surgiu, como forma de sustentação económica,⁸³ após um período de proibição pela parte do regime. É neste período que se começam também a efetivar novas profissões dentro da rádio: programadores e realizadores, locutores⁸⁴, produtores e técnicos específicos.

No final da década de 60, em 1968 e com a exoneração de Salazar da chefia do governo, deu-se início a um período que ficou conhecido como a “Primavera Marcelista” e no qual se produziram programas e reportagens que marcaram a história da informação no nosso país. Estes foram programas que, de acordo com Cordeiro, “não tinham propaganda ao regime, programas que mostravam um certo inconformismo em relação à situação”,⁸⁵ tendo-se efetivado a grande mudança na rádio portuguesa com a revolução que restabeleceu a democracia, a descolonização e aboliu a censura.

Chegados a 1974, a ocupação da EN faz-se pelo movimento das Forças Armadas a 25 de Abril, num golpe que contou com a rádio para a transmissão das ‘senhas’ que

música era o principal ingrediente do programa de rádio, mas tinha rubricas de literatura, música, teatro e actualidade”. Santos, *A Rádio em Portugal*, 25.

⁸¹ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 3.

⁸² Vieira, *A Nossa Telefonia*, 118.

⁸³ Santos, *A Rádio em Portugal*, 23.

⁸⁴ Rogério Santos deixa ainda a nota de um reconhecimento público que se manifestou por este tempo: nascia uma espécie de um *star-system* que glorificava os locutores de rádio. Um exemplo visível foi Artur Agostinho, que para além de locutor de rádio (da EN e da Rádio Renascença) foi jornalista, escritor e ator, tornando-se célebre pelos relatos de futebol e comentários desportivos na rádio, graciosamente elogiados pelos seus pares e ouvintes ao longo das décadas em que esteve ligado às emissões radiofónicas. Novamente, uma nota para o filme *Radio Days*, de Woody Allen, que foca igualmente este aspeto das novas estrelas da rádio em ascensão. O filme faz uma caricatura do cenário americano, ironizando e ridicularizando a postura dos profissionais de rádio em gravação nos estúdios.

⁸⁵ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 3.

puseram em marcha a revolução, constituindo um momento histórico para o país e para a cultura nacional.

A comunicação radiofónica altera-se a partir desse momento e em 1976, a Emissora Nacional passa a chamar-se Radiodifusão Portuguesa (RDP), integrando todas as emissoras nacionais entretanto nacionalizadas. Paula Cordeiro estabelece três fases evolutivas que caracterizam a rádio depois de 1974, sendo a primeira, precisamente, a nacionalização das rádios em Portugal⁸⁶.

Com a conquista da liberdade de expressão, proveniente do fim da censura, mas perante a falta de legislação sobre a radiodifusão, a autora refere como uma segunda fase evolutiva da rádio em Portugal, a existência das rádios livres, habitualmente chamadas de rádios piratas. Experimentando novos formatos, as rádios piratas da altura não definiam grandes estruturas de programação, mas agiam, no entanto, junto das comunidades locais. Eram geridas por amadores de rádio (muitos viriam, mais tarde, a profissionalizar-se) e tinham grande relevância na informação local, onde os retransmissores das zonas emitiam ilegalmente.⁸⁷

Neste sentido, é ao nível da regulamentação do sector radiofónico que este terceiro estado se impõe. Muitas das rádios piratas desapareceram com a legalização destas (processo que só ficou concluído em 1989), o que, respondendo à necessidade de regulamentação, permitiu que apenas as rádios mais fortes ou devidamente estruturadas se mantivessem em emissão.⁸⁸

Cordeiro refere que, se por um lado, a rádio “perdeu muito do que a havia caracterizado, por outro veio ganhar novas ideias, um novo dinamismo e futuros

⁸⁶ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 4.

⁸⁷ *Idem*.

⁸⁸ Elsa Costa e Silva e Madalena Oliveira, “A linguagem do local e as rádios piratas – memória do episódio ‘Marcianos em Braga’”, Rádio: Contextos e Linguagens, *Revista Media & Jornalismo*, disponível aqui: http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/media_jornalismo_final_n-24_elsa.pdf.

A regulamentação radiofónica foi antecedida por um intenso debate e por iniciativas de protesto por parte dos operadores das rádios piratas, mas o resultado do concurso público de concessão de alvarás de licenciamento permitiu que, à medida que as mais de 300 licenças fossem atribuídas, muitas das rádios de âmbito local voltassem a emitir. De acordo com o artigo em questão, as rádios livres têm um papel fulcral quando se fala de informação de proximidade, não necessariamente pelo cariz noticioso, mas por assumirem uma linguagem diferenciadora, dirigindo-se para uma audiência que está perto e por assumirem projetos de maior interação e integração comunitária.

profissionais”.⁸⁹ A autora salienta que depois de 1974, a rádio abandonou a sua estrutura de programação com base em programas concretos, para adotar uma programação mais ligeira, organizada em sequências horárias ao longo do dia e assente em medidas de audiência, para angariar publicidade.

Por outro lado, a RDP, para corresponder às responsabilidades das suas funções na esfera do serviço público, produzia quatro programas em onda média e FM, no continente e regiões autónomas. Por 1979, a administração de João Humberto Lopes estabeleceu uma divisão entre ‘Programas não Comerciais’ – que incluíam o canal 1 (Antena 1) e o Programa 2 – e ‘Programas Comerciais’, onde se afirmava, nesse ano, a Rádio Comercial, que resultou da fusão dos canais 3 e 4, sob a direção de João David Nunes, que nesse ano estreou na programação o programa “Rock em Stock”.⁹⁰ Nos estatutos da RDP (de 1984), pressupunha-se que o serviço público nacional oferecesse:

“uma gama variada de programas de interesse nacional, regional ou local, que contribuam para a satisfação de necessidades sociais, tanto no domínio da informação noticiosa como na transmissão de programas de formação ou divertimento.”⁹¹

O acesso do maior número de ouvintes a todas as formas culturais, bem como uma programação que divulgasse a cultura e as histórias portuguesas, constituíam duas das características do serviço público nacional. Consequentemente, em Junho de 1981, a Assembleia da República aprovou uma lei de proteção da música portuguesa na rádio e na televisão, em que se impunham quotas de divulgação da música produzida em Portugal: na programação erudita, quinze por cento de música de autores portugueses e vinte e cinco por cento de música executada por intérpretes portugueses; na música ligeira, cinquenta por cento de autoria portuguesa, vocal ou instrumental, por estação emissora e por canal⁹².

A questão da música na rádio, ainda que não seja o nosso objeto de estudo, tem sido desde a década de 60 também responsável pela adaptação da rádio a novas realidades,

⁸⁹ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 4.

⁹⁰ Vieira, *A Nossa Telefonía*, 159.

⁹¹ Vieira, *A Nossa Telefonía*, 160.

⁹² Vieira, *A Nossa Telefonía*, 161.

sendo por isso também pertinente expor a sua relevância na relação existente entre a rádio e a cultura *pop*. A música que se ouvia na rádio portuguesa sofria, naturalmente, também alterações. Do fado ao folclore, passando pela música dos festivais da canção e principalmente sublinhado a canção de intervenção, a música nacional refletia as repercussões do estado de fechamento em que Portugal se encontrava,⁹³ em comparação com o cenário internacional.⁹⁴

Enquanto na realidade americana, na primeira metade do século XX, a cultura radiofónica se caracterizava por uma dimensão ora unificadora ora diferenciadora dos públicos, contribuindo para a afirmação de subculturas, através de programas especializados e/ou através da música, o que conferimos nesta investigação foi que, no panorama nacional, esta evolução só se fez na segunda metade do século XX.

Paula Cordeiro refere que face à evolução do meio, como à evolução da sociedade e do sistema económico-comercial em que a rádio está integrada, “o formato de programação da rádio dos anos 80 cedeu lugar a outros, mais específicos, que procuram ir ao encontro de públicos cada vez mais definidos”.⁹⁵

A autora sublinha que o final dos anos 90 e a passagem para um novo milénio apresentou mais e novos desafios para a comunicação social e para rádio, em particular.

A concorrência estabelecida dos outros meios de comunicação, bem como a implantação da *internet* – que obrigou à redefinição de estratégias de comunicação e criou novos modelos de comunicação – tornou imprescindível a sua utilização “enquanto suporte para (os meios de comunicação) se fortalecerem, naquele que se apresenta como o século da comunicação interativa”.⁹⁶

⁹³ Se recuarmos à década de 60, deparamo-nos com os concursos de Ié-Ié em Portugal, num momento em que uma nova geração parecia começar a tomar o pulso ao futuro de uma programação radiofónica que ambicionava a frescura da cultura *pop* internacional que chegava a território nacional. O termo francês Ié-Ié foi criado pelo programa de rádio “Salut Les Copains”, derivado dos ‘*yeah-yeah*’ que se ouviam nas canções. Se no país de origem, o termo reportava a grupos de jovens cantoras enquanto símbolos de sensualidade, em Portugal, recorreu-se à designação para englobar e descrever os novos conjuntos que surgiam entre 1964 e 1967. “O ié-ié chega a Portugal de forma descontextualizada e é explorado por uma imprensa mal informada”. Luís Pinheiro de Almeida, *Biografia do Ié-Ié* (Lisboa: Sistema Solar, 2014), 13.

⁹⁴ A Emissora Nacional envolveu-se na edição discográfica ao colocar meios de produção ao serviço da editora Rádio Triunfo. Esta era uma empresa que publicava vários discos de estéticas tradicionais, permitindo deste modo, uma aproximação a conteúdos musicais exclusivos ou em primeira mão.

⁹⁵ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 5.

⁹⁶ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 4.

Cordeiro acrescenta que nestes anos de transição, o culto do programa de autor começou a enfraquecer, face aos dados cientificamente comprovados que apresentam valores específicos de caracterização do público. Para a autora:

“Mais importante do que quem e como apresenta, passa a ser aquilo que se apresenta, a música que toca e a informação que se disponibiliza, nivelando o público por aquilo a que se chama ‘ouvinte segmentado’”.⁹⁷

Paula Cordeiro refere um outro fator que atualmente contextualiza a rádio portuguesa, relativo à alteração do esquema de negócio do cenário radiofónico e que se compõe em três elementos diferenciados, sendo que o primeiro desses elementos está relacionado com o conjunto de operadores de pequenas dimensões, num padrão de emissões com fracos conteúdos e pouca preocupação estética. O segundo elemento é representado pela estrutura dos operadores privados, que procuram a ampliação da sua audiência, sendo que o terceiro elemento é representado por um operador público.

Num momento que obriga a uma mudança de mentalidades, onde é necessário deixar de pensar a rádio como um fim em si mesmo, enquanto objeto artístico e cultural, Cordeiro salienta que a atividade radiofónica deverá ser encarada como “um negócio que oferece um produto que se quer rentável”⁹⁸, sendo neste sentido que a diferença entre as estações do serviço público e as estações de carácter privado deve afirmar-se.

Para Cordeiro: “(as estações de serviço público) deverão garantir a independência dos poderes estabelecidos, sejam eles políticos, económicos, de natureza privada ou institucional”⁹⁹.

⁹⁷ *Idem.*

⁹⁸ Cordeiro, “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução”, 6.

⁹⁹ *Idem.*

Capítulo 2 – Análise dos programas de rádio

“Radio allowed people to act with their hearts and minds.”¹⁰⁰

Walter Benjamin, em *A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica*, diz-nos que “o leitor está sempre pronto a tornar-se um escritor”¹⁰¹, a propósito da diferença que estabelece entre o público e o autor e assumindo que esta diferença está a perder o seu carácter.

Benjamin refere que com a crescente especialização do trabalho, a especialização dos indivíduos teve, necessariamente, de acontecer, de forma voluntária ou involuntária e ganhando estes, assim, o acesso à condição de autor. Independentemente da sua relação com os outros meios de comunicação ou da sua adaptação aos mesmos, uma das características da rádio passa pela capacidade dos profissionais de rádio, na sua condição de autores, potenciarem nos ouvintes várias realidades subjetivas.

Mowitt refere que a rádio acontece em cada um dos ouvintes, dependendo da sua capacidade subjetiva de visualização, já que para o autor, este fenómeno implica a possibilidade de cada sujeito idealizar as mais variadas imagens mentalmente e instantaneamente, sem precisar de um elemento de mediação.

A questão da subjetividade está, para Mowitt, relacionada com a rádio, sendo por isso que o autor refere que a rádio atua na esfera da percepção humana: “(...) radio is shown to participate intimately in a certain construal of the subject of human perception, indeed, a construal in which a sound effect is allowed to stand in for the aural character of speech – and vice versa”.¹⁰²

A possibilidade da criação de imagens e a consequente ação nas estruturas de personalização e identidade de cada ouvinte de rádio são algumas das características que expomos investigar no âmbito desta relação sinérgica entre a rádio e a cultura *pop*.

O segundo capítulo deste trabalho é produto de uma investigação com acesso a entrevistas cedidas pelos próprios e que podem ser lidas na íntegra, no capítulo destinado aos anexos deste trabalho.

¹⁰⁰ Citação de Dick York (1928-1992).

¹⁰¹ Benjamim, *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política* (Lisboa: Relógio D'Água, 1992), 97.

¹⁰² Mowitt, *Radio: Essays in Bad Reception*, 186.

2.1. Nota Metodológica

Com o objetivo de explorar a forma como os programas de rádio nacionais podem agir/interagir na cultura *pop* portuguesa, realizámos em estudo qualitativo descritivo, tendo por caso a rádio portuguesa, entendida, neste âmbito, como um fenómeno cultural popular.

Ao proporcionar uma abordagem naturalista e interpretativa do tema de estudo no ambiente natural dos indivíduos alvo, na procura da interpretação de fenómenos complexos à luz do que significam para as pessoas, a investigação qualitativa fica em vantagem nos estudos direcionados para as experiências, pensamentos, sentimentos e crenças.¹⁰³

Favorecendo, pois, a interpretação das relações e da identificação dos significados do fenómeno de acordo com a perspetiva dos indivíduos em estudo, a abordagem qualitativa pareceu-nos a mais adequada ao alcance do objetivo de investigação a que propusemos¹⁰⁴.

Como unidade de observação escolhemos o programa de rádio, e seleccionámos dois programas nacionais: o programa “Rock em Stock”, criado em 1979, realizado por Luís Filipe Barros, e o programa “Portugália”, no ar desde 2002, realizado por Henrique Amaro. Os programas selecionados cumprem em simultâneo os critérios de inclusão seguintes: apresentar conteúdos adequados ao alcance do objetivo do estudo e ser alvo de testemunhos na primeira pessoa com elevada acessibilidade.

Como técnicas de recolha de dados optámos pela realização de entrevistas. Optamos, de forma complementar, também pela análise documental de recortes de jornais.

Foram realizadas propositadamente quatro entrevistas, uma por pessoa entrevistada. Entrevistámos, assim, quatro pessoas: o realizador e autor de cada um dos programas em análise - Luís Filipe Barros (programa “Rock em Stock”) e Henrique

¹⁰³ Norman K. Denzin e Yvonna S. Lincoln, *The Sage Handbook of Qualitative Research* (Califórnia: Sage Publications, Inc, 2005) 3.

¹⁰⁴ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (Califórnia: Sage Publications, Inc; 2014), 32.

Amaro (programa “Portugália”), e dois profissionais da comunicação, considerados agentes ativos na produção cultural contemporânea - Nuno Reis, radialista e atual diretor da rádio pública Antena 3 e Paula Guerra, professora auxiliar de Sociologia na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e autora de diversos artigos científicos, livros, comunicações, conferências e outros projetos de produção e divulgação cultural.

A seleção dos participantes ficou a dever-se a dois tipos de critérios: critérios comuns a todos os entrevistados – ser profissional da comunicação, ter sido, e continuar a ser, ouvinte da rádio, e ser facilmente e diretamente por nós acedido no âmbito do estudo; e critérios específicos para cada um dos selecionados – possuir relação direta com um dos programas de rádio escolhidos (Luís Filipe Barros e Henrique Amaro) ou reconhecer esses mesmos programas como agentes ativos na produção cultural contemporânea (Nuno Reis e Paula Guerra).

Optámos por realizar entrevistas essencialmente com perguntas abertas, orientadas por um guião. Esta técnica pareceu-nos a mais adequada ao alcance do objetivo do estudo, pois permite a expressão livre do entrevistado embora com alguma estruturação imposta pelo investigador em torno do tema principal.¹⁰⁵

Construímos intencionalmente três tipos de guião de entrevista: um destinado às entrevistas realizadas aos dois realizadores de rádio; um segundo destinado à entrevista com Nuno Reis e um terceiro destinado à entrevista com Paula Guerra. Os guiões das entrevistas encontram-se disponíveis nos apêndices 1 e 2 desta dissertação, no capítulo referente aos anexos deste trabalho.

Embora organizado sob a forma de questões, os guiões foram essencialmente orientadores dos tópicos a abordar. Para além dos tópicos de caracterização do perfil dos realizadores dos programas de rádio em estudo, insistimos em tópicos relacionados com os conteúdos e objetivos dos referidos programas.

Convidámos os participantes a colaborar no estudo pessoalmente, por telefone ou através de carta enviada por correio eletrónico. Todos receberam o respetivo guião de entrevista com antecedência.

¹⁰⁵ Creswell, *Research Design*, 32.

As entrevistas que efetuámos aos realizadores dos programas de rádio foram presenciais, tendo sido gravadas com equipamento áudio para facilitar o tratamento e análise da informação recolhida. Com exceção das questões orientadas para a construção do perfil de cada realizador, colocámos essencialmente questões abertas, e proporcionámos um ambiente propício para que os participantes se sentissem à vontade para direcionar as respostas, utilizar os seus próprios termos e decidir quanto ao desenvolvimento de cada tópico, com a mínima interferência do entrevistador.

A entrevista a Paula Guerra foi efetuada pelo telefone, em moldes idênticos à dos realizadores dos programas e também sujeita a gravação áudio. Nuno Reis respondeu por escrito às questões que constam no respetivo guião.

Todas as entrevistas foram transcritas e podem ser lidas nos apêndices, no capítulo referente aos anexos deste trabalho. Após a transcrição, procedemos à organização e análise dos dados recolhidos.

Os recortes de imprensa referentes aos autores dos programas de rádio que estudámos foram disponibilizados pelos próprios participantes e estão disponíveis no capítulo referente aos anexos desta dissertação.

O perfil de cada um dos dois realizadores foi traçado maioritariamente a partir dos dados recolhidos nas entrevistas efetuadas aos realizadores dos programas de rádio e dos dados recolhidos por análise documental dos recortes de imprensa.

Estudámos os conteúdos específicos e objetivos dos programas “Rock em Stock” e “Portugália” através da técnica de análise de conteúdo dos dados que resultaram das entrevistas a todos os participantes.

2.2. Perfil do realizador Luís Filipe Barros (“Rock em Stock”)

Luís Filipe Barros nasceu em Lisboa, em 1951 e cresceu sempre em Lisboa. A sua ligação à música e também à rádio aconteceu enquanto criança, quando, à noite, conseguia sintonizar uma estação pirata, inglesa, no rádio a pilhas que tinha: A Radio Caroline, na década de 60.

Ainda criança começou a tomar contacto com jornais britânicos de música, como o *Melody Maker*, *New Musical Express* ou *Disc & Music Echo* e, ao mesmo tempo que ouvia a rádio, acompanhava, através das leituras musicais, os *tops* dos temas que rodavam na Radio Caroline. Começou assim por tomar contacto não só com as bandas – sabia quem eram os Beatles – tendo inclusive sido o disco *She Loves You*, dos Beatles, o seu primeiro investimento discográfico, mas desde cedo começou também a ganhar o gosto pelas publicações sobre música.

Tinha o fascínio pelos locutores de rádio. Com idade já para compreender as diferenças, Luís Filipe Barros recorda-se de se aperceber do contraste de estilo dos locutores que ouvia na Radio Caroline e dos locutores que faziam rádio em Portugal. Das memórias, diz recordar-se de alguns locutores e principalmente de ouvir o programa “Em Órbita” – programa onde ouviu pela primeira vez o tema “Whole Lotta Love” dos Led Zeppelin, ou o “23ª Hora” – programas que, como sugerimos na breve contextualização e história da rádio feita no primeiro capítulo desta dissertação – já apostavam na divulgação de música que ainda não se ouvia em Portugal.

Luís Filipe Barros recorda-se destes programas o acompanharem na sua adolescência e de ser através deles que conheceu bandas como os Doors:

“A minha cultura musical, a minha influência toda e o que me levou para a rádio está relacionado com um amigo meu (...) que é o Luís Filipe Rocha e esse meu amigo é que me disse: ‘Luís, tu vai para a rádio. Há uma Rádio Universidade e é de onde saem todos os grandes locutores. O Adelino Gomes, o João David Nunes, o José Nuno Martins, o Joaquim Furtado... (...) Nessa altura, a rádio estava a despontar em Portugal com malta nova e eu fui fazer esse curso - de rádio”.

Uma relação mais séria entre Luís Filipe Barros e a rádio começa neste momento, através da ingressão na Rádio Universidade, em 1969. Como vimos, a Rádio Universidade foi a única escola de rádio existente em Portugal e foi o ponto de passagem

de muitos dos profissionais que nessa altura, trabalhavam já nas estações nacionais. A Rádio Universidade dava acesso a quem procurasse seguir uma profissão na área da rádio e através de um primeiro teste de voz, os candidatos escolhiam que percurso seguir – desde a locução, à realização ou serviços técnicos.

No caso de Luís Filipe Barros, a escolha do curso de locução dividiu-se em três anos, sendo que no primeiro, através de palestras e uma aprendizagem geral, o realizador começou pelo estágio. No segundo ano, já enquanto locutor provisório teve acesso ao microfone, com acompanhamento técnico, feito por Fernando Balsinha. Depois da realização de testes ao fim de dois anos, os alunos, no geral, eram já considerados locutores efetivos, surgindo aqui a oportunidade para ingressarem na Rádio Renascença, na Rádio Clube Português ou na Emissora Nacional.

Do seu curso na Rádio Universidade, o autor em questão recorda ter sido colega de Luís Paixão Martins, Dina Aguiar ou Henrique Garcia, contando que foi o “último grande curso da Rádio Universidade”.

Enquanto aluno provisório da Rádio Universidade, esteve com responsabilidades em programas que transmitiam na Emissora Nacional e em 1971 trabalhou no programa “Tempo Zip”, na Rádio Renascença, num convite de José Fialho Gouveia, onde entre música e voz, tinha doze minutos para fazer o programa. Sobre este momento, Luís Filipe Barros recorda-se de passar excertos de seis álbuns, em doze minutos e de ambicionar ter um estilo de locução semelhante ao das rádios inglesas.

Luís Filipe Barros cumpre o serviço militar e regressa de Angola em 1974, momento em que regressa à Rádio Renascença. Entre este período da Rádio Universidade e o do cumprimento do serviço militar, Luís Filipe Barros recorda alguma tensão familiar. O realizador, que desistiu de estudar medicina (tendo cumprido o primeiro ano), decide enveredar definitivamente numa carreira enquanto locutor de rádio quando regressa de Angola, em 1974, deixando para trás as pressões familiares.

Em 1974, Luís Filipe Barros teve a primeira experiência radiofónica com António Sérgio:¹⁰⁶o programa “Zero/Duas”, na Rádio Renascença, dedicado ao *rock* psicadélico, no ano que os Supertramp editavam o álbum *Crime Of The Century*.

¹⁰⁶ António Sérgio (1959-2009) foi um locutor e realizador de rádio português, tendo sido um grande divulgador da música *rock* alternativa na Rádio Renascença, entre 1968 e 1979, onde se tornou conhecido pelo programa “Rotação” entre 1976 e 1979. Em 1980 integra a Rádio Comercial, onde se tornou mais

A Rádio Renascença viria a ser ocupada em 1975 pelos trabalhadores, e o realizador, refere que, ao solidarizar-se com os trabalhadores, “pagou o preço”, tendo sido conotado com a extrema-esquerda e afastado da Rádio Renascença. O realizador conta que foi uma época difícil e que esteve afastado da rádio nos anos que se seguiram.

Afastado da rádio e durante o PREC (Processo Revolucionário Em Curso), Luís Filipe Barros trabalhou, até 1979, como jornalista em várias publicações, no Ministério do Comércio e Turismo e ainda como DJ numa discoteca. Em 1979, recebe o convite para integrar a Rádio Comercial, pela parte do colega da Rádio Universidade João David Nunes.

“Em 1979, o João David Nunes telefona-me (...) e diz-me que vai fazer uma nova estação de rádio: a Rádio Comercial. Sabia que eu estava afastado da rádio, por causa do meu problema na Rádio Renascença, mas como nenhum de nós estava interessado em fazer política, ofereceu-me um novo programa de rádio. E depois de anos sem fazer rádio, era só o que eu queria. Tudo o resto tinha servido para compensar essa ausência.”

O “Rock em Stock”¹⁰⁷ dá início às emissões a 9 de Abril de 1979, sob a proposta de Jaime Fernandes, que fazia também parte da equipa que integrava o novo programa. Com Luís Filipe Barros, também Paulo Coelho, Jorge Falorca e Rui Morrison, o “Rock em Stock” acontecia ao cuidado desta equipa que assegurava a produção dos conteúdos.

Luís Filipe Barros acaba por assumir sozinho a locução do programa, devido a várias incompatibilidades entre a equipa e recorda, também, a dificuldade existente em

conhecido enquanto divulgador musical graças ao programa “Som da Frente”, entre 1982 e 1993. António Sérgio foi um dos primeiros radialistas portugueses a divulgar a música de uma corrente alternativa de artistas internacionais, nas áreas da música pós-rock ou pós-punk, como os Joy Division ou Patti Smith. Um excerto do programa “Som da Frente” está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xvLFprvKxwc>. Uma nota ainda para o documentário *Uivo*, realizado por Eduardo Morais, relativo ao papel divulgador de António Sérgio. O documentário foi realizado em 2014 para assinalar o quinto aniversário da morte de António Sérgio. O mesmo vai ser disponibilizado no site da Antena 3 (<http://antena3.rtp.pt>) no dia 2 de Novembro, 2016. *Trailer* disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=geXM4zgzhVg>.

¹⁰⁷ É possível ouvir um excerto de um programa do “Rock em Stock”, num programa que conta com uma entrevista à banda AC/DC. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xl_j6Yoe96o. Ao longo desta investigação, constatámos que apenas alguns excertos de episódios do “Rock em Stock” estão disponíveis em plataformas digitais, tendo sido, os que existem, recolhidos e disponibilizados por fãs do programa.

arranjar música nova e apropriada para o programa que se propunham a fazer: passar na rádio música nova, para uma nova geração.

As editoras nacionais, nomeadamente a Valentim de Carvalho, acabaram por abrir portas no que tocou à diversidade de discos para o programa. Em pouco tempo, o “Rock em Stock”¹⁰⁸ chegava aos ouvidos de uma nova geração que, ao ouvir a música que chegava da Europa e da América, começava também a partilhar discos com Luís Filipe Barros.

O autor revela que a essência do “Rock em Stock”, mais do que qualquer outra, foi essa mesma – a da participação e interação dos ouvintes nos conteúdos do programa: “o segredo foi eu começar a passar música que os ouvintes me emprestavam.”

A partir desse momento e já estabelecida uma ligação com os ouvintes, também a ligação com as editoras se estava a fortalecer. A criação de um *top* de vendas do “Rock em Stock”, não só assumia a marca do programa de rádio, como potenciava as relações com as editoras e, paralelamente com a imprensa musical nacional, que começava a rebentar em Portugal.

Começava a nascer uma nova indústria, tornando o “Rock em Stock” mais do que um programa de rádio, uma marca de confiança dos ouvintes, onde os mesmos tinham as portas abertas para enviarem os discos de música *rock* internacional que adquiriam, trabalhos esses que tocavam na rádio nacional.

O “Rock em Stock” acabou por começar também a dedicar-se à divulgação de música *rock* portuguesa, fator que alterou a estrutura inicial do programa e que Luís Filipe Barros refere como motor do *boom* do *rock* português.

Em 1982, Luís Filipe Barros toma a decisão de sair do “Rock em Stock”. Com o desejo de chegar a mais públicos e de abraçar um novo desafio, o realizador acabou por se dedicar ao programa “Café com Leite”, nas manhãs da Rádio Comercial.

¹⁰⁸ O nome do programa “Rock em Stock” foi atribuído por José Nuno Martins, que trouxe o nome de França. O nome está registado por Luís Filipe Barros, tendo sido igualmente o nome de uma revista francesa. O programa adotou este nome porque o conceito do programa estava ligado à divulgação da música que estava (ainda) armazenada em Portugal, ainda que já tivesse sido editada internacionalmente há anos atrás.

Em 1984, Luís Filipe Barros apostou num novo programa de rádio, o “Ondas Luisianas”, dedicado à música *pop-rock* dos anos 80, seguindo um modelo parecido ao do “Rock em Stock”.

Em 1987, Luís Filipe Barros retoma o “Rock em Stock”, terminando o programa em 1993, aquando da privatização da estação de rádio. Por não pretender permanecer numa rádio privada, voltou a encontrar-se já num outro contexto com Jaime Fernandes, que fez o convite a Luís Filipe Barros para o cargo de diretor-adjunto de programas da RDP. Depois de ter aceitado, participou no arranque da rádio Antena 3 em Abril de 1994, da qual foi chefe do departamento de programas e fez também emissão diária de rádio.

Em 1995, Luís Filipe Barros volta ao microfone para realizar programas semanais como “O Sol da Meia-Noite”,¹⁰⁹ na Antena 1, dedicado à música dos anos 50 e 60.

De 2004 a 2011, o realizador voltou com um novo formato para a que seria a segunda série do programa “Ondas Luisianas”¹¹⁰ e esteve à frente do programa “Classe 70”, dedicado ao *rock* progressivo, na Antena 1, reformando-se posteriormente.

Hoje em dia, Luís Filipe Barros participa na rádio 105.4 Cascais, onde passa música dos anos 50, 60 e 70. Em entrevista ao jornal *i*, o realizador refere:

“O meu filho é o director (da rádio) e conhece toda a minha discografia. Ele é que me organizou os tops todos, senão eu mandava aquela papelada toda para o lixo. Aquilo é praticamente nosso. Não recebemos nada. É uma brincadeira que tenho ali. Tenho ajudas de amigos, ainda não temos publicidade, já temos uns 17 mil ouvintes, o que é porreiro para uma rádio local”.¹¹¹

Para além de realizador de rádio, Luís Filipe Barros participou em filmes portugueses, escreveu dois livros, fez publicidade e apresentou o programa “Berros & Bocas” com Manuela Moura Guedes. Produziu e co-produziu discos de várias bandas nacionais como o álbum de estreia dos UHF: *À Flor da Pele*.

¹⁰⁹ Ligação para escuta do programa disponível em: <http://www.rtp.pt/programa/radio/p1007>.

¹¹⁰ Ligação para escuta do programa disponível em: <http://rtp.pt/programa/radio/p1664>.

¹¹¹ “Luís Filipe Barros: Devo ter feito uma onda média no FM porque abanei aquilo tudo”, *Jornal i* (2013), acedido a 24 de Outubro, 2016, disponível em: <http://ionline.sapo.pt/317881>.

Recentemente, Luís Filipe Barros foi consultor da série de televisão “Os Filhos do Rock”,¹¹²transmitida pela RTP entre 2013 e 2014, que pretendia revisitar a década de 80 e o *boom* do *rock* português. A vida e o perfil do realizador, enquanto profissional de rádio, inspiraram uma das personagens da série.

Enquanto Luís Filipe Barros se tornou conhecido pela locução frenética e estimulante, sendo apelidado de “Berros”, o carisma de um outro realizador em destaque nesta dissertação, Henrique Amaro, também se tornou público, através do programa de rádio “Portugália”.

2.3. Perfil do realizador Henrique Amaro (“Portugália”)

Henrique Amaro nasceu em Lourenço Marques (atual cidade de Maputo) em 1970 e cresceu os primeiros anos na cidade de nascença, tendo vindo viver para os subúrbios de Lisboa quando tinha por volta dos 5/6 anos. A sua relação com a música remonta a essa altura, já que regressou sozinho da cidade moçambicana e foi viver, temporariamente, com uma familiar politicamente ativa, que lhe incitou o gosto pela música.

“O primeiro contacto que eu me lembro foi através dos tais rádios que existiam em casa e de ouvir muito a onda média da Rádio Comercial, que era aquilo que o meu pai mais gostava de ouvir. Eu frequentava muito a casa de uma tia minha, onde fiquei a viver quando vim de Moçambique (eu vim sozinho (...)) e ela sim, já tinha uma discografia”.

Para além de iniciar o contacto musical com alguns artistas de música de intervenção, Henrique Amaro recorda que também lhe foi incitado o gosto pelo culto do objeto discográfico, culto esse que Henrique Amaro começou desde os dez anos a construir, através da aquisição da sua própria discografia.

“Politicamente era uma pessoa muito ativa (a minha tia) e influenciou-me nesse aspeto. Ouvia-se muito José Afonso, etc. E aí foi provavelmente o meu primeiro contacto com a música gravada, com o objeto do vinil.

¹¹² Ligação para visionamento dos episódios da série “Filhos do Rock” disponível em: <http://www.rtp.pt/programa/episodios/tv/p30539>.

Esse ritual apareceu então através da minha tia, eu tinha uns seis, sete anos”.

Dos pais, não se recorda de grande relação destes com a música, recordando-se, no entanto dos vários aparelhos de rádio que existiam espalhados pela casa. Recordar-se de ouvir rádio, mas não atribui a essa memória, a ligação com o seu futuro enquanto profissional de rádio.

Foi a paixão pela música, ligada naturalmente ao contexto social, cultural e político vivido em Portugal entre o final dos anos 70 e inícios de 80, que permitiu a Henrique Amaro uma aproximação direta à radio enquanto meio de comunicação. O *boom* do *rock* português, associado à crescente indústria que estava no momento a nascer, tornava indissociável a divulgação musical e a rádio.

Dois mundos já unidos desde o início da história da rádio, mas que, a nível nacional e como expusemos, atingiam neste momento uma dimensão histórica marcante e um virar de página cultural e fundamental para o país. Neste sentido, Henrique Amaro refere que a sua ligação à rádio se relaciona com o gosto pela descoberta e pelo prazer de ouvir música:

“Na rádio, não se ouvia outra coisa, na televisão começa a nascer um certo culto também através da divulgação da música, nos jornais que o meu pai trazia para casa, eu ia sempre procurar as páginas de cultura, onde já estavam os músicos que eu ouvia na rádio - os UHF, o Rui Veloso, os Taxi, os Heróis do Mar... A rádio desperta-me o gosto pela música, mas aquilo que eu vim a fazer no futuro, não tem relação com isso”.

Com o desejo de se tornar professor, Henrique Amaro concluiu o bacharelato de professor do Ensino Básico do Primeiro Ciclo, na Escola Superior João de Deus, entre 1989 e 1992, mas foi ainda no ensino secundário que teve o primeiro contacto com a rádio, contacto esse que o autor atribui, em grande parte, devido à propagação das rádios livres em Portugal:

“ (...) entre 1985/86 há a explosão das rádios livres e essa anarquia no FM, no fundo, foi uma sementeira de profissionais que hoje vemos no ativo. Eu tinha um colega que sabia que eu tinha já uma boa discografia e que na altura estava a começar uma rádio na Amadora, onde estiveram uma série de profissionais que hoje reconhecemos (Rádio Mais), e um

dia pergunta-me, na escola, se eu estava interessado em ir até lá e fazer uma experiência. Eu achava interessante mas eu era um ouvinte e vi aquilo como um prazer e como uma forma de mostrar os meus discos (...)”

A vontade de divulgar música associada à experiência da rádio do liceu, num ambiente laboratorial, de tentativa e erro, acabou por levar Henrique Amaro mais longe, tendo sido convidado por Emídio Rangel, já na faculdade, para um *part-time* na rádio TSF, logo a seguir à legalização das rádios livres.

Sem formação teórica, mas com o conhecimento prático e de observação, Henrique Amaro considera-se um autodidata, naturalmente influenciado pelos profissionais que cresceu a ouvir e com os quais trabalhou:

“ (...) tive a sorte de passar uma temporada na TSF, logo a seguir à legalização das rádios. Passava lá muito tempo com um amigo meu, o Vítor Marçal, e na altura o Emídio Rangel perguntou-me se eu estaria interessado num *part-time* por lá. Saía da faculdade e ia para a TSF e acho que no meu caso era só preciso observar e ouvir, nem era preciso falar. Era ouvires o Fernando Alves, o Fernando Correia, o Manuel Acácio e depois vias como é que eles faziam. A minha aprendizagem é feita a ver e a ouvir os outros”.

Na TSF, fez nascer o programa “Aprendizes de Mecânico”, com Vítor Marçal, onde diz que começou a investir em si como um especialista de música moderna portuguesa.

Henrique Amaro integra posteriormente o grupo da Rádio Energia, a rádio jovem do grupo TSF, onde viria a ser convidado para encabeçar um programa de rádio com Zé Pedro, dos Xutos e Pontapés, na altura do nascimento do clube Johnny Guitar¹¹³.

Henrique Amaro considera este momento particular um dos mais importantes na sua carreira enquanto radialista, ainda que, a definir a sua profissão, prefira considerar-se um divulgador de música moderna portuguesa:

¹¹³ O clube Johnny Guitar foi um dos mais badalados clubes noturnos da cidade lisboeta nos anos 90. Fundado por Zé Pedro, do Xutos e Pontapés, e por Alex Cortês, dos Rádio Macau, foi espaço de encontro de artistas e profissionais e um dos locais obrigatórios no roteiro roqueiro de Lisboa. Foi um espaço onde se assinaram vários contratos, entre editoras e artistas, onde se cultivavam cumplicidades.

“Seduziu-me muito essa ideia de falar com outras pessoas, mostrar, dar a conhecer. Acho que a minha profissão, se eu tiver de definir o que faço, é dar a conhecer. Esse é o meu chapéu para tudo aquilo que faço.”

Em Abril de 1994, com o nascimento da Antena 3, nesta altura considerada como a rádio jovem do antigo grupo Rádio Difusão Portuguesa (RDP) e atual Rádio e Televisão de Portugal (RTP), e com a saída de vários profissionais da Rádio Energia para a Antena 3, o convite é feito a Henrique Amaro por Jaime Fernandes, para integrar a nova rádio que estava a surgir.

Com a condição de se dedicar a um programa diário de música moderna portuguesa, Henrique Amaro integra a Antena 3, com um programa a que chamou “100%”,¹¹⁴ e no qual o objetivo se prendia com a divulgação da música que se fazia e ouvia no Portugal contemporâneo.

Alterações cronológicas nas administrações e direções da estação em questão alteraram a forma deste “100%” mas não seu o conteúdo. A divulgação da nova música portuguesa continuou a ser feita, num outro programa orientado por Henrique Amaro mas realizado a três, com Nuno Galopim e Nuno Calado, a que chamaram “Rádio Clube”, em 2001.

Um ano mais tarde, o conceito inicial proposto por Henrique Amaro no “100%”, voltaria à sua forma original, sob o nome de “Portugália”¹¹⁵. Sobre a experiência em relação ao programa “Rádio Clube”, Henrique Amaro sublinha:

“Foi um programa meio mal resolvido, porque não era o meu programa, não era o programa do Galopim e não era o programa do Calado. Estava condenado à partida mas nada como viver experiências. Depois houve uma altura em que quis voltar ao mesmo e foi quando voltei para a minha zona de conforto. E foi aí que o chamei de “Portugália”. Uma espécie de aldeia dos gauleses: dentro de um mundo global, há ainda aqui uma espécie

¹¹⁴ Henrique Amaro refere que o nome “100%” foi uma referência direta a um tema dos Sonic Youth, do álbum *Dirty*, de 1992. A relação entre o nome e o conteúdo do programa estava diretamente ligada à ideia de círculo, de força e de entrega.

¹¹⁵ Os episódios diários do programa “Portugália” estão disponíveis em: <http://www.rtp.pt/play/p253/portugalia>.

de um país imaginado. Eu todos os dias construo um país que não existe”.

Nascia assim o “Portugália” – um país imaginado aos microfones de uma rádio pública, que voltaria a ter aos comandos um divulgador profissional em Portugal. O “Portugália” revelou-se, ao longo dos últimos catorze anos, uma montra do talento português contemporâneo, motivo pelo qual se mantém, atualmente, na grelha diária da Antena 3 – a rádio que se move através do mote: ‘a alternativa *pop*’.

Sobre como descrever o “Portugália”, Henrique Amaro sublinha que um episódio do programa “tanto pode começar no Bruno Pernadas e acabar no DJ Marfox como pode ter os Dead Combo e alguém que fez uma canção ontem e nunca mais ninguém vai ouvir falar dela. É um país imaginado - o “Portugália” é isso mesmo”.

No momento em que esta investigação aconteceu, Henrique Amaro continua a realizar o programa “Portugália”, na Antena 3. Pode ser ouvido nos dias úteis da semana, entre 23 e as 24 horas da respetiva estação de rádio, no *streaming* do *site* da Antena 3 e todos os episódios estão disponíveis *online*.

Nos últimos anos, Henrique Amaro continuou a afirmar-se enquanto agitador cultural em vários campos artísticos: fez televisão¹¹⁶, escreveu artigos, dedicou-se a projetos de reinvenção ou reinterpretação da música moderna portuguesa, produziu trabalhos discográficos e é reconhecido publicamente em várias esferas e dimensões da cultura *pop* portuguesa.¹¹⁷

Para além de locutor e realizador de rádio, integra, entre outras funções, a equipa de direção da Antena 3 e é o mentor e coordenador geral do mais recente projeto multiplataforma assinado pela Antena 3.¹¹⁸

¹¹⁶ Ligação para um dos projetos de televisão no qual Henrique Amaro esteve envolvido – o programa “Spray”, em exibição no canal 2 da RTP, durante o ano de 1997, disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=J6YqvS4_q4U.

¹¹⁷ Um desses exemplos é a participação de Henrique Amaro no videoclip do tema “Em directo (para a televisão)” dos Mão Morta, tema que faz parte do disco *Há Já Muito Tempo que Nesta Latrina o Ar se Tornou Irrespirável*, de 1998. Ligação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EDUFty-aJM>.

¹¹⁸ O “No Ar” é um programa multiplataforma constituído por uma gravação em estúdio de um *showcase* de uma banda portuguesa e de respetiva entrevista. O mesmo conteúdo tem um formato televisivo, um formato rádio e uma abordagem digital em <http://antena3.rtp.pt>. Atualmente, um episódio novo do programa “No Ar” é transmitido na estação nacional da Antena 3 e no canal 2 da RTP, todas as quintas-feiras. Os programas estão disponíveis em: http://media.rtp.pt/antena3/ver_tax/no-ar/.

2.4. Conteúdos e objetivos dos programas de rádio em análise

A 21 de Agosto de 1981, Miguel Esteves Cardoso escrevia no semanário *O Jornal*, que, tendo regressado a Portugal, vindo de Inglaterra, se deparou com a existência de um ‘monstro’ chamado *rock* português.

O autor refere, em análise a este texto de 1981, que provavelmente e durante um ano, foi o também único português que não ouviu o “Cavalos de Corrida” dos UHF.¹¹⁹ É neste capítulo da sua *Escrítica Pop*, a que deu o nome “Raivas e Loucuras do chamado Rock Português”, que Esteves Cardoso reflete sobre o trabalho dos UHF e afirma a banda como o único exemplo de uma banda de *rock* português – já que o que se espera do *rock* português é que este seja *rock* e que seja português, algo que, na opinião do autor, estaria a ser confundido apenas com a existência de uma nova música ligeira e popular.

É neste sentido que as palavras de Miguel Esteves Cardoso o levam até encontro direto com o “Rock em Stock”, optando, no entanto, por se referir ao *Pop* Português para designar muitos dos novos grupos nascidos no epicentro do chamado *boom* do *rock* português.¹²⁰

Sobre este assunto, Miguel Esteves Cardoso sublinha que “as pessoas têm visto o *rock* português como um fenómeno quase meramente palavroso”, julgando-se as canções pelas letras e negando a “confrangedora escassez de nobreza e invenção musicais.”¹²¹

É também neste capítulo que escreve sobre os UHF, refere as letras dos Taxi e aponta os Trovante como exemplo bem-sucedido do que a nova música portuguesa alcançou nesta década, providos de música e originalidade musical em qualquer circunstância:

“Luís Filipe Barros, ao passar os Trovante no “Rock em Stock” compreende a essência da música Pop. Os Trovante, longe de pertencerem a um qualquer erudito departamento de um qualquer desgraçado folclore, pertencem à rua.”

¹¹⁹ Miguel Esteves Cardoso, *Escrítica Pop: Um quarto da quarta década do Rock 1980-1982* (Lisboa: Assírio & Alvim, 2003), 321.

¹²⁰ Sobre este assunto, a opinião de Miguel Esteves Cardoso é vinculada de forma determinada. Para o autor, “o Rock Português é invenção de atilados empresários e jornalistas ingénuos, criando separações artificiais e provocando expectativas injustas (...)”

¹²¹ Esteves Cardoso, *Escrítica Pop*, 323

A perspetiva de Miguel Esteves Cardoso enquanto jornalista musical que regressa a Portugal, inclui necessariamente o “Rock em Stock” e a consequente programação de conteúdos feita pelo seu autor Luís Filipe Barros, o que validou o carácter divulgador do programa do ponto de vista da divulgação da música que nascia em Portugal.

Num primeiro momento, Luís Filipe Barros apostou no “Rock em Stock” como um meio de divulgação da música *rock* que fazia sucesso nos Estados Unidos da América ou no Reino Unido, através das editoras nacionais, mas também através dos ouvintes do programa que forneciam material que Luís Filipe Barros passava nas emissões do “Rock em Stock” e aos quais, atribui a rápida ascensão do programa e a chave do sucesso do mesmo. Uma participação indireta que os ouvintes tinham no programa em questão, mas feita num modelo de interatividade entre emissor e recetor – entre o realizador de rádio e os ouvintes.

Com o nascimento do programa, em 1979, cinco anos passados da revolução de 1974, Paula Guerra¹²², uma das entrevistadas para esta dissertação, refere que Portugal se encontrava num estado de fechamento cultural de tal modo, que foi urgente a alteração consequente de comportamentos que Portugal viveu na década de 80:

“As músicas que ele passava, alguns discos de *new wave* e *punk* vieram abrir para muitos um caminho importante. Eu acho que chegou com ele essa modernidade a Portugal. Uma abertura a outro tipo de sons... Mas não é só de sons que falamos. (...) Não é só a questão da música, mas é tudo aquilo que vem através dela: as capas dos discos, a forma como as pessoas se vestem ou a forma como ouvem música. Acho que o programa também foi muito importante a esse nível.”

A autora reconhece um fechamento cultural e social aquando do surgimento do programa. As descobertas ao nível da música *punk*, por exemplo, que Luís Filipe Barros passou nos primeiros momentos do “Rock em Stock”, estavam, no contexto internacional,

¹²² Paula Guerra é doutorada em sociologia pela Universidade do Porto e é professora na Faculdade de Letras e investigadora do Instituto de Sociologia da mesma universidade. Coordena e participa em vários projetos de investigação nacionais e internacionais, no âmbito das culturas juvenis e da sociologia da arte e da cultura. Tem sido professora/investigadora visitante em várias universidades nacionais e internacionais, é autoras de diversas artigos em publicações nacionais e internacionais e publicou recentemente os livros *A instável leveza do rock* (Porto: Afrontamento, 2013), *As Palavras do Punk* (Lisboa: Alêtheia, 2015), *More Than Loud* (Porto: Afrontamento, 2015), *On The Road to the American Underground* (Universidade do Porto, 2015).

ligadas à subcultura adjacente que já se afirmava no contexto americano pelas décadas de 60 e 70. Uma cultura da juventude que, em comparação, chega posteriormente a Portugal e que, como refere Paula Guerra, foi também resultado direto da descolonização.

Consequentemente, a alteração de comportamentos de uma geração acaba por, necessariamente, acontecer, num país que conheceu tarde a indústria dos lazeres:

“Já tínhamos claro, conhecido o Ié-Ié, no entanto eram coisas muito restritas, porque todo o período da ditadura teve como consequência todo um fechamento do ponto de vista cultural e lúdico. Nós conhecemos muito tarde a indústria de massa, dos lazeres, muito fruto do nosso fechamento político e ideológico. (...) Todo esse tipo de coisas vão ter uma repercussão muito grande no nosso país, no nosso desenvolvimento, nos nossos valores e atitudes. A começar pela própria roupa. O pronto-a-vestir, por exemplo, que tinha surgido no pós-Guerra, nos outros países europeus, em Portugal é uma coisa dos anos 80, que chega tarde, comparativamente”.

Paula Guerra acrescenta que, por outro lado, a irreverência do programa de Luís Filipe Barros foi também responsável pelas mudanças socioculturais da altura, que implicavam um conjunto de sinergias:

“Surtem um conjunto de sinergias, relacionadas com a música, com o estilo de vida, que sugerem também uma vida noturna que até então era território fechado: “Há todo um conjunto de sinergias artísticas que chegam naquela altura, porque se calhar também só podem chegar naquela altura (...) em torno do Frágil, do Bairro Alto, em torno da moda, da fotografia, do cinema”.

A programação do “Rock em Stock” esteve necessariamente ligada a um homem que desde cedo se apaixonou pela rádio e pela *performance* frenética dos radialistas, na sua maior parte, ingleses. A paixão pela música está relacionada com o facto de ter escutado desde cedo a Radio Caroline, com o propósito de descobrir música e por ser desde criança “fascinado” com a locução radiofónica inglesa.

Quando questionada sobre a relevância do “Rock em Stock” para a cultura *pop* portuguesa, Paula Guerra refere que o poder de um programa está naturalmente preso ao carisma do seu realizador e que Luís Filipe Barros introduz uma apresentação bastante

radical no panorama nacional da altura, tornando-se uma referência e um divulgador que não só levava os ouvintes a estender horizontes como também a delimitá-los:

“O Luís Filipe Barros, que era tido como o ‘Berros’, teve um papel central - estando do lado de lá da rádio e ficando a dever muito à sua prestação, ao seu carisma e à sua forma de estar na rádio”.

Se, como refere Joaquim Vieira, em 1978 o canal 3 da RDP liderava as audiências dos ouvintes de rádio,¹²³ em 1979, com os novos estatutos da RDP relativos aos quatro Programas em onda média e FM que a empresa detinha – e que pressupunham a divisão entre ‘Programas Não Comerciais’ e ‘Programas Comerciais’ (nesta última categoria, na qual se incluiu a então nova Rádio Comercial, resultado da fusão dos Programas 3 e 4 da RDP) – as perspectivas de sucesso desta nova rádio e dos novos conteúdos seriam promissores.

O autor refere que “na Rádio Comercial, o entretenimento dominava as emissões”¹²⁴ e que esta dimensão do entretenimento como parte do serviço público ganhara uma nova força deste a revolução de 1974. Para Joaquim Vieira, a Rádio Comercial conquistou rapidamente o público:

“ (...) diversos programas de índole musical divulgavam estilos minoritários e um *mainstream* internacional que ainda não era exactamente um *mainstream* português: “Som da Frente” e “Lança-Chamas” (António Sérgio), “Ondas Luisianas” e “Rock em Stock” (Luís Filipe Barros), entre outros”.¹²⁵

Sobre a alteração na programação no “Rock em Stock”, passando a incluir música em português e feita por portugueses, Luís Filipe Barros refere que o controlo estatal quanto às quotas de música portuguesa na rádio nacional foi o principal motor para a posterior inclusão da música portuguesa no programa, que teve como consequência direta, de acordo com o realizador, um momento de revolução musical em Portugal. Sobre esse momento primordial do *boom* do *rock* português, Luís Filipe Barros recorda:

¹²³ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 156.

¹²⁴ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 166.

¹²⁵ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 166-167.

“Avisaram-me disso mas eu avisei logo que não ia passar Sérgio Godinho, Fausto nem Zeca Afonso, que já passei isso em 1974 na Rádio Renascença! Cinco anos depois, o que fazia sentido era passar o primeiro disco dos Iron Maiden, Spandau Ballet, Duran Duran e essas bandas da *british new wave*”¹²⁶.

“E eu só me queria safar de passar os cantores de intervenção...” – recorda Luís Filipe Barros, quando questionado sobre a importância da música portuguesa no “Rock em Stock”. O realizador sublinha:

“Comecei a agarrar nas bobines e cassetes que os miúdos me traziam das bandas onde iam tocar, ao fim de semana, e comecei a passar aquilo. E as editoras começaram a ver que o rock português começava a acontecer. Eu dizia-lhes (às editoras): ‘Gravem o disco a estes putos, que eu passo no meu programa’. E foi assim com o Rui Veloso, UHF, Heróis do Mar (...). Rejeitei muitas bandas na altura, mas não me arrependo nada”.

O autor refere que, por outro lado, foi necessário tornar a programação do “Rock em Stock” mais ligeira, com o tempo. Apesar de ter começado por géneros musicais que considera mais pesados, nunca existiu fechamento em relação ao que se passava nos circuitos da música internacional. Mesmo dando destaque às novas bandas nacionais que nasciam, o plano de Luís Filipe Barros, quanto à divulgação, pretendia ser semelhante ao que as editoras internacionais faziam com os lançamentos discográficos internacionais:

“Tinha programado levar estas novas bandas com calma, que eram bandas que eu acreditava que haviam de fazer uma carreira como as outras bandas (internacionais). Eu fui habituado desde miúdo a conhecer bandas que tinham dez álbuns e uma carreira! E os portugueses gravavam um *single* - e tinha êxito. Depois gravavam um álbum, se o *single* tivesse vendido bem. (...) Começaram a aparecer cem *singles*, dos quais noventa eu deitava fora.”

O critério de escolha dos temas musicais a passar no “Rock em Stock” passou sempre pelo gosto pessoal de Luís Filipe Barros: “Se eu não gosto, não passo e ainda hoje sou assim.” Ainda assim, o realizador refere que, apesar de não ter divulgado no programa

¹²⁶ De referir que, por esta altura, as sinergias culturais de que fala Paula Guerra já eram visíveis a outros campos para lá dos comportamentos sociais: a indústria do espetáculo e da promoção de concertos rock dava os primeiros passos em Lisboa e Cascais, ao mesmo tempo que as editoras nacionais ganhavam mais força e investigam na troca de conteúdos e informação com a produção do programa em questão.

música que não gostasse, sentia a missão de apoiar os artistas portugueses ao máximo, mesmo perante as possíveis incongruências técnicas ou faltas de experiência e que o objetivo do programa acabou por se tornar bastante claro: “a nossa preocupação foi sempre dar a mão à malta nova que chegava”.

Luís Filipe Barros viria a deixar de realizar o programa “Rock em Stock” em 1982, por pretender abraçar outros desafios profissionais. No entanto, abraçando outros projetos fora do *rock*, não deixou de se dedicar à divulgação de mais música portuguesa.

O “Rock em Stock” voltaria depois para uma segunda fase em 1987, onde na programação incluía, maioritariamente, o *glam-metal* que despoletava nos Estados Unidos da América, dos Metallica aos Guns ‘n’ Roses.

O “Rock em Stock” terminou a 1993, aquando da privatização da Rádio Comercial, por decisão do realizador. No entanto, um novo projeto radiofónico surgia e propunha fazer a diferença na rádio cantada em português. Seria no ano seguinte, em 1994, que ambos os realizadores – Luís Filipe Barros e Henrique Amaro, a convite de Jaime Fernandes, viriam então a trabalhar juntos, no ano em que surge a rádio pública Antena 3, uma rádio direcionada ao público jovem e onde se pretendia divulgar a nova música *pop-rock*, que se coadunava com a exigência do cumprimento das quotas nacionais.

Joaquim Vieira acrescenta que com a privatização da Radio Comercial – “líder de audiências do grupo do Estado e grande angariador de publicidade”,¹²⁷ em 1993, marcou o processo de liberalização dos meios de comunicação social, que já se encontrava em marcha.

A capacidade da rádio atuar na construção de identidades¹²⁸ e perceções subjetivas pode ser uma das suas particularidades enquanto meio de comunicação.¹²⁹ O programa “Rock em Stock” ouvido por Henrique Amaro foi uma das influências do radialista:

¹²⁷ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 177.

¹²⁸ Uma breve referência ainda ao estudos sobre os efeitos cognitivos dos media desenvolvidos pela corrente da *mass communication research* e que no final dos anos 60 do século XX, eram tidos como inaceitáveis. Tendo em conta a dificuldade em provar que os media influenciavam, direta ou indiretamente os comportamentos e atitudes, alguns autores começaram a direcionar a sua pesquisa para o estudo dos efeitos cognitivos dos media, passando a considerar os meios de comunicação responsáveis pela construção e percepção da realidade mais do que responsáveis por comportamentos ou atitudes.

¹²⁹ Mowitt, *Radio: Essays in Bad Reception*, 186.

“Eu cresço também a ouvir a Rádio Comercial com aquelas pessoas muito marcantes, que vão do Luís Filipe Barros ao António Sérgio, e indiretamente vais criando também a tua maneira de estar e fazendo a tua formação”.

A relação entre os dois autores em questão, que num momento apenas se conhecem numa relação entre emissor e recetor, sendo o programa de rádio, o meio através do qual há comunicação, passa a acontecer fisicamente, mais tarde, e já numa relação profissional de reconhecimento mútuo, num fluxo recíproco de comunicação. A interatividade que se pressupunha existir antes deste momento, indiretamente, passa aqui a ser, de alguma maneira, direta.

Essa interatividade acontece também numa outro nível: em ambos os programas encontramos a participação dos ouvintes, através do envio de material discográfico. Em ambos os programas, o formato é musical, sendo através da música que se faz o reconhecimento do outro enquanto artista, através da participação física de bandas e artistas no programa, para entrevista ou apresentação de novos trabalhos. No caso do “Rock em Stock”, salientamos o empréstimo de discos próprios dos ouvintes para o realizador passar no programa. No caso do “Portugália”, com as possibilidades tecnológicas já disponíveis e perante a possibilidade da gravação digital, o empréstimo de discos naturalmente não se justifica, mas existe uma outra forma de interatividade. Em ambos os programas, o critério de escolha dos temas musicais é gerido de acordo com a sensibilidade de cada autor, sendo preponderante a capacidade de seleção.

Falamos no entanto, de dois programas de rádio que nasceram e cresceram em momentos sociais e culturais distintos, estando essa capacidade de seleção de conteúdos necessariamente suscetível à evolução tecnológica.

Pelos anos em que o “Portugália” aposta nos primeiros programas, o cenário geral de mudança e ligação entre a rádio e a indústria intensificava-se e as *playlists* – listas de temas musicais pré-selecionados, chegavam à RDP. Vieira sublinha:

“As playlists chegaram à RDP em 2003. A escolha do ‘autor’, que no seu programa ia comentando o sentido da narrativa

musical que apresentava aos ouvintes, subordinou-se progressivamente à escolha da indústria”.¹³⁰

Por outro lado, Vieira refere que desde a revisão constitucional de 1989, aprovando a Lei da Televisão de 1990 (que pôs fim ao domínio estatal), marcou uma nova fase na história dos media em Portugal, assinalada por uma transformação das programações televisivas e a utilização de novas linguagens que se repercutiu em todo o campo mediático nacional. O autor refere então que a década seguinte foi marcada pela conquista do espaço da playlist à voz, ficando o programa de autor confinado a “nichos horários”.¹³¹

O “Portugália” assumia-se nesta realidade enquanto programa de autor, fazendo a divulgação da música do Portugal contemporâneo, escolhida por Henrique Amaro e livre das obrigações da *playlist*.

Relativamente aos critérios de seleção de conteúdos para o “Portugália”, Henrique Amaro aponta que os mesmos são feitos de acordo com o conceito que estabeleceu para o programa, intrinsecamente ligado à própria evolução da música moderna portuguesa. Quando questionado sobre o seu carisma enquanto divulgador de música, Henrique Amaro refere a importância da credibilidade:

“Mesmo que te enganes na tua aposta, tens de ser credível. E só conseguimos credibilidade, a meu ver, utilizando a palavra 'não'. A palavra 'sim' é a mais fácil de utilizar, é aquela que não causa ruturas, que não causa inimizades, mas não ajuda à credibilidade. (...) A partir de determinada altura, perdi definitivamente o medo de dizer não. A validade de um programa hoje em dia, como o "Portugália" ou outro de divulgação musical, passa por quem o faz e pelas escolhas que faz.”

Surgindo o “Portugália” num momento da comunicação onde já se assumia uma nova transição do modelo da rádio, e onde a *internet* já redefinia estratégias de comunicação, foi necessário assegurar a questão da sobrevivência do programa diário de rádio.

¹³⁰ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 179.

¹³¹ *Idem*

Ainda que Henrique Amaro considerasse, na altura em que nasceu o programa, a existência de uma escassez de montras culturais em Portugal, e que, por esse motivo, houvesse um outro empenho por parte das bandas em fazer chegar o seu trabalho a um programa de autor de uma rádio pública, atualmente o autor depara-se com uma outra realidade.

Com a evolução dos últimos anos, Henrique Amaro salienta que a própria adaptação tecnológica quanto ao critério e escolha dos conteúdos foi feita de uma forma eficaz, já que encarou as possibilidades da *internet* como aliadas na pesquisa de conteúdos, na imediatez e na questão da proximidade.

Henrique Amaro considera que no mundo contemporâneo, falamos na existência de uma emancipação no que às bandas diz respeito e que estas têm vindo a percorrer um caminho evolutivo nesse sentido. Para Henrique Amaro, é de valorizar a possibilidade de cada artista ter a sua própria plataforma virtual de divulgação artística, quebrando as barreiras da dependência entre o artista e o divulgador cultural¹³²:

“Não é o facto de haver uma *internet* que mostra tudo que invalida que haja programas de divulgação musical ou que haja rádio de divulgação musical. (...) Por outro lado, o que acontece hoje é que há bandas que estão satisfeitas com o seu próprio espaço, já existe esse lado de emancipação do artista. Há uma coisa que eu sempre gostei nos artistas, que é esse lado do artista não poder estar refém de nada, a não ser da obra que faz. O compromisso dele é com a sua obra, não é com o público, nem

¹³² Henrique Amaro valoriza o autorreconhecimento das próprias bandas enquanto capazes de produzir, realizar e disponibilizar os seus conteúdos de forma autónoma. Paul Ricoeur, que trabalhou diretamente as teorias do reconhecimento, é abordado na obra de Maria Lucília Marcos e A. Reis Monteiro e é a partir dele que os autores partem da questão iniciada por Ricoeur, relacionada com o reconhecimento próprio do sujeito. Para os autores: “Reconhecer é inscrever a singularidade, a particularidade, numa totalidade, numa globalidade: é uma inclusão que exclui, por uma espécie de mecanismo de forclusão social (...)”. Os autores em questão vão ao encontro (entre outras teorias abordadas consequentemente) da filosofia moderna kantiana, onde se encontra pela primeira vez o vocábulo ‘reconhecer’ com uma função específica no campo teórico ligada à questão da identificação: “(...) reconhecer é ainda identificar, sendo que identificar é ligar, na intercepção entre a capacidade de receber, associada à sensibilidade, e a capacidade de pensar, associada ao entendimento”. Maria Lucília Marcos e A. Reis Monteiro, *Reconhecimento: do Desejo ao Direito* (Lisboa: Edições Colibri, 2008), 20-34. Para Ricoeur, esta questão do reconhecimento do homem veio a ganhar uma dimensão narrativa da identidade, trazendo ao estudo da comunicação contemporânea os conceitos de ipseidade – o que faz com que um ser seja ele próprio e não outro; bem como de alteridade, relembrando a noção de que no reconhecimento do outro enquanto tal, nos reconhecemos a nós próprios.

com os divulgadores nem com os meios de comunicação. (...) Sente-se completamente realizado ao fazer a obra e a colocar apenas no seu *site*, no *bandcamp* ou noutro espaço. Esse lado acho interessante, porque é uma espécie de ‘elogio ao eu’.”

Não só nos deparamos com o reconhecimento do realizador de rádio, pela parte dos ouvintes e fãs, enquanto âncora cultural na definição de gostos e comportamentos, graças a esta noção de credibilidade que temos vindo a sublinhar, como do reconhecimento da própria banda ou do artista aos olhos do realizador de rádio, enquanto profissional de valor e digno de ser apresentado nesta montra cultural que define as arestas dos programas de rádio em questão.

Para Henrique Amaro, a possibilidade de fazer um programa de rádio ao ritmo da tecnologia e dos avanços da *internet*, traduz-se num estímulo para ir atrás do artista, assumindo que essa mudança de fluxo de comunicação – um fluxo que se fazia numa só direção, agora é recíproco – é necessária para que um programa de rádio continue, nos nossos dias, a marcar a diferença e a assumir-se como uma fração importante de um todo chamado cultura.

Quando questionado sobre a relevância do programa “Portugália” e sobre a existência deste programa na atual grelha de programação diária da Antena 3, Nuno Reis¹³³ refere que o programa “ajudou de forma determinante a moldar o panorama da música moderna portuguesa”.

O atual diretor da estação refere que o “Portugália” fez e continua a fazer um extraordinário trabalho de divulgação da emergente cena *pop-rock* que começou a ganhar forma a partir dos anos 70 e que, no início da década de 90, deu origem a uma geração de grandes bandas e artistas que, sem o destaque e o trabalho sistemático do “Portugália”, não teriam conseguido quebrar algumas barreiras e chegar ao circuito mais *mainstream*.

Sendo que uma das missões da Antena 3 é, desde o início do projeto, o apoio à nova música portuguesa, a estrutura do “Portugália” prende-se com esta divulgação que

¹³³ Nuno Reis é licenciado em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Ainda estudante do secundário começou a trabalhar em rádio como animador numa rádio local de Paço de Arcos. A partir daí, manteve-se sempre ligado à rádio, passando por estações como a Rádio Energia, TSF, Xfm, Rádio Comercial e Mix FM. Em 2001 é contratado pela Antena 3, onde desempenha atualmente as funções de Diretor de Programas da estação pública. Participou igualmente na fundação da SIC onde trabalhou como locutor durante 10 anos, e é também voz de estação da RTP2.

é feita aquando do surgimento das bandas ou posterior fase experimental, lançando-as e divulgando o seu trabalho, para que possam, no futuro, interagir no circuito musical *mainstream*. Esse tem sido o mote dos conteúdos da Antena 3 e o reflexo do trabalho de serviço público da rádio pública.

Ainda que no início do programa, Henrique Amaro refira que tenham sido as bandas a recorrer à montra nacional pública que representa um programa de rádio só dedicado à nova música moderna portuguesa, com o passar do tempo e com a descoberta pela parte dos artistas do seu próprio espaço digital, Henrique Amaro refere que no que à partilha de informação e de conteúdos, a comunicação se tornou bidirecional.

Sobre o carisma do autor e as qualidades que lhe permitem constatar esta longevidade e sucesso do programa, Nuno Reis aponta a Henrique Amaro, precisamente, a qualidade da credibilidade. Sendo um programa de divulgação musical, com temas escolhidos segundo o crivo do radialista, o “Portugália” tem igualmente um forte papel na transmissão de entrevistas com artistas e grupos portugueses.

Nuno Reis exemplifica este argumento com o caso de Inglaterra, onde uma figura lendária como John Peel foi fundamental para o crescimento de muitas bandas dentro do panorama independente ou alternativo. O atual diretor refere que a experiência e credibilidade de Henrique Amaro têm tornado o “Portugália” uma referência enquanto programa de autor ao qual é intrínseca a missão de serviço público¹³⁴, tornando-o resistente às mudanças de direções e administrações ao longo dos últimos anos:

“ (...) O trabalho de excelência do Henrique Amaro, a sua qualidade enquanto profissional de rádio, a seriedade e a capacidade de resistir à influência das editoras discográficas – num meio pequeno como o português – contribuíram ao longo dos anos para a aura que foi envolvendo o programa, que tornaram a sua presença nas grelhas de programas da 3 absolutamente inquestionável, resistindo a todas as mudanças de diretores e administrações”.

¹³⁴ Joaquim Vieira refere que as obrigações da rádio pública ficaram estipuladas num novo contrato entre o Estado português, representado pelo governo socialista de António Guterres e a RDP, representada pela administração de José Manuel Nunes, entre 1995 e 2002, onde se considerava que a rádio era um bem cultural de primeira necessidade e que o Estado deveria garantir aos cidadãos serviços “que é suposto não poderem ser representados através da iniciativa privada e dos mecanismos de mercado” e perante a obrigação de “assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião”. Vieira, *A Nossa Telefonia*, 187.

No que toca à relevância dos programas de rádio como meios capazes de revolucionar a cenário e a indústria musical, Nuno Reis considera que é inegável o papel da rádio na divulgação e criação de novos artistas, e que nessa medida, o papel de alguns radialistas e dos seus programas ajudou a moldar muitos dos géneros que marcaram música, tendo a rádio portuguesa, enquanto meio, sempre procurado resistir a um contexto paralelo externo e mantido a sua influência.

Sendo a Antena 3 uma das rádios do serviço público nacional, para Nuno Reis a responsabilidade de assegurar na grelha diária um programa como o “Portugália” é inquestionável. O diretor da estação refere que a programação da rádio pública deve obrigatoriamente ser uma alternativa às opções privadas, justificando que “uma alternativa de qualidade é a base de legitimidade e credibilidade do serviço público”.

Nessa medida, e porque a Antena 3 de hoje se move pelo *slogan* ‘a alternativa *pop*’, para Nuno Reis torna-se evidente a missão de uma rádio como a Antena 3, como parte da cultura popular contemporânea. Para Nuno Reis, o “Portugália”, sendo um programa que nasceu em 2002, chega aos nossos dias sem grande alteração na sua estrutura, mas adapta-se à realidade tecnológica e às responsabilidades que uma rádio de serviço público contemporânea deve seguir, nomeadamente ao nível da pesquisa de conteúdos e informação, sendo um reflexo da atual comunicação recíproca entre emissor e recetor e sendo um programa que reconhece a interatividade como característica indispensável para o meio rádio.

Para Nuno Reis, o motivo pelo qual o “Portugália” faz sentido nas grelhas de programação da rádio pública, relaciona-se não só a credibilidade do realizador do programa, como pela resistência do programa em manter a sua identidade de divulgação da música moderna portuguesa, perante as obrigações da *playlist*, ou as alterações de direções e administrações.

Para Henrique Amaro, a ideia da rádio ligada à liberdade de escolha, produção e a realização é, aliás, uma das características que o realizador aponta como únicas da rádio.

Por outro lado, esta consistência conceptual do “Portugália” tem conhecido o lado da adaptação tecnológica da comunicação. Para além da interatividade digital feita com as bandas e artistas, onde o fluxo de comunicação e a troca de conteúdos se passa a fazer bidireccionalmente, a gravação digital, a promoção do programa nas redes sociais e a

divulgação das emissões diárias do programa, fazem do “Portugália” um programa que integra agora um canal de rádio que não é apenas um canal de rádio.

A identidade renovada da Antena 3 envolve um conjunto de plataformas que se procuram assumir em várias frentes – rádio, televisão, texto, *site* e redes sociais – reforçando a ideia da rádio como um montra de talento nacional e internacional. Nuno Reis acrescenta:

“Na Antena 3 procuramos conteúdos ligados à cultura *pop* nacional e internacional, não apenas focados na música, preferencialmente ligados ao novo talento, sem esquecer o passado relevante. Por outro lado, privilegiamos a criatividade e a capacidade de experimentar novos formatos, em ligação com as novas plataformas *web* que lançam novos desafios e oportunidades ao meio rádio. Preferencialmente, todos os programas e conteúdos que desenvolvemos têm que ter bem presente esta nova realidade multiplataforma, o que não significa que não exista espaço para programas mais “clássicos”. Essa é, aliás, a riqueza de uma rádio como a Antena 3 (...).”

Nuno Reis considera que poderá ainda persistir no nosso imaginário, enquanto ouvintes, uma “ideia romantizada da rádio”, acrescentando, por isso, que o sucesso de um programa de rádio, apesar de todos os avanços tecnológicos comunicacionais exteriores e de todas as possíveis formas de comunicação, continua a parecer depender de equação simples: “uma pessoa, as suas escolhas musicais e as histórias que tem para contar”.¹³⁵

¹³⁵ Sobre este argumento, uma nota para a compreensão da dimensão estética da experiência e o reconhecimento do outro – do realizador em questão, como forma de expressão de confiança e credibilidade. Na obra *O Paradigma Comunicacional: Histórias e Teorias*, de Adriano Duarte Rodrigues, o autor refere que o conjunto das dimensões da experiência é indispensável à sobrevivência e que está na base daquilo a que podemos chamar de ‘confiança’. O autor refere ainda que o sistema de expectativas está associado à reciprocidade e à mutualidade da experiência, sendo estas duas características – a reciprocidade e mutualidade da experiência que tornam possível a interação e a racionalidade das ações e dos discursos.

2.5. Rádio e novos media: projeções culturais de uma rádio do futuro

“Eu acho que hoje em dia, no mundo moderno, há o lado da credibilidade e da possibilidade de sermos âncoras para pessoas sem essa disponibilidade.”

As palavras são de Henrique Amaro, que na entrevista que realizámos para efeitos desta investigação, refere que as pessoas são o elemento fulcral que constitui uma rádio, não sendo possível ignorar a responsabilidade intrínseca à comunicação de serviço público:

“Às vezes confunde-se a noção de rádio com *links* e músicas programadas. Se tiveres só música lá dentro, não é uma rádio, é outra coisa qualquer, mas não é uma rádio. (...) O serviço público tem uma tripla responsabilidade e isso, entre os meus colegas da direção da Antena 3 estive sempre muito vincado, que é a linha do tempo: o passado, o presente e o futuro.”

A memória do passado relevante, a influência desse passado no presente e as projeções para o futuro são os aspetos que, para Henrique Amaro definem necessariamente o serviço público de rádio e que perante as características que o meio de comunicação rádio possui, enquanto parte sinérgica na cultura *pop*, são a mobilidade, a portabilidade, a autonomia ou o lado experimental¹³⁶ as características que mais valoriza. Neste ponto, Henrique Amaro refere que rádio do futuro poderá constituir-se num modelo que consideramos ser o reflexo mais direto da teoria de interatividade radiofónica teorizada por Brecht:

“A ideia da rádio do futuro é algo que já ultrapassa tudo aquilo que dizemos ao microfone. Não nos podemos esquecer de tudo o que a rádio pode fazer utilizando os outros canais, a internet, a televisão, o texto. A maneira como comunicamos tudo aquilo que fazemos e o continuarmos a ser rigorosos, arrojados e distintivos em relação à maneira como tratamos os nossos conteúdos, não há morte que nos chegue à frente”.

¹³⁶ Em entrevista, Henrique Amaro refere-se à rádio como “o seu meio de comunicação preferido” e como o meio mais libertário e experimental, num duplo sentido. Não só para quem lá trabalha, onde é possível experimentar, errar e voltar a tentar, como no sentido de ser possível através de um aparelho mais ou menos específico, ou hoje em dia, através de *apps* em *smartphones*, levar a rádio para qualquer lugar.

Se o panorama nacional de comunicação já abrangia um serviço público de comunicação acordado entre o Governo e a RDP, a nova Lei da Rádio reforçava este momento e salientava que perante uma realidade de revolução digital, existia uma necessidade imperativa de manter uma constante atualização tecnológica nos canais de serviço público da RDP.¹³⁷

Nuno Reis foca igualmente esta necessidade, referindo que a capacidade de adaptação da rádio tem de ser rápida e eficaz perante uma realidade mediática em mudança constante e que é necessário que cada estação de rádio, à sua medida, acredite e trabalhe para esta capacidade de adaptação e consequente inovação:

“Acima de tudo, a rádio tem vindo a provar ao longo dos últimos anos a sua incrível resiliência e capacidade de adaptação a novas realidades. Apesar das muitas ameaças criadas pelas novas plataformas *web*, redes sociais e serviços de *streaming*, a rádio e os seus profissionais têm conseguido adaptar os seus métodos de trabalho, a sua programação e conteúdos, de maneira a conseguir manter a sua relevância no quotidiano das pessoas, explorando novas possibilidades – nomeadamente com a imagem – que transformam a rádio numa experiência cada vez mais rica e diversa”.

Perante estas possibilidades de comunicação, o realizador Henrique Amaro considera que estes são mecanismos complementares da divulgação radiofónica e que não subsituem o papel do realizador de rádio ou do autor, pois estes continuam a manifestar-se como âncoras culturais, como de guias de gosto ou como faróis de orientação,¹³⁸ sendo esse o principal desafio: “o de fornecer ferramentas para que as pessoas possam construir a sua casa”.

“Acho que os meios de comunicação e a rádio de serviço público têm que dar ferramentas para que cada um construa a sua casa”.

¹³⁷ Vieira, *A Nossa Telefonia*, 191.

¹³⁸ Do mesmo modo, Paula Guerra considera que “continua a ser importante termos líderes ou guias de gosto; pessoas que são âncoras culturais (...)”, ainda que considere que a rádio do futuro poderá ter dois cenários, sendo que um deles envolve o regresso ao passado, através da recuperação de um modelo clássico radiofónico, relacionado diretamente com o carisma do realizador: “(...) Um retorno à voz real, ao carisma do realizador” – e o outro considera a desmaterialização física da rádio.

Paula Cordeiro acrescenta que “o digital veio modificar a forma e os processos comunicativos, tornando-os mais abrangentes, pela introdução de um modelo multimediático que permite a dispersão e diversificação dos pólos de enunciação e dos enunciados produzidos.”¹³⁹

Cordeiro sublinha que o desafio das novas tecnologias tem sido um fator de renovação para a rádio e que esta tem a vindo reinventar-se, ao nível da produção, dos conteúdos e das formas de receção das emissões, sendo importante o desafio de adaptação ao novo meio na pesquisa, produção e difusão dos conteúdos.

Paula Cordeiro sugere que este novo modelo multimediático “transformará o *website* de uma rádio num espaço multimédia onde a emissão radiofónica é apenas mais uma das propostas que a rádio tem para oferecer”. Uma tecnologia que veio permitir uma ampliação da difusão e que permite processos de personalização, pois favorece os ouvintes e os utilizadores do *site* nas escolhas dos conteúdos em função dos seus gostos ou preferências.

Novos usos para um meio em progressiva mutação e que, como refere Cordeiro, fazem nascer novas sinergias que transformam a forma como se processa a comunicação e a própria essência dos meios de comunicação. Numa era de constante mutação mediática, assistimos à afirmação de um novo modelo de comunicação radiofónica, onde a Antena 3 se insere, e que pressupõe a decomposição e multiplicação do sistema expressivo da rádio.

¹³⁹ Paula Cordeiro, “Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio”, 443. O artigo constitui um resumo do trabalho desenvolvido para apresentação no II Congresso Ibérico de Comunicação na Covilhã, em Abril de 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>.

CONCLUSÃO

A interação que as novas tecnologias permitem, transformam a comunicação da rádio e estabelecem novas estruturas que concorrem com o formato tradicional da rádio.

Paula Cordeiro refere que “a possibilidade de interação entre a audiência e os profissionais de rádio é potenciada na internet”,¹⁴⁰ num modelo que desenvolve modalidades interativas e constrói um sistema que não altera o próprio modelo de comunicação com o comportamento dos ouvintes, pois cabe a estes a decisão de programação das suas próprias escolhas, perante uma opção de conteúdos disponibilizados na plataformas digitais do canal de rádio em questão.

Falamos de relações que pressupõem alterações sociológicas, comportamentais e culturais, já que a construção da subjetividade deixa ela própria de se fazer perante o conceito de ‘ouvinte’, enquanto recetor, mas agora, numa relação interativa, perante o conceito de ‘utilizador’.

Considerando que a “convergência das tecnologias instaura novos formatos para velhos conteúdos”, Cordeiro sugere ainda que num futuro próximo, a rádio na *internet* “poderá ser banalizada, a partir do momento em que o sistema digital se generalizar”.

Tanto o “Rock em Stock” como o “Portugália”, ainda que separados cronologicamente, se cruzam nesta interatividade e partilham objetivos estruturais de comunicação. Ambos os programas tiveram na sua origem, de forma direta ou indireta, a intensidade do poder de comunicação e de influência das rádios locais ou piratas, através das experiências dos seus realizadores: tanto através da escuta da Radio Caroline, enquanto criança, no caso de Luís Filipe Barros, como através da Rádio Mais, a rádio pirata onde Henrique Amaro começou a efetivar o primeiro contacto com a rádio.

Ambos os programas de rádio refletem o carisma do realizador – através das escolhas que ambos os radialistas fizeram nos respetivos programas de autor, relacionadas com a capacidade de divulgação; mas também através de características que lhes são inatas, como o timbre de voz, a personalidade ou a credibilidade.

Consideramos que ambos os programas de rádio refletem sinergias culturais que estão relacionadas com o livre arbítrio, a liberdade de expressão, a divulgação das

¹⁴⁰ Cordeiro, “Rádio e Internet: novas perspetivas para um velho meio”, 448.

temáticas artísticas portuguesas e a vontade de dar a conhecer num ambiente institucional de serviço público. O que concluímos também foi que em ambos os realizadores de rádio, o contacto com a música esteve relacionado com a rádio. Luís Filipe Barros conheceu a música através da paixão pela rádio e atraído pelo carisma dos locutores de rádio e Henrique Amaro conheceu a rádio através da paixão pela música.

Nesta investigação, não dispensámos a dimensão histórico-simbólica que a rádio portuguesa teve para o desenvolvimento cultural do país e concluímos que, anos passados do nascimento do “Rock em Stock” e num contexto social, histórico e cultural diferente, o “Portugália” é um programa de rádio que continua a percorrer um caminho de adaptação e que, diariamente, continua a contribuir para a cultura *pop* nacional.

Perante um meio de comunicação abrangente, portátil e mutável como a rádio, concluímos ainda que a interatividade que constatamos estar ligada à forma e aos conteúdos dos programas de rádio, possa ter tido as suas origens numa dimensão física no “Rock em Stock”, através da partilha de discos entre o realizador de rádio e os ouvintes, por exemplo, sendo hoje reconhecível numa dimensão digital, no “Portugália”, através da descoberta de novas bandas e artistas, bem como aquisição de novos discos e novos temas, através da *internet*.

Considerando que a “competência comunicacional é o conjunto dos saberes que todos os seres humanos possuem incorporados, que formam a sua experiência e que nos habilitam a utilizar apropriadamente, nas mais diversas e inesperadas circunstâncias da existência, as regras e os dispositivos de que ela é constituída”,¹⁴¹ consideramos que a rádio portuguesa, enquanto meio de comunicação, reúne em si mesma e nas pessoas que com conteúdos para ela contribuem, um poder comunicacional intenso, imenso e complexo.

Prova disso foram as confirmações que constatámos quando questionámos os realizadores de rádio – Luís Filipe Barros e Henrique Amaro, e também os profissionais da comunicação e agentes culturais contemporâneos – Paula Guerra e Nuno Reis, sobre a influência que eventualmente considerariam que os programas de rádio teriam tido na construção das suas próprias subjetividades.

¹⁴¹ Adriano Duarte Rodrigues, *O Paradigma Comunicacional: História e Teorias* (Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011), 251.

Da mesma maneira que Luís Filipe Barros atribui essa dimensão à Radio Caroline, Henrique Amaro atribui aos programas “Rock em Stock” ou “Som da Frente” a responsabilidade na construção e percepção da sua realidade no meio da rádio.

Nuno Reis considera também que os programas de rádio que ouvia durante a juventude, nomeadamente o “Som da Frente”, foram fundamentais para a construção da sua “personalidade radiofónica”. Já Paula Guerra, enquanto ouvinte e agente cultural, afirma que os programas de rádio foram e continuam a representar, na sua experiência, o papel de “âncoras culturais”, já que os realizadores de rádio são, na sua visão, “líderes de gosto”.

Sendo também, enquanto dispositivo, parte protésica da experiência humana, a rádio contemporânea e as ligações às hipóteses do futuro serão certamente um caso que terá muito mais para expor do que nos foi possível nessa dissertação.

Ainda assim, com recurso ao contexto histórico português, fazendo a devida ligação aos estudos da cultura *pop* e com recurso a dois exemplos nacionais marcantes na rádio portuguesa, nomeadamente no que à cultura musical diz respeito: o “Rock em Stock” e o “Portugália”, consideramos que a rádio continuará a ser um meio em constante mutação e que as interações sinérgicas serão cada vez mais indissociáveis da cultura *pop*.

Via som, texto ou imagem, Danesi, ao citar Marshall Fishwick, remata: “if the medium is the message, then the reaction might be revolution”.¹⁴²

¹⁴² Danesi, *Popular Culture*, 246.

BIBLIOGRAFIA

“1935”. Realizado por Ana Aranha e Iolanda Ferreira. A Vida dos Sons. *Antena 1*, 19 de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www.rtp.pt/play/p657/a-vida-dos-sons>.

Benjamim, Walter. *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

Brecht, Bertolt. “Der Rundfunk als Kommunikationsapparat” [A rádio como um aparelho de comunicação]. Último acesso a 23 de Outubro, 2016. Excerto da versão inglesa “The Radio as an Apparatus of Communication”. Disponível em: <http://www.medienkunstnetz.de/source-text/8/>.

Cordeiro, Paula. “A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução” (2004). Último acesso a 23 de Outubro, 2016. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>.

Cordeiro, Paula. “Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio” (2005). Último acesso a 23 de Outubro, 2016. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>.

Costa e Silva, Elsa Costa, e Madalena Oliveira. “A linguagem do local e as rádios piratas – memória do episódio ‘Marcianos em Braga’”. *Revista Media & Jornalismo* nº 24 (2014). Último acesso a 29 de Outubro, 2016. Disponível em: http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/media_jornalismo_final_n-24_elsa.pdf.

Creswell, John W.. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Califórnia: Sage Publications, 2014.

Danesi, Marcel. *Encyclopedia of Media and Communication*. Canadá: University of Toronto Press, 2013.

Danesi, Marcel. *Popular Culture: Introductory Perspectives*. Londres: Rowman & Littlefield Publishers, 2012.

Denzin, Norman K., e Yvonna S. Lincoln. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Califórnia: Sage Publications, 2005

Duarte Rodrigues, Adriano. *O Paradigma Comunicacional: História e Teorias*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

Esteves Cardoso, Miguel. *Escrítica Pop: Um quarto da quarta década do Rock 1980-1982*. Lisboa: Assírio & Alvim, 2003.

Hilmes, Michele, e Jason Loviglio. *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*. Nova Iorque: Routledge, 2002.

Kittler, Friedrich. *Gramophone, Film, Typewriter*. Califórnia: Stanford University Press, 1999.

Logan, Robert K.. *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. Nova Iorque: Peter Lang Publishing, 2010.

Marcos, Maria Lucília e A. Reis Monteiro. *Reconhecimento: do Desejo ao Direito*. Lisboa: Edições Colibri, 2008.

Meneses, João Paulo. *Estudos Sobre a Rádio: Passado, presente e futuro*. Porto: Mais Leituras, 2012.

Mowitt, John. *Radio: Essays in Bad Reception*. Berkeley: University of California Press, 2011.

Pinheiro de Almeida, Luís. *Biografia do IÉ-IÉ*. Lisboa: Sistema Solar, 2014.

Quivy, Raymond, e Luc Van Campenhoudt. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva, 2005.

Santos, Rogério. *A Rádio em Portugal: “Sempre no ar, sempre consigo” (1941-1968)*. Lisboa: Edições Colibri, 2014.

Vieira, Joaquim. *A Nossa Telefonia: 75 anos de rádio pública em Portugal*. Lisboa: RTP e Edições Tinta-da-China, 2010.

ANEXOS

Apêndice 1: Guiões das entrevistas realizadas aos realizadores de rádio

Questões aos principais intervenientes:

PERFIL:

1. Onde e quando nasceu?
2. Em que cidade cresceu?
3. Em que cidade vive?
4. Com que idade e de que maneira começou a ter contacto com a música?
5. Se estudou, o que estudou e porquê?
6. Qual foi a importância da música no seu crescimento pessoal?
7. De que maneira foi a evolução da música nacional importante para a sua formação enquanto profissional?
8. De que maneira tomou contacto com a rádio?
9. Para além da rádio, que mais o fascina nas artes?
10. O que queria ser quando era criança?
11. De que maneira chegou até à profissão de radialista?
12. Se não fosse radialista, que profissão se imaginaria a ter?

CONTEÚDOS E RECEPTIVIDADE:

13. Que de maneira era fomentado o gosto pela música nacional e internacional durante o seu crescimento?
14. Que bandas ou artistas que o acompanharam nesse crescimento pessoal ficaram na memória?
15. Relato de um momento ou mais de infância ou juventude relacionado com experiências musicais.
16. Relato de um momento de infância ou juventude em que a rádio teve papel preponderante ou decisivo.
17. Como se recorda do panorama musical do momento, na altura em que começou o programa de rádio em questão?
18. De que maneira surge o programa de rádio em questão – Rock em Stock / Portugália?
19. Qual o percurso do programa (datas de início, fim, hiatos)?
20. A que objectivos se propunha inicialmente o programa?
21. Que objectivos cumpre/cumpriu o programa ao longo dos anos em que esteve ou está no ar?
22. Qual o *slogan* do programa?
23. De que maneira o seu programa foi ou é um programa pioneiro na programação radiofónica em Portugal?
24. Enquanto autor, que experiência profissional reunia na altura para a criação do programa?
25. Enquanto autor, que qualidades e defeitos via na programação radiofónica da altura do arranque do programa?
26. Enquanto radialista, o que o diferencia enquanto profissional?
27. Que qualidades e defeitos aponta ao seu trabalho da altura e ao seu trabalho de agora?
28. Como era feita a pesquisa e seleção de conteúdos quando o programa surgiu?
29. O que mudou para os dias de hoje?
30. O que é para si mais estimulante na realização de um programa de rádio?
31. A que atribui o sucesso do seu programa de que falamos?
32. Porque considera que o seu programa contribuiu para história da radio nacional?

33. De que maneira sente que contribuiu para o desenvolvimento da cultura popular enquanto radialista/autor?
34. Tem conhecimento se o seu programa inspirou outros radialistas, profissionais, amadores ou outros colegas e artistas?
35. Tem conhecimento da audiência do programa na altura em que surgiu?
36. Qual o momento temporal em que o seu programa teve mais receptividade pela parte do público?
37. De que maneira divulgava o seu programa fora do ar?
38. A que participações noutros meios de comunicação esteve sujeito para divulgação do seu programa?
39. Que noção tem da forma como as pessoas fora do meio radiofónico tinham conhecimento com o seu programa?
40. De que maneira considera que o seu programa marcou a cultura portuguesa e/ou teve também importância junto da contracultura ou das subculturas nacionais?
41. Relato de um momento de um episódio do programa que tenha ficado registado como sendo um dos mais marcantes, na sua perspetiva de autor.
42. Que perceção tem do panorama musical nacional na altura em que surge o programa?
43. De que maneira o seu programa veio preencher falhas na programação radiofónica no momento em que esteve no ar?
44. Enquanto ouvinte de rádio, o que valoriza num programa de rádio musical?
45. Quais são as características que mais valoriza num radialista?
46. De que maneira considera que a rádio é parte fundamental da cultura popular portuguesa?
47. Como devem ser os programas de rádio do futuro?
48. O que deve um programa de rádio preservar acima de tudo?

Apêndice 2: Guiões das entrevistas realizadas aos agentes culturais

Questões Paula Guerra:

1. Enquanto investigadora, de que maneira considera importante o programa “Rock em Stock”, enquanto parte do cenário cultural português, na altura do seu surgimento, em 1979?
2. Qual o contexto internacional que a música rock atravessava nessa altura?
3. Nas décadas de 70/80, em que estado estava o rock nacional?
4. Enquanto socióloga, qual era a perceção cultural e social que a música rock reunia nas décadas de 70 /80?
5. Dentro do panorama internacional da história do rock, de que maneira considera que o programa em questão foi fundamental para o arranque da história do rock português durante os anos em que esteve ativo?
6. O “Rock em Stock” vivia da importação da música rock que se ouvia nos Estados Unidos ou em Inglaterra e que o seu autor usava como ponto de referência para as novas bandas rock que surgiam em Portugal nas décadas de 70 e 80. De que maneira considera que os concursos ié-ié foram importantes para esta concretização?
7. Que características aponta ao rock português nos primeiros anos da sua afirmação no país?
8. Em que aspetos considera que houve uma evolução neste género musical nas décadas seguintes?
9. Enquanto investidora, que elementos considera decisivos para a afirmação de uma banda no panorama musical português?
10. De que forma considera pertinente a divulgação da música de novas bandas através de um programa de rádio?
11. De que maneira olha para os programas de rádio como parte fundamental da cultura popular?

Questões Nuno Reis:

1. Enquanto diretor da Antena 3, que conteúdos considera fundamental para a construção de um programa de rádio na atual grelha de programação da rádio em questão?
2. Enquanto profissional de rádio, de que forma considera importante o programa "Portugália", enquanto parte do contexto cultural nacional, na altura do seu surgimento (2002)?
3. Enquanto diretor da Antena 3, de que maneira considera fazer sentido a inclusão deste mesmo programa na grelha de programação atual da Antena 3?
4. Que características atribui ao programa em questão?
5. Na sua visão de profissional, a que fatores ou contextos atribui o sucesso e longevidade do programa "Portugália"?
6. De que maneira considera que houve evolução nos conteúdos deste programa até aos dias de hoje?
7. Historicamente, de que maneira olha para os programas de rádio como parte da cultura popular?
8. Se possível, descreva uma situação em que a rádio, enquanto meio de comunicação, ou um programa de rádio, tenham tido particular importância na sua formação pessoal e/ou profissional.

9. Enquanto profissional de rádio, de que maneira considera que a forma e/ou o conteúdo de um programa de rádio podem fazer do mesmo uma referência da cultura popular?
10. A Antena 3 move-se através do *slogan* "A Alternativa *Pop*". Na sua visão de diretor mas também de profissional de rádio, de que maneira vê a rádio, enquanto meio de comunicação, como parte da cultura *pop*?
11. Que projeções faz da rádio do futuro? Que caminhos deverá uma rádio contemporânea seguir para continuar o seu impacto na cultura *pop* contemporânea?

Apêndice 3: Transcrições das entrevistas realizadas aos realizadores de rádio

Entrevista presencial realizada a Luís Filipe Barros, em Lisboa, a 8 de Abril de 2016.

Vanessa Augusto: Onde e quando nasceu?

Luís Filipe Barros: A 30 de Janeiro de 1951, na avenida Duque de Ávila. Nessa altura a Avenida Duque de Ávila era só vivendas e o meu avô galego tinha a família toda a viver com ele. Tinha negócios nos arredores de Lisboa e eu nasci lá.

VA: E cresceu onde?

LFB: Em Lisboa, sempre.

VA: Como é que ganhou contacto com a rádio?

LFB: Nessa altura havia os rádios a pilhas e com o aparecimento dos Beatles, eu apanhava à noite uma estação pirata que era a Radio Caroline, que era uma rádio que era feita ao largo do Tamisa, em Londres. E em Lisboa, através dos rádios a pilhas, eu ouvia aquilo religiosamente todas as noites. Como era miúdo, pedia dinheiro ao meu pai para ir, ao sábado, à Praça dos Restauradores, para ir a uma daquelas tabacarias que tinham jornais de música à venda... Na altura a *Melody Maker*, *New Musical Express*, *Disc & Music Echo* e eu comprava esses jornais e eles traziam as tabelas dos discos mais vendidos da semana. Como eu ainda era miúdo, ainda não sabia inglês, tinha uns doze anos, à noite, no meu quarto, ouvia a rádio, decorava os nomes e consultava nas páginas dos jornais... Sabia o que eram os Beach Boys, Rolling Stones, os Beatles e todos os artistas da altura. Esse foi o meu primeiro contacto com a música. Depois fiquei extremamente influenciado com o que ouvia e pensava que devia ser uma profissão incrível. Locutor de rádio! Só que eles falavam em inglês e falavam muito depressa. Um contraste com a rádio portuguesa, que olhando à distância, era uma coisa muito cinzenta. Eles tinham uma certa alegria e isso fascinava-me. O que eu ouvia da rádio em Portugal... lembro-me de um locutor, na Rádio Clube Português, que era o Paulo Fernando. Falava muito depressa, mas passava música diferente daquilo que eu ouvia na rádio à noite, na Rádio Caroline. Achava-lhe piada, era irreverente. Depois comecei a ouvir o “Em Órbita”, um programa de referência em Portugal, embora eu sempre ouvisse mais a Rádio Renascença em Portugal. A Rádio Renascença tinha um grupo de locutores muito bons. Lembro-me também do Pedro Castelo no programa “Enquanto For Bom dia”, que era das 10h às 12h, lembro-me do Gomes Ferreira, que já faleceu, no “Radiorama” e eu ficava preso a esses programas e a essa estação. Eu ficava todo o dia na Rádio Renascença. A minha cultura musical, a minha influência toda e o que me levou para a rádio está relacionado com um amigo meu, que eu não sei se ele seguiu cinema ou não - embora tenha um nome de um cineasta famoso português, que é o Luís Filipe Rocha e esse meu amigo é que me disse: “Luís, tu vais para a rádio. Há uma Rádio Universidade e é de onde saem todos os grandes locutores”. O Adelino Gomes, o João David Nunes, o José Nuno Martins, o Joaquim Furtado... Noutra área da rádio, também o Orlando Dias Agudo. Nessa altura, a rádio estava a despontar em Portugal com malta nova e eu fui fazer esse curso de rádio. O curso era de três anos e o primeiro ano era só palestras. O segundo ano fazia-se já com acompanhamento no estúdio, com o Fernando Balsinha, que era o meu monitor na altura. Depois fazias um exame ao fim do segundo ano e passavas para o terceiro, como locutor efetivo. E quando eras locutor efetivo, a Rádio Renascença, a Rádio Clube Português ou a Emissora Nacional, vinham buscar esses profissionais.

Do meu curso sou eu, o Luís Paixão Martins, a Dina Aguiar, o Henrique Garcia... Foi o último grande curso da Rádio Universidade. Era uma rádio coordenada por indivíduos ligados ao regime, mas era a escola da rádio. E na altura só havia os Emissores Associados de Lisboa - que era um aglomerado de várias estações, como a Rádio Peninsular, a Rádio Graça, que era para o 'zé-povo'. Depois tinhas a Rádio Clube Português, com música espanhola, portuguesa, Simone de Oliveira e tal. Depois a Rádio Renascença, que era a mais ouvida porque à sua maneira era rebelde, com os melhores locutores, porque eram os tipos que passavam a nova música que se ouvia na Europa. Fez tudo parte da minha cultura, se bem que tenha sido na Rádio Clube Português, no "Em Órbita", que ouvi pela primeira vez Led Zeppelin, com a "Whole Lotta Love" ou o Bob Dylan.

VA: Como é que a sua família se habitou à ideia de querer fazer rádio?

LFB: Eu tomei essa decisão depois de sair da tropa. Enquanto estive em casa dos meus pais, eles acharam piada a tudo isso porque eram atividades extracurriculares, embora não ligassem muito à música. Achavam piada eu estar numa Rádio Universidade, não havia objeções. O problema foi quando, depois da tropa, era suposto organizarmos a nossa vida, casar e tal. E eu queria seguir rádio. Mas eu tive o privilégio, de enquanto ainda estava na Rádio Universidade, em 1971, e já estava na tropa, de ter sido convidado pelo José Fialho Gouveia para avançar com o programa "Tempo Zip" na Rádio Renascença, que sucedia ao programa de televisão "Zip-Zip". De maneira que fui o primeiro tipo que estando apenas como locutor provisório na Rádio Universidade e que não era efetivo, tinha direito a um programa de doze minutos. E eu em doze minutos passava seis discos.

VA: O que tinha de especial, esse programa?

LFB: Passava The Who... Passava as novidades que ouvia nessa altura e que chegavam de Inglaterra, só que não podia passar as faixas até ao fim. Tinha um minuto e meio para passar e falar. Eu era um tipo que falava muito rápido, como os ingleses. Eu chegava aos conteúdos sempre pela rádio, por ouvir rádio. A inglesa. Tentei adaptar a nossa língua, ao jeito da dos ingleses. Foi assim que os surpreendi. Para um miúdo como eu, na altura, isto foi como, por exemplo: O Paul McCartney e os Beatles em apogeu e o McCartney adoece. E depois vão chamar um tipo qualquer para fazer de baixista na digressão deles. Foi o que me aconteceu a mim! Para mim foi como ir para os Beatles.

VA: Ficou nervoso, nessa situação? – e ficava nervoso quando fazia rádio?

LFB: Epá, sim. Eu lembro-me que passava muito Janis Joplin, quando era morreu, em 1971, com o último álbum dela, o *Pearl*. E eles (da direção) telefonavam-me e diziam: "Tu fazes muito barulho pá!" (risos). Ainda hoje recordamos isso, nós os que estamos vivos! Foi aí, quando vim da tropa e disse ao meu pai que ia seguir rádio.

VA: Em que ano e em que circunstâncias voltou?

LFB - Voltei em 1974 (de Angola) e tive o meu primeiro programa de autor e o mais a sério. Era o "Zero/Duas", onde passava rock progressivo, com o António Sérgio. 1974 é o ano do "Crime Of The Century", dos Supertramp, que é o grande álbum deles, que é mais progressivo e menos comercial. É também o tempo dos Kraftwerk, dos Yes e aquelas faixas eram enormes! Era rock progressivo, temas de dez, quinze minutos. E aquilo sempre dava para irmos fumar um cigarro lá fora! Depois, houve a ocupação da Renascença e fui afastado da rádio. Acabou-se a nossa Rádio Renascença e nós ficámos todos sem emprego. Então eu fui para os jornais, trabalhei como jornalista em várias publicações e também no Ministério do Comércio e Turismo. E foi a minha e a nossa salvação para sobrevivermos no meio. Em 1979, o João David Nunes telefona-me, que

eu tinha conhecido na Rádio Universidade e diz-me que vai fazer uma nova estação de rádio: a Rádio Comercial. Sabia que eu estava afastado da rádio, por causa do meu problema na Rádio Renascença, mas como nenhum de nós estava interessado em fazer política, ofereceu-me um novo programa de rádio. E depois de anos sem fazer rádio, era só o que eu queria. Tudo o resto tinha servido para compensar essa ausência. A prova disso foi eu ter abdicado de estudar medicina, pois estava no primeiro ano quando decidi fazer rádio e tornar-me profissional. Esse foi o maior choque para o meu pai, eu não queria acabar o curso.

VA: Foi passar de um extremo para outro...

LFB: A rádio era o que eu sempre queria, era a minha vida. Estava influenciado desde miúdo por aquilo. E desde o tempo de liceu, fazíamos aquela espécie de rádio interna, que se faz ainda hoje... Do liceu para a Rádio Universidade e depois durante três anos era a especialização e fazer uma série de testes, da produção à reportagem... Um tipo saía de lá preparado para tudo.

VA: Se não fosse radialista, então imaginar-se-ia a ser médico?

LFB: Sim, se não fosse radialista, talvez médico... Mas não, só rádio.

VA: Com o nascimento da Rádio Comercial, surge então o “Rock em Stock”...

LFB: Foi o último programa a começar. Começou no dia 9 de Abril (de 1979). Era eu, o Jaime Fernandes, o Paulo Coelho, o Jorge Falorca e o Rui Morrison - era a nossa equipa. O Jaime saiu logo de imediato, foi para a Alemanha, o Paulo Coelho incompatibilizou-se com o Rui Morrison e então fiquei eu, ali com o “Rock em Stock”. Aquilo era uma estação nova, para malta jovem, não tínhamos música... Nunca tinha havido um programa de *rock* diário em FM. Foram as editoras, nomeadamente a Valentim de Carvalho, que me valeu uma visita ao arquivo para começar a tocar os discos deles. Os miúdos começaram a ouvir o programa, começavam a ouvir música que chegava de Inglaterra e começavam-me a levar discos. E foi uma bola de neve a partir daí. O segredo foi eu começar a passar música que os ouvintes me emprestavam. A certa altura foram as editoras que começaram a perceber que isto resultava com os miúdos. Eu anunciava as festas dos liceus, iam lá tocar bandas portuguesas, mas já havia um contacto muito grande com as pessoas. As editoras guiavam-se pelo programa para ver que discos conseguiam mais vendas e foi assim que se chegou ao top do Rock em Stock. Punham uns dez discos à venda e aquilo esgotava logo! Eu e os ouvintes, foi uma bola de neve!

VA: Qual era a perceção da música portuguesa, nesses primeiros tempos?

LFB: A música portuguesa praticamente não existia. Era um resto dos cantores de intervenção. Estamos a falar de poucos anos depois do 25 de Abril (de 1974). Ainda se ouvia muito Zeca Afonso, os Tordos, o Fausto, aquela malta toda. Então, na década de 80, com a explosão deste programa, a Assembleia da República, na altura criou a Lei da Música Portuguesa, o que moldou toda a rádio daí para a frente.

VA: Porquê o nome "Rock em Stock"?

LFB: Porque é o nome que era de um programa em França e de uma revista francesa. Esse nome é do José Nuno Martins, que tinha trazido de França, mas está registado em meu nome. Corresponde ao início do próprio programa, é a música que está em armazém. A música dos primeiros meses do "Rock em Stock" era música que tinha sido editada lá fora, há uns seis anos, mas como ninguém a passava na rádio em Portugal, eu passava

aquela música. Foi o levantar do véu de tudo. E lembro-me até do aparecimento daquele tema dos Cheap Trick, "I Want You To Want Me", que foi o maior êxito do "Rock em Stock", ficava a malta toda maluca a querer ouvir o programa. Ao divulgar essa música, as editoras apanharam o comboio, eu passava a música dos ouvintes e havia ouvintes que iam a Inglaterra ou outro país da Europa, compravam discos, mostravam aos amigos e ainda tinham um programa de rádio que passava a música deles em Portugal! Por outro lado, também a televisão começa a passar vídeos de bandas dessa altura, os jornais, como o *Se7e*, especializam-se também em música e de gerou-se toda uma nova indústria...

VA: Mas entretanto, o cenário mudou e começa também a ouvir-se no "Rock em Stock" música portuguesa, feita em Portugal.

LFB: Nós estávamos muito fechados, tínhamos cinco anos de revolução. A Assembleia da República, na altura, fez ver que havia pouco controlo, pois só se ouvia música estrangeira na rádio portuguesa. Claro que já existiam outros programas de música antes de mim, mas não chegaram ao grande público como eu tinha chegado. Então, chegou a lei que obrigava a passar uma grande percentagem de música portuguesa. Avisaram-me disso mas eu avisei logo que não ia passar Sérgio Godinho, Fausto nem Zeca Afonso, que já passei isso em 1974 na Rádio Renascença. Cinco anos depois, o que fazia sentido era passar o primeiro disco dos Iron Maiden, Spandau Ballet, Duran Duran e essas bandas da *british new wave*. Mas nessa altura as editoras andavam a nosso reboque e sabiam que conosco tinham a venda garantida. Ao mesmo tempo, o Ricardo Casimiro começa a fazer concertos em Cascais, começamos a ter mais bandas em Portugal a atuar ao vivo pois não tínhamos quase bandas até aí a dar concertos por ano. Começamos a ter concertos todos os meses, as grandes bandas começam a vir cá, nasceu toda uma nova indústria, sem querer – com este apoio todo. E eu só me queria safar de passar os cantores de intervenção e então o que é que eu fiz: comecei a agarrar nas bobines e cassetes que os miúdos me traziam das bandas onde iam tocar, ao fim de semana, e comecei a passar aquilo. E as editoras começaram a ver que o rock português começava a acontecer. Eu dizia-lhes (às editoras): "Gravem o disco a estes putos, que eu passo no meu programa". E foi assim com o Rui Veloso, UHF, Heróis do Mar... foi tudo por ali fora. Rejeitei muitas bandas na altura, mas não me arrependo nada. Quase todos os músicos e bandas que lancei ainda têm sucesso hoje ou estão em atividade. Foi o *boom* do *rock* português. A organizar concertos, comecei também a pôr as bandas portuguesas a fazer a primeira parte das grandes bandas internacionais. Mas houve uma altura em que começava a ficar chateado, as coisas não corriam como eu tinha programado...

VA: O que é que tinha programado?

LFB: Tinha programado levar estas novas bandas com calma, que eram bandas que eu acreditava que haviam de fazer uma carreira como as outras bandas (internacionais). Eu fui habituado desde miúdo a conhecer bandas que tinham dez álbuns e uma carreira! E os portugueses gravavam um *single* – e tinha êxito. Depois gravavam um álbum, se o *single* tivesse vendido bem. E depois se o álbum não vendia tão bem, arrumavam com eles. O que é que aconteceu: começaram a aparecer cem *singles*, dos quais noventa eu deitava fora.

VA: Esse era o principal desafio: fazer a seleção das bandas?

LFB: Era. E era para irmos com cuidado... Só éramos capazes de incorporar novas bandas se as enquadrássemos num outro estilo musical. Era preciso primeiro que eu gostasse da música. Se eu não gosto, não passo e ainda hoje sou assim. Nunca ouvi Beyoncé porque é música que não me interessa. Mas com o tempo abri mais o leque do "Rock em Stock".

Era mais núcleo duro, ao princípio, e só passava *heavy rock*, *heavy metal*, *new wave*. Depois adociquei gradualmente a emissão, com a entrada do *rock* português... Aquilo era música mais fácil. "Os Cavalos de Corrida" (single dos UHF, 1980), foi um êxito fenomenal em Portugal e depois até me convidaram para ser o produtor do primeiro álbum deles, que é o único 'disco de ouro' que têm até hoje, o "À Flor da Pele". Era bom para todos, para as editoras, que confiavam no meu gosto, e para mim, em termos de projeção de programa. Nós começámos a fazer um determinado trabalho e fomos adaptando à evolução do próprio programa e da música. Quando apareceu o *ska*, na altura, em Inglaterra, também comecei a passar essa música no programa. Fiz aberturas ao conceito e depois adaptava também a música nacional às tendências da música internacional. Como diz o David Ferreira, quando dá entrevistas: "disco que não passasse no "Rock em Stock", era como se não existisse".

VA: Sentia que eram muitas frentes para gerir, bem como muita responsabilidade?

LFB: Sim, mas era a única hipótese... Eu não podia chegar a todo o lado. Os próprios artistas portugueses, apesar de não saberem tocar, de as gravações serem mal feitas, eu apoiava-os ao ponto de fazê-los continuar a fazer o trabalho deles. Eu dava a cara por eles, incentivava-os a ter uma carreira como, para mim, fazia sentido. E os artistas que rejeitava, até mandava as maquetes para outros colegas meus para passarem aquelas músicas. Tinham ouvidos muito mais dóceis que eu... (risos). Foi o caso do António Variações, que era meu cabeleireiro, na altura. E então consegui rebentar com o *rock* português e até meti o Sérgio Godinho a gravar um disco de quase *rock*! E assim toda a gente evoluía nas suas carreiras, foi bom! O "Rock em Stock" é um programa imaculado. Foi feito e acabou. Ninguém vai fazer justiça a esse programa hoje. Está feito, aquilo. Foi na altura, teve a sua época. Eu posso ter continuado o meu "Rock em Stock" com outros programas, como as "Ondas Luisianas". Mas a nossa preocupação foi sempre dar a mão à malta nova que chegava.

Entrevista presencial realizada a Henrique Amaro, em Lisboa, a 8 de Agosto de 2016.

Vanessa Augusto: Onde e quando nasceu?

Henrique Amaro: A 23 de Julho de 1970, em Lourenço Marques, em Moçambique.

VA: Como teve contacto com a rádio e com a música? Foi algo implícito na sua educação?

HA: Acho que foi por intermédio do meu pai, mas sinto que foi tarde. Os meus pais chegam de Moçambique, a Lisboa, tinha eu cerca de seis anos. Voltam a comprar casa e o meu pai sempre fez questão de ter muitos rádios em casa. Antes de aparecerem os discos, a música chegava a casa pela rádio. Os meus pais não tinham qualquer hábito de audição de música, não tinham discografia... Eu sempre fui filho único e isso nunca existiu. O primeiro contacto com a música que eu me lembro foi através dos tais rádios que existiam em casa e de ouvir muito a onda média da Rádio Comercial, que era aquilo que o meu pai mais gostava de ouvir. Eu frequentava muito a casa de uma tia minha, onde fiquei a viver quando vim de Moçambique (eu vim sozinho, fiquei cá ainda uns seis meses, um ano) e ela sim, já tinha uma discografia. Politicamente era uma pessoa muito ativa e influenciou-me nesse aspeto. Ouvia-se muito José Afonso. E aí foi provavelmente o meu primeiro contacto com a música gravada, com o objeto do vinil. Esse ritual apareceu então através da minha tia, eu tinha uns seis, sete anos. Só depois dos meus dez anos é que começo a comprar discos. Nessa altura, quando eu tinha uns dez anos, por

volta de 1980, é que acontece o *boom* do *rock* português e nessa altura, se alguma coisa marcou esses tempos, foi a ligação entre a música que se fazia no país e os meios de comunicação. Na rádio, não se ouvia outra coisa, na televisão começa a nascer um certo culto também através da divulgação da música, nos jornais que o meu pai trazia para casa, eu ia sempre procurar as páginas de cultura, onde já estavam os músicos que eu ouvia na rádio: os UHF, o Rui Veloso, os Táxi, os Heróis do Mar...

VA: O que é que queria ser quando era criança?

HA - Os bombeiros sempre me atraíram muito, não sei porquê, e depois quis ser professor primário. Eu tive uma boa experiência na escola, uma professora que foi importante para mim e sempre gostei daquele lado comunitário que existe numa sala de aula. As pessoas estarem juntas e reunidas, num ambiente solidário, onde vivem muitos anos juntas. Criam-se amizades, distâncias e acho que isso marcou-me. Provavelmente queria replicar para a minha vida aquilo que vi noutra pessoa. Daí até ter concluído o curso de professor primário, mas não exerci, apenas estagiei, nunca dei aulas oficialmente. Estudei em Queluz até ao décimo segundo ano e depois fui para a Escola Superior de Educação João de Deus, onde faço de 1989 a 1992, o bacharelato de professor do ensino básico do primeiro ciclo.

VA: Como chega então à rádio?

HA - Chego à rádio ainda no liceu, e de alguma maneira levado pelo espírito das rádios locais, porque entre 1985/86 há a explosão das rádios livres e essa anarquia no FM, no fundo, foi uma sementeira de profissionais que hoje vemos no ativo. Eu tinha um colega que sabia que eu tinha já uma boa discografia e que na altura estava a começar uma rádio na Amadora, onde estiveram uma série de profissionais que hoje reconhecemos, e um dia pergunta-me, na escola, se eu estava interessado em ir até lá e fazer uma experiência. Eu achava interessante mas eu era um ouvinte e vi aquilo como um prazer e como uma forma de mostrar os meus discos. Ao mesmo tempo, nessa escola, nesse ano, surgia também um núcleo de rádio da Associação de Estudantes e eu acabei também por ir para lá, mas numa de ouvirmos música e passarmos discos. Era um espaço público, como uma tertúlia. Estávamos ali todos juntos, a aprender e tecnicamente também era uma novidade. Coincidiu tudo na mesma altura e foi aí que comecei a fazer essa meia hora de rádio por semana. Na altura era muito organizado, levava tudo escrito, sabia qual era a música que queria passar, enfim, levava o meu guião. Acho que hoje sou muito mais anárquico também na preparação, levado, naturalmente, por alguma experiência.

VA: Considera-se então um autodidata?

HA: Considero-me um autodidata, na medida em que a minha informação não é teórica, mas sim de ouvir os outros e a ver os outros. Errando e fazendo de novo. Eu cresço também a ouvir a Rádio Comercial com aquelas pessoas muito marcantes, que vão do Luís Filipe Barros ao António Sérgio, e indiretamente vais criando também a tua maneira de estar e fazendo a tua formação. Depois tive a sorte de passar uma temporada na rádio TSF, logo a seguir à legalização das rádios. Passava lá muito tempo com um amigo meu, o Vítor Marçal, e na altura o Emídio Rangel perguntou-me se eu estaria interessado num *part-time* por lá. Saía da faculdade e ia para a TSF e acho que no meu caso era só preciso observar e ouvir, nem era preciso falar. Era ouvires o Fernando Alves, o Fernando Correia, o Manuel Acácio e depois vias como é que eles faziam. A minha aprendizagem é feita a ver e a ouvir os outros.

VA: Que momentos é que foram mais marcantes, neste percurso enquanto radialista?

HA: Essa primeira parte, essa quebra de virgindade. Seduziu-me muito essa ideia de falar com outras pessoas, mostrar, dar a conhecer. Acho que a minha profissão, se eu tiver de definir o que faço, é dar a conhecer. Esse é o meu chapéu para tudo aquilo que faço. Importante foi também a experiência na TSF, com esse meu amigo, o Vítor Marçal num programa de música portuguesa que se chamava "Aprendizes de Mecânico", onde comecei a ser visto como um especialista de música moderna portuguesa. Depois, o início da Rádio Energia. A Rádio Energia surge como uma rádio jovem do grupo da TSF e o facto de eu estar na TSF fez com que participasse na fundação da Rádio Energia. Nessa altura, eu era um miúdo e ninguém me conhecia e então estava a começar em Lisboa o Johnny Guitar, o clube, e o Sérgio Noronha, que era uma pessoa muito ligada à indústria, veio perguntar-me o que é que eu achava de um programa comigo e com o Zé Pedro. E eu claro, bora aí! Então fiz assim também mais uma amizade que ainda hoje perdura com o Zé Pedro. Esse foi um momento marcante para mim. No fundo aprendi muito, aquela coisa do microfone aberto e saber como e quando falar. E depois obrigatoriamente, a única vez que faço rádio profissional a sério, vinte e quatro horas por dia, é no início da Antena 3. Resumindo, a Rádio Mais por ser o início de alguma coisa, a TSF para ganhar músculo, a continuação dessa musculação na Rádio Energia e aqui (na Antena 3) é o aperfeiçoamento das coisas. Voltar a errar e ter mais responsabilidade. Acho que o meu projeto de vida é acima de tudo, marcado pela Antena 3.

VA: No meio desse percurso, como surge o "Portugália"?

HA: A minha ligação com a rádio foi sempre fundamentada pelo gosto pela música, do que pela rádio em si. A música é que me traz para aqui. E eu sempre tive um defeito que é.: eu só falo de coisas com as quais estou minimamente seguro. Eu gosto pouco de opinar, sou sempre mais reservado nessas temáticas. E eu sentia que sempre que falava em música portuguesa sentia-me seguro, mais do que em qualquer outra coisa. Sem querendo, e com os meus medos, fiz da música portuguesa a minha bandeira. Uma espécie de reserva territorial que fui mantendo ao longo do tempo. Quando chego à Antena 3 – o convite é feito pelo Jaime Fernandes, que muito estimo e que foi importante e eu disse que aceitava, até porque os meus colegas da Rádio Energia estavam todos a vir para aqui, mas disse que aceitava com a condição de fazer um programa de música portuguesa, pois era isso que me interessava. Não me interessava fazer outra coisa. Isto em 1994. E sendo o Jaime uma pessoa atenta perguntou-me se haveria condições para assegurar uma produção diária de um programa de música portuguesa. E eu disse que sim, que se não houvesse, tinha sempre a salvaguarda de ir buscar talento ao outro lado do Atlântico para salvaguardar o programa. O "Portugália", que na altura se chamava "100%" – para ter essa ideia de círculo, de força, de entrega, nasce assim. Aquilo não é um programa lusófono. Isso pode acontecer, mas é um programa focado na música do Portugal contemporâneo.

VA: Pegando por essa segurança e vontade de comunicar dentro da zona de conforto, será essa uma das suas características enquanto realizador de rádio? É isso que o distingue?

HA: Acho que isso é uma qualidade que muitas pessoas dentro da rádio têm, mas a ideia de segurança para mim é inevitável em qualquer pessoa que trabalhe em comunicação. Mas o que se calhar me distingue ou o pioneirismo do meu trabalho tem a ver com o lado accidental e de ser uma pessoa que constrói a sua vida profissional apenas com uma temática. Há grandes divulgadores de música em Portugal, que vão desde o Luís Filipe Barros ao António Freitas, ao Nuno Calado ou ao Pedro Costa. Todos os eles têm esse lado e essa motivação do dar a conhecer. E eu se calhar fui o primeiro que numa rádio

nacional, tem um programa dedicado à música portuguesa. Acho que é mais por ser um dos poucos que fez isso, do que a ideia de segurança.

VA: O Jaime Fernandes tinha essa dúvida na altura, mas de facto, como é que foi assegurada então essa produção diária de conteúdo para um programa que continua a existir hoje?

HA: Aí vem um outro lado que qualquer pessoa que trabalhe em comunicação deve ter, que é a disponibilidade para ouvir os outros: disponibilidade para procurar, para conhecer, para ver e ouvir. Estamos dependentes daquilo que procuramos e daquilo que nos enviam e está aí a grande diferença perante tudo aquilo que acontecia há 22 anos e que acontece hoje: é a ideia de proximidade. Eu há vinte e dois anos não sabia se em Évora existiam dez bandas, se elas não me enviassem a música que tinham. Se não viesse no *Blitz*, se não houve alguém que noticiasse e que fizesse aquilo acontecer, eu não tinha forma de saber. E hoje não, hoje só quem não está atento ou quem não procura é que não sabe que as coisas estão a acontecer. A ideia de proximidade, o chegar às pessoas, já é algo muito mais fácil. Essa é a grande diferença entre os vinte e dois anos que passaram. O que eu fazia era: estando atento ao conteúdo de *fanzines*, ao *Blitz*, aos jornais e tendo a minha discografia, o que eu demonstrava ao Jaime Fernandes era que era fácil - ora estando atento ao que se passava, ora pegando numa memória sonora relevante, que era fácil construir uma hora só com música portuguesa.

VA: Houve algum momento em que percebeu - e claro que com a *internet* o cenário é outro, que começou a haver um fluxo de comunicação diferente com as bandas?

HA: Sim, eu acho que a internet aí marca uma fronteira, entre o antes e o depois. A informação chegar até mim... eu achava sempre muito natural chegar muita coisa, porque para o mal e para o bem, Portugal sempre teve poucas montras. Estando numa rádio nacional com a responsabilidade da Antena 3 e tendo um programa personalizado, ou seja, as coisas são analisadas pelo meu crivo pessoal, também para o bem e para o mal, era normal que o outro lado arriscasse. Mas isso a meu ver vem do facto de existirem poucas montras e o facto de existir apenas um canal para o qual isso possa ser canalizado. Por outro lado, o que acontece hoje é que há bandas que estão satisfeitas com o seu próprio espaço, já existe esse lado de emancipação do artista. Há uma coisa que eu sempre gostei nos artistas, que é esse lado do artista não poder estar refém de nada, a não ser da obra que faz. O compromisso dele é com a sua obra, não é com o público, nem com os divulgadores nem com os meios de comunicação. E há muita gente hoje que está nem aí para a Antena 3 ou para os jornais. Sente-se completamente realizado ao fazer a obra e a colocar apenas no seu *site*, no *bandcamp* ou noutro espaço. Esse lado acho interessante, porque é uma espécie de 'elogio ao eu'. Nunca gostei desse lado do "estar dependente de". No meu caso, o que faço é: em vez de estar à espera que o artista me envie, eu é que vou atrás dele. Esse fluxo que era uno, agora é recíproco. Tens de continuar a ir à procura daquilo que existe e trazer aos teus. Esse é o lado da rádio que ainda nos garante futuro, que é o sermos faróis de orientação. E esse é o maior desafio, é fornecer ferramentas para que as pessoas possam construir a sua casa. Acho que os meios de comunicação e a rádio de serviço público tem que dar ferramentas para que cada um construa a sua casa. E é esse o ponto de partida da nova Antena 3.

VA: Porquê mudar o nome do programa para "Portugália"?

HA: Primeiro chama-se "100%" até um bocado por conversas que tinha com o João Paulo Feliciano, que era baseado num álbum dos Sonic Youth, que eu gostava muito. Depois o Luís Montez foi diretor da rádio e quis fazer uma mudança e eu então pensei num

programa baseado num programa que eu gostava que era o “Manhattan Connection”. Esse novo programa, era um programa musical, chamou-se “Rádio Clube” era feito a 3: eu, o Nuno Galopim e o Nuno Calado. Eu era o pivô e eles os ‘opinadores’ de serviço, eu tinha mais dificuldade em expressar a minha opinião e deixava os outros falar. Foi um programa meio mal resolvido, porque não era o meu programa, não era o programa do Galopim e não era o programa do Calado. Estava condenado à partida mas nada como viver experiências. Depois houve uma altura em que quis voltar ao mesmo e foi quando voltei para a minha zona de conforto. E foi aí que o chamei de “Portugália”. Uma espécie de aldeia dos gauleses: dentro de um mundo global, há ainda aqui uma espécie de um país imaginado. Eu todos os dias contruo um país que não existe. Tanto pode começar no Bruno Pernadas e acabar no DJ Marfox como pode ter os Dead Combo e alguém que fez uma canção ontem e nunca mais ninguém vai ouvir falar dela. É um país imaginado, o “Portugália” é isso mesmo.

VA: O “Portugália” continua a existir e a fazer parte de uma grelha diária numa Antena 3 renovada, sob o mote da “alternativa *pop*”. O que garante ao programa representar esse *slogan*?

HA - É uma fatia dessa alternativa *pop*. Há uma história para contar, há um lastro, tal como têm todos os programas das pessoas que estão na Antena 3 desde o início. É uma história de vinte e dois anos para contar, é uma marca apenas por isso. A validade da sua existência é que está relacionada com a disponibilidade para ir em busca da novidade. Eu acho que hoje em dia, no mundo moderno, há o lado da credibilidade e da possibilidade de sermos âncoras para pessoas sem essa disponibilidade. Mesmo que te enganes na tua aposta, tens de ser credível. E só conseguimos credibilidade, a meu ver, utilizando a palavra ‘não’. A palavra ‘sim’ é a mais fácil de utilizar, é aquela que não causa ruturas, que não causa inimizades, mas não ajuda à credibilidade. Como tudo na nossa vida, vivemos entre o ‘sim’ e o ‘não’. A partir de determinada altura, perdi definitivamente o medo de dizer não. A validade de um programa hoje em dia, como o “Portugália” ou outro de divulgação musical, passa por quem o faz e pelas escolhas que faz. Não é o facto de haver uma internet que mostra tudo que invalida que haja programas de divulgação musical ou que haja rádio de divulgação musical.

VA: O que é que para si é mais importante, na rádio, mesmo enquanto ouvinte?

HA: O que eu gosto na rádio é de ouvir pessoas que tenham algo para dizer. A rádio é isso, é plural, é um campo de comunicação que abrange todos, bem como aquilo que cada um traz para esse todo. Há excelentes jornalistas, excelentes repórteres, excelentes animadores, mas eles têm de saber qual é o seu papel e questionar-se o que estão a fazer naquele momento. O Fernando Avim é um excelente exemplo disso: Tem uma série de características que lhe permitem estar a ter uma conversa sobre genética molecular – e ele não sabe nada sobre isso – com uma autoridade de genética molecular, mas isso não invalida que ele não esteja a ter uma conversa incrível, de comunicação elevada ao mais alto grau de entretenimento e de informação. Na rádio, é isso o que eu mais prezo: o questionar o que estou aqui a fazer, o que tenho para oferecer.

VA: Em que dimensão pode a rádio constituir-se como parte da cultura *pop* nacional?

HA: É indissociável a todos os níveis. Para já, a mobilidade e a autonomia que a rádio te dá. Podes estar a ouvir rádio e a ler um livro, podes estar a ouvir rádio e a limpar a casa, podes estar em mil e uma situações e a ouvir rádio, ao contrário da televisão que é totalitária, não existe sem atenção. Gosto desse lado libertário da rádio, podes levá-la para onde quiseses e se quiseses levar um rádio para debaixo da almofada, como eu faço, para

ouvir pessoas a falar. É o meu meio de comunicação preferido. Depois há esse lado também libertário para quem lá trabalha: somos totalmente responsáveis por aquilo que fazemos, não dependemos de mais ninguém. E depois há aquele papel social, da rádio como grande difusor das ideias, com um papel de investigação, com um papel de psicadélico, de experimentação. Apesar do crivo e do carimbo de conservadorismo que a rádio costuma às vezes ainda ter em cima, a meu ver é o meio de comunicação que mais experimenta. Podes ter um programa de rádio a falar sobre a natureza e teres os sons da água a escorrer! É o meio de comunicação mais libertário de todos e não é por acaso que quando falamos na Rádio Comercial, entendemos o sucesso daquele programa da manhã. Ele cumpre um papel. Para quem gosta da música que já conhece ou precisa daquele tipo de vitamina, está ali uma ótima oportunidade e tens um programa da manhã em que tens um milhão de pessoas a ouvir. É um elogio para a rádio.

VA: Que valores é que a rádio terá de continuar a ter ou a perpetuar no futuro?

HA: Pessoas, acima de tudo. Às vezes confunde-se a noção de rádio com *links* e músicas programadas. Se tiveres só música lá dentro, não é uma rádio, é outra coisa qualquer, mas não é uma rádio. Por outro lado, pensar a rádio dentro do grupo RTP é diferente do que pensar a rádio num grupo privado. O serviço público tem uma tripla responsabilidade e isso, entre os meus colegas da direção da Antena 3 estive sempre muito vincado, que é a linha do tempo: o passado, o presente e o futuro. O que interessa aos grupos privados é muito o presente, o que lhes interessa é o que está a acontecer agora, não têm a ideia de memória e o futuro ainda não chegou por isso não se pensa nisso ainda. Já o serviço público tem essas três responsabilidades. Ainda no outro dia fizemos um especial sobre o Brian Wilson e hoje, a um miúdo de dezassete ou dezoito anos isso não lhe diz nada, mas é uma figura fundamental, é memória relevante. Está vivo, faz um trabalho incrível e é relevante para o que se faz hoje. Hoje ouvimos os You Can't Win, Charlie Brown e eles referem-no como influência do passado, portanto é memória relevante. Depois, não podemos esquecer o que está a acontecer hoje. Que Portugal é este? Quem são os novos compositores? Que canções existem hoje? E depois, tentar lançar peças para um futuro próximo. E isso é que define, a meu ver, a ideia de serviço público. A ideia da rádio do futuro é algo que já ultrapassa tudo aquilo que dizemos ao microfone. Não nos podemos esquecer de tudo o que a rádio pode fazer utilizando os outros canais, a *internet*, a televisão, o texto. A maneira como comunicamos tudo aquilo que fazemos e o continuarmos a ser rigorosos, arrojados e distintivos em relação à maneira como tratamos os nossos conteúdos, não há morte que nos chegue à frente.

Apêndice 4: Transcrições das entrevistas realizadas aos agentes culturais

Entrevista realizada por telefone a Paula Guerra, a 3 de Agosto de 2016.

Vanessa Augusto: Enquanto socióloga, em que dimensões considera o programa “Rock em Stock” parte relevante da cultura popular?

Paula Guerra: Eu acho que desde logo a sua importância está na postura do seu realizador e apresentador, que introduz uma apresentação bastante radical, no panorama nacional da altura. Passa a haver uma pessoa que é também divulgador, animador, motivador e que leva os outros a ouvir determinado tipo de música. Que leva os outros a procurar, a investigar, a encontrar determinado tipo de música. O Luís Filipe Barros, que era tido como o Berros, teve um papel central - estando do lado de lá da rádio e ficando a dever muito à sua prestação, ao seu carisma e à sua forma de estar na rádio. Depois, o conteúdo do programa, aquilo que ele passava. As músicas que ele passava, alguns discos de *new wave* e *punk* vieram abrir para muitos um caminho importante. Eu acho que chegou com ele essa modernidade a Portugal. Uma abertura a outro tipo de sons... Mas não é só de sons que falamos. O facto de teres contacto com uma banda, um grupo, não é só a questão da música, mas é tudo aquilo que vem através dela: as capas dos discos, a forma como as pessoas se vestem ou a forma como ouvem música. Acho que o programa também foi muito importante a esse nível. Mais tarde, ou em simultâneo, foi também a grande pedra-de-toque do António Sérgio, em que não se limitou a ser um mero realizador de rádio, mas que levou à formação de gostos, à formação de atitudes, à formação de um conjunto de jovens que o ouviam e se reviam naquela imagem.

VA: Diria que foi um homem que de alguma maneira, esteve à frente do seu tempo - ou de facto, éramos nós, enquanto país, que não estávamos preparados?

PG: As duas coisas. Por um lado, ele seria certamente um homem à frente do seu tempo, pois era português e neste contexto, estava para além da mediania geral em que vivíamos. Mas também teve a ver com o facto de estarmos numa situação em que o país estava num contexto de muito fechamento e ele contribuiu, precisamente, para a sua abertura. Uma abertura sobretudo no campo do *pop-rock*, onde o país estava a léguas de distância. Já tínhamos claro, conhecido o ié-ié, no entanto eram coisas muito restritas, porque todo o período da ditadura teve como consequência todo um fechamento do ponto de vista cultural e lúdico. Nós conhecemos muito tarde a indústria de massa, dos lazeres, muito fruto do nosso fechamento político e ideológico. As pessoas diziam, quando iam às colónias, que a primeira vez que tinham bebido Coca-cola tinha sido em Angola... Todo esse tipo de coisas vão ter uma repercussão muito grande no nosso país, no nosso desenvolvimento, nos nossos valores e atitudes. A começar pela própria roupa. O pronto-a-vestir, por exemplo, que tinha surgido no Pós-Guerra, nos outros países europeus, em Portugal é uma coisa dos anos 80, que chega tarde, comparativamente.

VA: E é também precisamente na moda que é tão mais visual essa sinergia, certo?

PG: Sim, surge todo um conjunto de sinergias, relacionado com a música, em torno da noite. Em torno do Frágil, do Bairro Alto, em torno da moda, da fotografia, do cinema. Há todo um conjunto de sinergias artísticas que chegam naquela altura, porque se calhar também só podem chegar naquela altura.

VA: Também enquanto investigadora das culturas musicais, de que maneira caracteriza a música que se ouvia em Portugal, em comparação com a restante Europa, na altura em que surge o “Rock em Stock”, em 1979?

PG: Sobretudo muito centralizada em nichos. Em Lisboa e também algum nicho no Porto, essas pessoas tinham acesso ao que se fazia lá fora, ou através de viagens, ou de amigos que traziam para Portugal. Com o “Rock em Stock”, o Luís Filipe Barros mostrava a música que se ouvia lá fora, mas isso era enfatizado pelo seu ímpeto pessoal, pela sua forma única de comunicar e para alguns uma forma frenética de comunicar. Ele divulgava artistas que não eram conhecidos no *mainstream* da sociedade portuguesa e havia a questão das entrevistas. Pela primeira vez, as pessoas não só tinham contacto com a faixa musical, mas com um modo de vida associado, através daquilo que era transmitido em entrevista. O programa marcou também do ponto de vista cultural e valorativo esse tipo de coisas. Nas minhas investigações, muita gente me fala nesse programa. Ao longo das minhas entrevistas, enquanto investigadora, quer seja no *punk* quer seja no *rock* alternativo, muitas das pessoas que estiveram nos primórdios desses dois sectores, acabam por reconhecer ao Luís Filipe Barros e também ao António Sérgio, esse papel de abrir os horizontes. Na minha geração, por exemplo, aquilo que me recordo é da influência direta do António Sérgio, mas este é também um fenómeno geracional. Porque música não é só o som, é tudo aquilo que se vive em torno dela.

VA: Fundamental para os ouvintes mas também com importância de peso para as próprias bandas, correto? Foi um grito de afirmação para os artistas que começavam também eles a emancipar-se e a fazer as músicas que queriam?

PG: Sim, sim, e há também a questão da marca. O selo “Rock em Stock” nos discos assemelhado a um selo de qualidade. Nessa altura, final dos anos 70, o panorama das bandas não era o melhor... Havia algumas bandas, como o Corpo Diplomático e outros, mas era um panorama muito restrito de bandas. O *boom* do rock português só aconteceu mais tarde e aí o programa teve um papel fundamental na divulgação dos Taxi ou dos GNR.

VA: Que importância tiveram os concursos ié-ié nos primórdios do desenvolvimento do rock português?

PG: Foram muito importantes, sobretudo porque eram feitos numa lógica muito imediatista e numa dinâmica DIY. Havia ali toda uma conjugação de circunstâncias, interesses e vontades. Fazia-se sem grande programação e eles aconteciam. Foram muito importantes para quem teve acesso a eles, mas era sempre uma fação muito restrita dos jovens portugueses que tinha acesso a esse tipo de manifestações. Elas aconteciam em Lisboa e portanto a maior parte das pessoas não teriam acesso a essas manifestações a não ser que morassem em Lisboa. Era também uma forma de se ver o outro mundo! Havia um novo mundo e o contacto com as colónias era muito importante. De lá vinha a inovação em termos de roupa, em termos de música, em termos de consumos. Consumos lúdicos, culturais. Esse ar de novo mundo trazia essas novidades. Vivíamos numa lógica ditatorial que era também cultural. Era “Fátima, fado e futebol” e tudo o que era para além disso, foi fundamental para os jovens portugueses.

VA: O Rock em Stock acabou por ter momentos menos intensos, tendo inclusive sofrido um hiato com Luís Filipe Barros ao microfone. Como olha para evolução do programa?

PG: A evolução da rádio tem sido no sentido – e acho que aí o “Rock em Stock” e outros programas acabaram por sofrer as consequências musicais prováveis – de deixar de lado os programas de autor. As obrigações das *playlists* e todos os compromissos comerciais, mercantis, a questão das marcas, para além da questão da emergência de novas formas de consumo, visuais e desmaterializadas; tudo isso tem vindo a reestruturar e até a esvaziar um pouco o papel da rádio e os programas têm vindo a repercutir isso. Por um lado, há o domínio de um interesse comercial e económico e é preciso ter audiências e cumprir requisitos mas isso é um fator desagregador para programas como o do Luís Filipe Barros e para pessoas como ele, que viviam do protagonismo e da diferença e não da uniformidade e da massificação. Em todo o mundo, a rádio tem vindo a transformar-se numa playlist incessante. Existem exceções, como é óbvio, mas é difícil manter um programa de autor no momento presente. Eu acho que foi isso que aconteceu, quer seja com o “Rock em Stock” como por exemplo com o António Sérgio, com o “Som da Frente”. Houve um período muito interessante, marcado pela diferença, que foi o período das rádios piratas. Muita gente acedeu à música através disso.

VA: Enquanto ouvinte, o que a capta para ouvir determinado programa? Do que está à procura quando ouve rádio?

PG: É a questão da surpresa, para mim. O ser surpreendido, numa certa linha musical com que te identificas, mas acima de tudo ser surpreendida com coisas novas. Coisas novas e que tenham uma forte ligação à tua vida, ao teu contexto, ao teu quotidiano. Há uma outra coisa - a questão da informação extra. É preciso mais que mera música. Contexto, lógica, história, acho que isso é muito importante para captar uma pessoa. E depois, claro, o carisma do realizador, do autor, de quem está ao microfone. Cada vez que eu ouvia o Luís Filipe Barros ou o António Sérgio, eu não fazia ideia de como é que eles eram. Eu construía uma imagem mental mas não correspondeu nada ao que eu imaginava quando os conheci. Era incrível como apenas com a voz, aquela pessoa se tornava uma personagem familiar.

VA: Tem alguma memória marcante da rádio?

PG - Sim, principalmente do António Sérgio. Por exemplo quando os Echo & The Bunnymen foram ao Rock Rendez-Vous. Eu ouvia aquilo como se estivesse no Rock Rendez-Vous! Isto é, a vontade era tão grande de estar lá, mas havia a noção que não era possível na altura e até por uma questão de género. As raparigas não deviam sair de casa e a maior parte não gostava de *rock*. Eu lembro-me perfeitamente de ouvir os relatos e eu imaginava aquilo tudo a acontecer. Era aquela ideia de que tu fazias parte. Eu acho que agora, os tempos em que vivemos são de grande massificação e de grande velocidade. Mesmo para os projetos musicais, essa velocidade e massificação faz-se sentir. É outra maneira de ver e de viver o mundo. Por exemplo, os álbuns hoje perdem o sentido. As pessoas vão à procura de faixas. A ideia do álbum como obra são coisas que se perderam, fruto da intensidade e velocidade dos tempos. Por outro lado, é agora o momento da retromania. A história da *pop* é uma história de repetições e o regresso do vinil, do autor, do colecionismo é uma apropriação do passado para viver melhor o presente.

VA: Essa retromania, porque acontece?

PG: Também por uma necessidade, em tempos tão mutáveis, de apropriação de algo. Hoje para muitos jovens, a questão do papel, de um bilhete de concerto, por exemplo, não tem comparação. A diferença é enorme, do passado para o presente. Hoje é *online* e massificado. Antes, eram bilhetes feitos à mão. O que é que leva ao colecionismo? É a ideia de apropriação do passado e da procura do único. Toda a gente procura ser única,

original e especial num mundo massificado. É uma busca incessante. Ao mesmo tempo que te permite uma banalização total, também te permite diferenciações enquanto reação à própria banalização. A customização passa muito por uma certa resistência, inerente ao sistema, de procurar algo único. O que se repara muitas vezes é que esse ser único, muitas vezes é uma saída do sistema para a própria uniformização. Por exemplo, quando se fala em formação e conhecimento, mesmo no meio da música, isso hoje é um mundo em aberto, em que todas as misturas são possível. Há várias atmosferas possíveis no mundo contemporâneo.

VA: De que maneira considera a rádio uma parte fulcral da cultura *pop* - não só dentro do contexto do “Rock em Stock”, como na atualidade?

PG: Para mim ainda é. É óbvio que nos anos 80 seria mais, mas atualmente, através do trabalho do Henrique Amaro ou do Nuno Calado, a rádio para mim ainda é muito importante e fico realmente triste quando não consigo acompanhá-los. E para mim a rádio é isso. E hoje tens toda uma série de coisas, como os *podcasts*, por exemplo, que já nem te obrigam a estar a ouvir rádio à hora certo. Antes isso não era de todo possível e não havia mais nada para transmitir essa cultura toda. Tudo isso vai fazendo com que o impacto da rádio na cultura popular seja menor. No entanto eu acho que os programas de rádio foram fundamentais e continuam a sê-lo, lá está - mas com um grau de exigência elevadíssimo. Uma pessoa para manter um programa de rádio de autor, tem que lutar mil vezes mais do que teria de lutar nos anos 80. Isto é, acho que é muito difícil, com todas as possibilidades tecnológicas dos dias de hoje, mas continua a ser importante termos líderes ou guias de gosto; pessoas que são âncoras culturais. E isso é importante para guiar a tua orientação, a tua lógica. Sociologicamente, isso continua a existir, só que em menor grau. Quer seja na rádio ou nos jornais.

VA: Como imagina a rádio do futuro?

PG: Eu acho que a rádio do futuro se calhar terá de ser a mesma rádio de há vinte anos, num retorno à origem. Muito por esse retorno que existe, a retromania, a busca do passado, eu acho que pode ser um dos cenários. Ou seja, a rádio no seu sentido tradicional. Um retorno à voz real, ao carisma do realizador. Num cenário B, o oposto, a desmaterialização total, em que deixará de haver rádios. Até poderás ter faixas gravadas, com as vozes dos realizadores, sempre disponíveis para ouvires, numa dinâmica de autoformação. As vezes penso que o futuro passa por aí. Depois de ficarmos sem nada, a tendência será para voltarmos a apropriar-nos das coisas. E às vezes acho que isso seria o melhor - voltarmos aos objetos, às coisas, ao real. Isto na minha visão pessoal.

Entrevista respondida por escrito a Nuno Reis, recebida a 19 de Agosto de 2016.

Vanessa Augusto: Enquanto diretor da Antena 3, que conteúdos considera fundamental para a construção de um programa de rádio na atual grelha de programação da rádio em questão?

Nuno Reis: Como rádio de Serviço Público, julgo que um dos fatores mais importantes da Antena 3 é a sua obrigatória diferenciação em relação à oferta das rádios privadas. Uma alternativa de qualidade é a base de legitimidade e credibilidade do Serviço Público, procurando agregar o máximo de públicos diferentes em torno de conteúdos de qualidade, inovadores e realmente interessantes. Nessa medida, na Antena 3 procuramos conteúdos ligados à cultura *pop* nacional e internacional, não apenas focados na música,

preferencialmente ligados ao novo talento, sem esquecer o passado relevante. Por outro lado, privilegiamos a criatividade e a capacidade de experimentar novos formatos, em ligação com as novas plataformas web que lançam novos desafios e oportunidades ao meio rádio. Preferencialmente, todos os programas e conteúdos que desenvolvemos têm que ter bem presente esta nova realidade multiplataforma, o que não significa que não exista espaço para programas mais “clássicos”. Essa é, aliás, a riqueza de uma rádio como a Antena 3. A diversidade de conteúdos e formatos que consegue acolher na sua grelha de programação e plataforma *online*. Por fim, sendo a música o principal objeto de trabalho da Antena 3, a escolha musical é sempre um ponto fundamental na avaliação de um conteúdo da rádio.

VA: Enquanto profissional de rádio, de que forma considera importante o programa “Portugália”, enquanto parte do contexto cultural nacional, na altura do seu surgimento (2002)?

NR: O “Portugália”, dada a sua longevidade, ajudou de forma determinante a moldar o panorama da música moderna portuguesa. Durante vários anos em que música produzida e cantada em português tinha pouco espaço nas *playlists* das rádios nacionais, o “Portugália” fez (e continua a fazer) um extraordinário trabalho de divulgação da emergente cena *pop-rock* que começou a ganhar forma a partir dos anos 70 e que, no início da década de 90, deu origem a uma geração de grandes bandas e artistas que, sem o destaque e o trabalho sistemático do “Portugália”, não teriam conseguido quebrar algumas barreiras e chegar ao circuito mais *mainstream*. O “Portugália” tornou-se um símbolo de qualidade, de entrega e paixão pela música portuguesa que, no fundo, acabou por contagiar toda a Antena 3 que faz da divulgação da nova música portuguesa a sua principal bandeira.

VA: Enquanto diretor da Antena 3, de que maneira considera fazer sentido a inclusão deste mesmo programa na grelha de programação atual da Antena 3?

NR: O “Portugália” é, provavelmente, o programa mais emblemático da Antena 3 e, nesse sentido, é uma presença inquestionável na grelha de programas da rádio. É um espaço de autor conduzido desde sempre pelo Henrique Amaro, reconhecido e venerado por várias gerações de ouvintes e, acima de tudo, respeitado pelos músicos portugueses, que reconhecem a credibilidade e independência do programa e o seu apoio inquestionável a todas as áreas da música portuguesa.

VA: Que características atribui ao programa em questão?

NR - Acima de tudo, é um programa de divulgação de música. Essa é a sua principal missão e, nesse sentido, o ecletismo e a qualidade da sua escolha musical são os principais pilares da credibilidade construída ao longo de duas décadas. No entanto, a uma escolha musical de qualidade, junta-se a capacidade de comunicador do Henrique Amaro, nomeadamente na condução de entrevistas com artistas e bandas nacionais.

VA: Na sua visão de profissional, a que fatores ou contextos atribui o sucesso e longevidade do programa “Portugália”?

NR - Nos tempos que correm, a longevidade de programas de autor como o Portugália, que trabalham maioritariamente fora do *mainstream*, na procura de propostas alternativas, normalmente só conseguem sobreviver dentro da liberdade criativa que o Serviço Público

de Media continua a permitir, em oposição à oferta mais formatada das rádios privadas. Por outro lado, o trabalho de excelência do Henrique Amaro, a sua qualidade enquanto profissional de rádio, a seriedade e a capacidade de resistir à influência das editoras discográficas – num meio pequeno como o português – contribuíram ao longo dos anos para a aura que foi envolvendo o programa, que tornaram a sua presença nas grelhas de programas da 3 absolutamente inquestionável, resistindo a todas as mudanças de diretores e administrações.

VA: De que maneira considera que houve evolução nos conteúdos deste programa até aos dias de hoje?

NR: Fundamentalmente, considero que a evolução mais importante do programa foi a capacidade de se manter permanentemente atualizado e na linha da frente da música portuguesa, sempre disponível para arriscar e apostar em novas bandas e estilos, por vezes, muito antes da própria indústria reparar nesses novos projetos. Contudo, basicamente, o programa não sofreu grandes mudanças estruturais ao longo dos seus muitos anos. No fundo, mantendo a fidelidade a uma certa ideia romântica da rádio que permanece no nosso imaginário e que teima em não passar de moda. Apesar de todos os avanços tecnológicos, novas plataformas, *apps* e parafernália técnica, o sucesso de um programa de rádio parece depender em grande medida de uma equação simples: uma pessoa, as suas escolhas musicais e as histórias que tem para contar.

VA: Historicamente, de que maneira olha para os programas de rádio como parte da cultura popular?

NR: Como uma parte fundamental da cultura *pop*, sobretudo na área musical. É inegável o papel da rádio na divulgação e criação de novos artistas e ídolos, sendo parte integrante da indústria musical e, nessa medida, o papel de alguns radialistas e dos seus programas ajudou a moldar muitos dos géneros e “ondas” que ao longo dos anos foram marcando a música. Mesmo com a entrada em cena das televisões musicais, da ditadura do videoclip e do muitas vezes anunciado apocalipse da rádio, o meio soube sempre resistir e manter a sua influência. Em Inglaterra uma figura lendária como John Peel foi fundamental para o crescimento de uma série de bandas *indie* e alternativas. Em Portugal, o exemplo de António Sérgio talvez seja o mais paradigmático desta influência da rádio, já que o “Som da Frente” foi, durante muitos anos, o programa que, apesar da hora tardia a que era transmitido, alimentou várias gerações de ouvintes em busca de sons mais alternativos que dificilmente encontravam nas rádios nacionais. Tal como o Henrique Amaro, o António Sérgio foi uma figura fundamental no crescimento da música moderna portuguesa, com participação direta nas gravações de várias bandas que nasceram “apadrinhadas” pelo *slogan* “o direito à diferença”.

VA: Se possível, descreva uma situação em que a rádio, enquanto meio de comunicação, ou um programa de rádio, tenham tido particular importância no seu percurso de vida.

NR: É difícil resumir a importância da rádio na minha vida a apenas um momento ou a um programa de rádio. Enquanto adolescente, cresci a ouvir religiosamente o “Som da Frente” do António Sérgio, bem como o “Morrisson Hotel” do Rui Morrisson. Foi com eles que comecei a formar a minha personalidade radiofónica, sempre comprometido com um gosto pela música alternativa e uma certa austeridade ao microfone. Sempre me identifiquei com a ideia de deixar a seleção musical fazer a comunicação com os ouvintes,

sem grandes palestras, numa lógica muito britânica de *keep it simple*. Por outro lado, mais tarde a passagem pela TSF e, sobretudo, pela Xfm - onde convivi com muitos dos profissionais que cresci a venerar como António Sérgio, Ricardo Saló ou Aníbal Cabrita – foram momentos marcantes na minha vida e que, inquestionavelmente, moldaram a minha formação enquanto profissional de rádio. Mas, sem dúvida, a escolher um programa, teria que ser o “Som da Frente”.

VA: Enquanto profissional de rádio, de que maneira considera que a forma e/ou o conteúdo de um programa de rádio podem fazer do mesmo uma referência da cultura popular?

NR: Naturalmente, a rádio não é diferente de outros meios de comunicação e, nesse sentido, vários fatores podem contribuir para a sua afirmação como um marco da cultura popular. A capacidade de ser inovador, de se manter atualizado, de saber interpretar bem os sinais e as tendências que o rodeiam, ser genuíno e imune a pressões de terceiros, ser fiel às coisas em que acredita e, nos tempos que correm, saber utilizar as muitas ferramentas que a tecnologia, as novas plataformas e as redes sociais colocam ao seu dispor, são características fundamentais para o sucesso de qualquer programa de rádio e desejada longevidade.

VA: A Antena 3 move-se através do *slogan* "a alternativa *pop*". Na sua visão de diretor mas também de profissional de rádio, de que maneira vê a Antena 3, enquanto parte da cultura *pop* contemporânea?

NR: A Antena 3 quer afirmar-se como mais do que uma rádio. A ambição é evoluir a médio prazo para a plataforma privilegiada de entrada da cultura *pop* de cariz mais alternativo no universo da RTP. Isto significa que, tal como já acontece nesta altura, a Antena 3 tem capacidade para trabalhar de uma forma multiplataforma, desenvolvendo o seu trabalho não só na rádio, mas também na produção de conteúdos visuais que podem ser disponibilizados no seu próprio *site* e canal de televisão *web*, mas também nos restantes canais de televisão do serviço público, dessa forma reforçando a sua notoriedade. A vontade é de acrescentar mais valor e informação aos conteúdos que produz, sempre atenta às novas tendências e linguagens, aberta ao mundo, mas com uma atenção especial aos novos valores e talentos que cada vez mais emergem na cultura *pop* nacional. A Antena 3 caminha, por isso, no sentido de se transformar num projeto de media que estende a sua influência muito para além da rádio, assumindo sem complexos o seu papel de *tastemaker*, fundamental numa era de pulverização dos públicos e de avalanche quase incontável da oferta de conteúdos.

VA: Que projeções faz da rádio do futuro?

NR: Todas as teorias que tentam antecipar o futuro dos media são, normalmente, ultrapassadas ou desmentidas em pouco tempo. Acima de tudo, a rádio tem vindo a provar ao longo dos últimos anos a sua incrível resiliência e capacidade de adaptação a novas realidades. Apesar das muitas ameaças criadas pelas novas plataformas *web*, redes sociais e serviços de *streaming*, a rádio e os seus profissionais têm conseguido adaptar os seus métodos de trabalho, a sua programação e conteúdos, de maneira a conseguir manter a sua relevância no quotidiano das pessoas, explorando novas possibilidades – nomeadamente com a imagem – que transformam a rádio numa experiência cada vez mais rica e diversa. Nessa medida, penso que o fundamental para qualquer estação de rádio é não acreditar no fim da história, ou seja, manter todas as portas abertas e ter capacidade

de adaptação rápida a uma realidade mediática que muda vertiginosamente e que, por isso mesmo, nem sempre é fácil de interpretar. As certezas raramente existem, mas a rádio, melhor até do que outros meios como jornais e televisão, parece estar a conseguir lidar melhor com a permanente mutação dos media, talvez pela sua maior simplicidade técnica e capacidade adaptativa conquistada ao longo de muitas décadas e vários fins anunciados.

Sábado, 27 de Dezembro de 1980 / XV

«ROCK EM STOCK» — FM ESTÉREO

Fazer do «rock» um cavalo de batalha



— Refereu a potente máquina de publicidade que os Beatles tiveram. Aqui, na Rádio Camêlo, as coisas são bem diferentes...

— Realmente as dificuldades são sempre muitas. Aproveito, aliás, a sua presença para agradecer a muita que contribuiu a criação deste Festival alentejano. Sem dúvida, a melhor que teve no «Rock em Stock».

— É devido ao facto desta época musical ter chegado sem expectativa que se conseguiram resolver todos os problemas. As dificuldades surgiram mas não resultaram sempre as coisas dentro do previsto. Arrastaram a nossa história, por um lado, sejam: uma edição um pouco atrasada a trabalhar, mas é uma responsabilidade muito grande fazer um programa deste tipo.

As pessoas já não acreditam nas muitas dificuldades, mas elas servem de alegação à insuportabilidade desta gente.

Gajos porreiros

— Olga-nos algumas coisas da edição?

— É... bem delicado... O Bem, O Falcão é uma peça curiosa, um pequeno intelectual do distrito de Lisboa. (Risos na sala). Um gajo porreiro.

Regozo-me por já não haver crases radicais nos concertos de rock»

— Porquê? Questões políticas?

— Sim. A crença que existe nestes países é uma realidade.

Mas os que negam o «Rock»

políticos.

Como «é importante dar a conhecer» um tipo de música, e não me dizem que as pessoas não sabem inglês. Acresça que só dá-lhe a impressão de que não tem

uma porta de saída. Era um movimento pelo movimento, que foi aproveitado pela ideologia stalinista e para se esquecerem os problemas dos negros. Temos o Movimento «hippies» que é um



89



ra, em reinho foi sh pelos que é com-música sta expli-ponto de idor da

ra um amis — «uma ltura, na a série de o radioló-le almoço, tens a tua tos deram-isa a cor-m dos te-ço assim. uns anos a Alex, dos os —, sur-

companhia de Marçal, faz ainda na TSF *Aprendizes de Mecânico*, «naquela onda de garagem, onde fazíamos uma entrevista por semana. Lembro-me de falar com o Farinha [*Ocaso Épico*] ou o Zé Pedro Moura». Quando o grupo TSF cria, pouco tempo depois, o «canal juvenil» Rádio Energia, Amaro é uma das pessoas convidadas a transitar para o novo espaço, juntamente com Nuno Santos que também conhecera nos tempos da Rádio Mais. Na Energia, cabe-lhe partilhar o estúdio com Zé Pedro, guitarrista dos Xutos, na realização do programa *Johnny Guitar*: «[Nessa altura] sou um anónimo, quando a maior parte das pessoas que transitou para lá vinha da Comercial ou tinha um passado radiofónico que eu não tinha. Vinha um bocado outra vez como resposta ao "quem é o gajo que percebe

estar hoje». Ideia que Amaro mantém pela «liberdade de movimentos» de que dispõe. «Acidentalmente, quase sem querer, cheguei à conclusão de ter que rentabilizar isto numa perspectiva de utilidade pública, até pela música portuguesa». Ao 100% seguiu-se mais recentemente *Rádio Clube*, partilhado com Nuno Galopim e Nuno Calado, e que, por isso mesmo, nunca sentiu como seu. Em grande parte, confessa, porque gosta de centrar o seu tempo profissional «nas coisas que realmente batem mais no coração» e que o encontram mais predisposto a comunicar. «É isso acontece na música portuguesa em todas as suas variantes e na música brasileira. Posso dar atenção aos Micro Audio Waves e depois então vou ouvir os Tortoise. Mas não me apetece estar a falar sobre os Tortoise e estar-me a documentar sobre eles. Ao

Xana (Rádio M de transposição e Zé Pedro pass pré-Curto Circ mim; acho o m mas não na qu «magazine de a «um melhor pi televisão porre Foi também o Palco 6 da Exp sica moderna p durante as tem guintes. Também dirigiu a comp bandas portug Barreiros e Ma gital descobre- Antena 3 e Mo buto a Carlos F situações é tar do ponto de vis são encomenda maior número

Imagens 3 e 4. Recortes de imprensa da época. Excertos da entrevista de Henrique Amaro, a Gonçalo Frota.