



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Miguel Ângelo Rodrigues Midões

**O TERCEIRO SETOR DE RADIODIFUSÃO EM
PORTUGAL: MAPEAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DAS
RÁDIOS COMUNITÁRIAS**

**Tese no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação, orientada
pelo Professor Doutor Sílvio Correia Santos e apresentada ao Departamento
de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da
Universidade de Coimbra**

Dezembro 2020

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

**O terceiro setor de radiodifusão em Portugal: mapeamento
e caracterização das rádios comunitárias**

Miguel Ângelo Rodrigues Midões

Tese de Doutoramento na área científica de Ciências da Comunicação, orientada pelo Senhor Professor Doutor Sílvio Correia Santos e apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Dezembro de 2020



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

AGRADECIMENTOS

Perante um trabalho de tamanha envergadura muitos terão sido os que se cruzaram comigo e com esta investigação e que, direta ou indiretamente, para ela contribuíram. Aos que não mencionarei nas próximas linhas as minhas mais sinceras desculpas. Não significa desprezo. A traição-me o esquecimento.

Concretizar um trabalho árduo como este sem linhas mestras ou sem orientação teria sido um tormento ainda maior, provavelmente um beco sem saída. O primeiro agradecimento atribuo-o ao meu orientador, o Professor Doutor Sílvio Correia Santos, pelo acompanhamento dedicado, pelos emails que não ficaram sem resposta e as reuniões que foram sempre atempadamente marcadas, mas também pela pressão pela concretização e cumprimento de datas, pelo travão que foi preciso colocar algumas vezes e pelos alertas vários nas mais diversas vertentes: na escrita, na metodologia, no rigor da confirmação. Não obstante, um enorme obrigado pela descoberta desta área que agora me fascina: as rádios comunitárias. Somos pioneiros com esta investigação, o que só por si lhe confere um enorme grau de importância.

As minhas segundas palavras vão para a minha família. Obrigado a ti Cristiana, obrigado a ti Santiago, e obrigado a ti Ricardo. Pelas horas que vos faltei para ler, para investigar, para questionar, para publicar, para ensinar e formar. Sem a vossa estima e compreensão este processo nunca poderia ter chegado ao fim ou não teria chegado com o mesmo sabor de sacrifício e dedicação.

Na academia gostaria ainda de agradecer às Professoras Doutoradas Isabel Ferin Cunha, Maria João Silveirinha e Rita Basílio, por todos os ensinamentos partilhados e pelas palavras de encorajamento ao longo do intenso ano curricular do doutoramento (2014-2015). Neste campo, queria também agradecer aos meus colegas da Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Viseu, pelos constantes estímulos e incentivos, pelo questionamento recorrente motivado pela ansiedade em perceber qual o ponto de situação e também pelas palavras motivacionais e de encorajamento, especialmente à Cristina Azevedo, à Filipa Pereira, à Joana Martins, à Paula Lobo, ao Pedro Coutinho e à Teresa Barros.

Este doutoramento tem som. Tem o som da rádio, mas muitas das suas linhas têm também os sons do Pavilhão da Mealhada e dos treinos de hóquei em patins do Santiago e do Ricardo. Muitos olhos desviados do campo de treinos para os livros e para o computador. Tem ainda os sons das salas de espera do IPO de Coimbra.... Obrigado.

DEDICATÓRIA

Um dia ela teve um sonho. Um sonho que projetou em mim. Um dia ela disse-me que seria eu doutor pela Universidade de Coimbra. A cidade e a universidade que a fascinavam. Queria eu que nesse dia, no dia da concretização do seu sonho, que era dela e que agora também é meu, ela estivesse lúcida e me recebesse à sua porta. Com aquele sorriso, o mesmo que teve para mim toda uma vida. Estás cá, mas já partiste. Vou sempre desconhecer se lá dentro, no teu íntimo onde não chego, te vais aperceber que o sonho se transformou. Transformou-se na realidade. Consegui-o por ti e por mim, avó... A tua doença roubou-te de mim, antes que pudesses sentir o quente do meu beijo e que soubesses que era o carinho de um obrigado, avó Emília.

Estes anos foram duros. Sobretudo pelas ausências. Conciliar o trabalho da docência com o do jornalismo foi, muitas vezes, tarefa árdua. Mas onde sinto que falhei foi na família. Pelo tempo que não estive e pelas horas em que estive não estando. Concretizar este sonho e não o dedicar aos que mais amo, aos três resistentes que partilham comigo todos os dias, seria como escrevê-lo e depois rasgá-lo no final. Por isso, à Cristiana, ao Santiago e ao Ricardo.

RESUMO

Em Portugal, a rádio tem vindo a ser paulatinamente mais estudada pela academia, porém, sem que haja estudos específicos acerca das rádios comunitárias. A lei da rádio portuguesa não prevê a sua existência, mas o potencial da Internet e a massificação de ferramentas e de recursos de produção e edição de som abriu espaço à criação destas emissoras de índole comunitária que transmitem exclusivamente *online*. Por conseguinte, abordamos as rádios locais pela sua ligação com as comunidades e a sua génese de localidade, muito embora este elo esteja a enfraquecer nos últimos anos devido ao contexto económico frágil que o setor atravessa e à crescente absorção em emissões em cadeia.

A diversidade da realidade internacional é aqui caracterizada, com o intuito de melhor enquadrar a especificidade do caso português. Estas emissoras desempenham uma função social de relevo e, em muitos casos, estão previstas na lei que regula o setor da radiodifusão, recebendo apoios estatais ao seu funcionamento e estando estabelecidas como um terceiro setor de radiodifusão, alternativo aos setores público e privado.

Esta pesquisa foca-se no mapeamento das rádios comunitárias portuguesas, nomeadamente na identificação de projetos existentes e na sua caracterização, no que concerne aos seus objetivos e missão, tipo de propriedade e receitas, gestão e participação comunitária, e comunidades envolvidas na sua dinamização.

A etapa inicial desta pesquisa consistiu na realização de estudos exploratórios que permitiram identificar emissoras que se autoneavam de comunitárias, eram abertas à comunidade e transmitiam *online*. *Estes projetos são* vocacionadas para comunidades específicas e não têm registo na ERC (Entidade Reguladora da Comunicação). Concretamente, é nestas que a investigação se centra, não descurando a existência de outras que, ainda que possam ter características de comunitárias, estão identificadas como rádios locais e rádios universitárias, à luz da lei da rádio portuguesa. Excluídas ficam também aquelas que estão à margem de emissões *online*, como por exemplo as rádios-escola.

A metodologia utilizada foi mista, cruzando métodos qualitativos e quantitativos, sustentados no mapeamento como processo de investigação. Primeiramente, com vista à recolha de dados foram analisados os sites e as redes sociais em que estas emissoras estão presentes e divulgam os seus programas. Para complementar a informação recolhida por esta via, foram realizadas entrevistas a fundadores, diretores ou voluntários das rádios. Posteriormente, visando analisar a informação obtida, foi criada uma grelha, que permitiu efetuar uma análise de conteúdo e adir ao mapeamento efetuado.

Foram identificados 21 projetos *online* com potencial de rádio comunitária, entre 2015 e 2018, através da definição de conceitos primários e conceitos secundários, pesquisados em motores de busca; uma identificação complementada com recurso a pesquisa bibliográfica.

Os resultados demonstram que, ainda que tímido, existe um terceiro setor de radiodifusão em Portugal, confirmando-se a existência de rádios comunitárias. Estas emissoras não têm fins lucrativos e são criadas por grupos de cidadãos, maioritariamente sem qualquer representação legal. Conclui-se também que existe uma componente musical acentuada nas suas emissões, com programas musicais de autor ou de *playlist*. A diversidade de conteúdos é, ainda assim, significativa, com o tempo de antena a ser preenchido com programas de notícias e informação, entrevista e magazines culturais.

Motivado pela ausência do seu estatuto legal, confirma-se que as emissões são exclusivamente *online* e dinamizadas por voluntários. Evidencia-se que as rádios comunitárias portuguesas estão abertas à participação das comunidades, nomeadamente ao nível da gestão e na criação das grelhas de programas, denotando-se que a acessibilidade é, em vários casos, condicionada pelas estruturas das emissoras.

Palavras-chave: rádios comunitárias, terceiro setor, *media* alternativos, participação nos *media*.

ABSTRACT

In Portugal, radio has been slightly studied without specific investigations about community radios. The Portuguese radio law does not predict its existence, but the power of the internet and the massification of audio production and editing tools opened space for the creation of these community broadcasters that broadcast exclusively online. Therefore, we approach local radio stations for their connection with the communities and their origin of locality, although this link has been weakening steadily in recent years due to the fragile economic context that the sector is experiencing and the increasing absorption in chain emissions.

The diversity of international reality is characterized with the aim of better framing the specificity of the Portuguese case. These broadcasters play an important social role and, in many cases, are covered by the law that regulates the broadcasting sector and these radios receive state support for their operation, being established as a third broadcasting sector, an alternative to the public and private sectors.

This research focuses on the mapping of Portuguese community radio stations, doing the identification of existing projects and their characterization, concerning their goals and mission, type of property and revenues, management and community participation, and communities involved in their dynamization.

The first step of this research was to carry out exploratory studies that have allowed to identify radio projects that called themselves community radios, were open to the community, and offering online broadcasting. These projects are aimed at specific communities and are not registered in the ERC, the Portuguese Regulatory Authority for the Media. Concretely, the investigation focus is centered on these projects, not neglecting the existence of others that are identified as local radios and university radios (according to the Portuguese radio law), even though they may have community characteristics or those radios that don't have online broadcasts, such as school radios.

This study has a cross methodology, using qualitative and quantitative methods, supported by mapping as an investigation process. Firstly, in order to collect data, have been analyzed the websites and social networks on which these stations are present and promote their programs. To compile the collected information in this way, several interviews were conducted with founders, directors, or radio volunteers. Subsequently, to analyze the information obtained, a grid has been created, to make possible to perform content analysis and join the mapping carried out.

There have been identified 21 online projects with the potential of community radio, between 2015 and 2018, through the definition of primary and secondary concepts, researched in search engines; an identification complemented with bibliographic research.

The results show that, although subtle, there is a third broadcasting sector in Portugal, confirming the existence of community radio stations. These radio stations are nonprofit organizations and are created by groups of citizens, mostly without any legal representation. It was also concluded that there is a comprehensive musical component in its broadcasts, with author or music playlist programs. The content diversity is still significant, with the airtime being filled with news and information programs, interviews, and cultural magazines.

Motivated by the absence of its legal status, it has been confirmed that the broadcasts are exclusively online and hosted by volunteers. It is evident that the Portuguese community radio stations are open to the participation of the communities, namely in terms of management and in the creation of the program grids, showing that accessibility is, in several cases, conditioned by the structures of the broadcasters.

Keywords: community radio, third sector, alternative media, media participation.

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

AC - *Annan Committee*

ACEP - Associação de Cooperação entre os Povos

AID - Agência Internacional de Desenvolvimento

AMARC - Associação Mundial de Rádios Comunitárias

AM - Amplitude Modulada

ANGOP - *Angola Press*

ARKTL - Associação de Rádios Comunitárias de Timor-Leste

BAI - *Broadcast Authority of Ireland*

BBC - *British Broadcasting Corporation*

CAMA - *Community Access Media Alliance*

CBF - *Community Broadcasting Foundation*

CBAA - *Community Broadcasting Association of Australia*

CEE - Comunidade Económica Europeia

CEP - *Community Empowerment Project* de Timor-Leste

CIUEM - Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane

CMC - Comunicações Mediadas por Computador

CMC - Centros de *Media* Comunitários de Moçambique

CMFE - Fórum Europeu de *Media* Comunitários

COMCOM - *Community Communications Group*

CPLP - Comunidade dos Países de Língua Portuguesa

CRAOL - *The Community Radio Forum from Ireland*

CRC - Centro de Rádios Comunitárias

EN - Emissora Nacional

ERC - Entidade Reguladora da Comunicação

ESCS - Escola Superior de Comunicação Social

FEUP - Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto

FM - Frequência Modulada

FORCOM - Fórum das Rádios Comunitárias de Moçambique

IAC - Instituto de Apoio à Criança

MIC - *Mapping Index Card*

NFCB - *National Federation of Community Broadcasters*

NRC - Net Rádio Católica

NTIC - Novas Tecnologias da Informação e Comunicação
OBERCOM - Observatório da Comunicação
ONG - Organização Não Governamental
PALOP - Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PCBI - *Policy on Community Broadcasting Ireland*
PSB - *Public Service Broadcasting*
PSM - *Public Service Media*
RA101 - *Radio Active 101*
RC - Rádios Comunitárias
RCCV - Rádio Clube de Cabo Verde
RCP - Rádio Clube Português
RDP - Radiodifusão Portuguesa
RENARC - Rede Nacional de Rádios Comunitárias da Guiné
RER - Rádio Educativa e Rural
RL - Rádios Livres
RLC - Rádios Livres Comunitárias
RNA - Rádio Nacional de Angola
RR - Rádio Renascença
RRE - Rádio Refúgio Emigrante
RTP - Rádio e Televisão de Portugal
RUBI - RUBI - Rádio Universidade da Beira Interior
SP - Serviço Público
SPC - Sentimento Psicológico Comunitário
SPN - Secretariado de Propaganda Nacional
SPR - Serviço Público de Radiodifusão
SPRT - Serviço Público de Rádio e Televisão
TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação
TVC - Televisões comunitárias
UALMEDIA - Laboratório de *media* da Universidade Autónoma de Lisboa
UBI - Universidade da Beira Interior
UE - União Europeia

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
PRIMEIRA PARTE – ESTADO DE ARTE: CONCEITOS NUCLEARES PARA O DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS	10
INTRODUÇÃO.....	11
1. COMUNIDADE: A EVOLUÇÃO CONCEPTUAL E O ESPÍRITO COMUNITÁRIO EM SOCIEDADE.....	11
1.1 <i>Comunidades geográficas e comunidades imaginadas.....</i>	<i>15</i>
1.2 <i>As comunidades virtuais e de interesses impulsionadas pela sociedade em rede.....</i>	<i>20</i>
1.3 <i>O espírito democrático e participativo nas comunidades virtuais.....</i>	<i>23</i>
1.4 <i>Comunidade e cultura: dois conceitos interligados.....</i>	<i>27</i>
2. PROXIMIDADE: DA APROXIMAÇÃO GEOGRÁFICA À APROXIMAÇÃO AFETIVA.....	30
2.1 <i>A proximidade cultural.....</i>	<i>32</i>
2.2 <i>A proximidade digital: uma relação próxima, mas à distância.....</i>	<i>35</i>
3. EMPOWERMENT: O DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO E A PARTICIPAÇÃO EM GRUPO	40
3.1 <i>Empowerment, democracia e participação.....</i>	<i>43</i>
3.2 <i>O empowerment das comunidades.....</i>	<i>48</i>
3.3 <i>A rádio como meio de empowerment das comunidades.....</i>	<i>51</i>
4. PODER: DA CONCEÇÃO DO PODER AUTORITÁRIO AO PODER DELIBERATIVO EM COMUNIDADE.....	55
4.1 <i>O poder e a dominação no contexto de uma relação social.....</i>	<i>57</i>
4.2 <i>O poder dos media dentro das relações sociais.....</i>	<i>61</i>
5. PARTICIPAÇÃO: O ENQUADRAMENTO E A AUDIÊNCIA ATIVA.....	63
5.1 <i>A participação maximalista reforçada no ciberespaço.....</i>	<i>67</i>
5.2 <i>A mutação dos media: do poder perdido da televisão ao poder adquirido pela internet.....</i>	<i>70</i>
5.3 <i>A participação, o mundo globalizado e a mediapolis.....</i>	<i>72</i>
5.4 <i>O cidadão como criador de conteúdos no mundo digital dos media.....</i>	<i>75</i>
5.5 <i>O potencial participativo da rádio.....</i>	<i>82</i>
SEGUNDA PARTE – ENQUADRAMENTO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO MUNDO, A REALIDADE DA CPLP E O ESPÍRITO COMUNITÁRIO DAS RÁDIOS LOCAIS EM PORTUGAL	85
INTRODUÇÃO.....	86
1. MODELOS DE RADIODIFUSÃO: OS <i>MEDIA</i> PÚBLICOS E OS <i>MEDIA</i> PRIVADOS.....	86
1.1 <i>O serviço público e a rádio de serviço público.....</i>	<i>89</i>
1.2 <i>A rádio de serviço privado.....</i>	<i>92</i>
2. RÁDIO COMUNITÁRIA: UM CONCEITO DE DIFÍCIL DEFINIÇÃO.....	95
2.1 <i>Características transversais às rádios de cariz comunitário.....</i>	<i>97</i>
3. DO IMPULSO DA PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA À TRANSFORMAÇÃO DA AUDIÊNCIA EM PROTAGONISTA.....	103
4. RÁDIOS COMUNITÁRIAS E A LEGISLAÇÃO: UMA EUROPA A VÁRIAS VELOCIDADES.....	105
5. DIFERENTES CONTEXTOS MUNDIAIS PARA AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS.....	112
5.1 <i>Europa: as primeiras emissões comunitárias.....</i>	<i>112</i>
5.2 <i>África: o domínio do Estado.....</i>	<i>119</i>
5.3 <i>América do Norte: a origem indígena das rádios comunitárias.....</i>	<i>122</i>
5.4 <i>América do Sul: uma origem sindicalista e um cariz educacional.....</i>	<i>124</i>
5.5 <i>Ásia: o domínio político de um processo em construção.....</i>	<i>127</i>
5.6 <i>Oceânia: rádios comunitárias maioritariamente rurais.....</i>	<i>129</i>
5.7 <i>Síntese: uma realidade mundial dispar.....</i>	<i>135</i>
6. AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NA CPLP: A PROXIMIDADE CULTURAL COM PORTUGAL?.....	138
6.1 <i>Angola.....</i>	<i>139</i>
6.2 <i>Brasil.....</i>	<i>141</i>
6.3 <i>Cabo Verde.....</i>	<i>144</i>
6.4 <i>Guiné-Bissau.....</i>	<i>145</i>
6.5 <i>Moçambique.....</i>	<i>146</i>
6.7 <i>São Tomé e Príncipe.....</i>	<i>148</i>
6.7 <i>Timor – Leste.....</i>	<i>150</i>
6.8 <i>Síntese: a realidade das rádios comunitárias da CPLP.....</i>	<i>153</i>
8. OS <i>MEDIA</i> DE PROXIMIDADE E O SETOR DE RADIODIFUSÃO LOCAL EM PORTUGAL.....	162
8.1 <i>Caracterização das rádios locais portuguesas.....</i>	<i>165</i>
8.2 <i>A legalização das rádios locais e a ausência de regulação para o setor comunitário.....</i>	<i>168</i>

8.3 O espírito comunitário das rádios locais.....	170
8.4 A subtração da densidade local nas rádios locais.....	171
9. O TERCEIRO SETOR DE RADIODIFUSÃO EM PORTUGAL: UMA POSSIBILIDADE COM PRESENÇA MARCADAMENTE <i>ONLINE</i>	174

TERCEIRA PARTE – ESTUDO EMPÍRICO – MAPEAMENTO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS PORTUGUESAS..... 177

INTRODUÇÃO.....	178
1. PERGUNTAS DE PARTIDA.....	180
2. REFLEXÃO ACERCA DO MAPEAMENTO COMO MÉTODO DE INVESTIGAÇÃO.....	182
2.1 <i>Estratégia operacional com o mapeamento como instrumento de recolha de dados</i>	182
3. O ESTUDO DE CASO COMO MÉTODO DE INVESTIGAÇÃO.....	186
4. DESAFIO À INVESTIGAÇÃO: A EXPERIÊNCIA DO INVESTIGADOR E O CONTEXTO DA PESQUISA.....	188
5. ANÁLISE AOS PROJETOS PORTUGUESES DE RÁDIO COM ÍNDOLE COMUNITÁRIA.....	191
6. OS PROJETOS EXTINTOS E SEM VOCAÇÃO COMUNITÁRIA.....	193
7. A PRESENÇA <i>ONLINE</i> DOS PROJETOS COMUNITÁRIOS DE ÁUDIO.....	198
8. CARACTERÍSTICAS EM ANÁLISE NOS PROJETOS COMUNITÁRIOS DE ÁUDIO.....	202
8.1 <i>Apresentação, propriedade e fontes de receita</i>	204
8.1.1 - Rádio Zero.....	205
8.1.2 - Rádio Manobras.....	205
8.1.3 - Stress FM.....	206
8.1.4 - Quase FM.....	206
8.1.5 - Engenharia Rádio.....	206
8.1.6 - Rádio Aurora.....	207
8.1.7 - Rádio Autónoma.....	208
8.1.8 - ESCSFM.....	208
8.1.9 - Rádio Radical.....	208
8.1.10 - RUBI.....	209
8.1.11 - NRC - Net Rádio Católica.....	209
8.1.12 - CCFM.....	210
8.1.13 - Cascais Net Rádio.....	210
8.1.14 - Rádio Lusitânia CB.....	211
8.1.15 - Rádio Miúdos.....	211
8.1.16 - RadioActive101.....	212
8.1.17 - RRE - Rádio Refúgio do Emigrante.....	212
8.1.18 - Rádio Baixa.....	213
8.1.19 - Rádio Quântica.....	213
8.1.20 - Rádio Escuta.....	214
8.1.21 - Rádio Transforma.....	214
8.2 <i>Gestão e objetivos</i>	215
8.2.1 - Rádio Zero.....	216
8.2.2 - Rádio Manobras.....	217
8.2.3 - Stress FM.....	217
8.2.4 - Quase FM.....	218
8.2.5 - Engenharia Rádio.....	218
8.2.6 - Rádio Aurora.....	219
8.2.7 - Rádio Autónoma.....	220
8.2.8 - ESCSFM.....	220
8.2.9 - Rádio Radical.....	221
8.2.10 - RUBI.....	221
8.2.11 - NRC.....	222
8.2.12 - CCFM.....	222
8.2.13 - Cascais Net Rádio.....	222
8.2.14 - Rádio Lusitânia CB.....	223
8.2.15 - Rádio Miúdos.....	223
8.2.16 - RadioActive101.....	224
8.2.17 - RRE.....	227
8.2.18 - Rádio Baixa.....	228
8.2.19 - Rádio Quântica.....	228
8.2.20 - Rádio Escuta.....	229
8.2.21 - Rádio Transforma.....	229
8.3 <i>Alcance da emissão</i>	230
8.4 <i>Conteúdos</i>	231
8.4.1 - Rádio Zero.....	234

8.4.2 - Rádio Manobras.....	235
8.4.3 - Stress FM	236
8.4.4 - Quase FM	237
8.4.5 - Engenharia Rádio.....	238
8.4.6 - Rádio Aurora	239
8.4.7 - Rádio Autónoma.....	240
8.4.8 - ESCSFM	242
8.4.9 - Rádio Radical	244
8.4.10 - RUBI.....	245
8.4.11 - NRC	247
8.4.12 - CC FM	249
8.4.13 - Cascais Net Rádio.....	250
8.4.14 - Rádio Lusitânia CB.....	252
8.4.15 - Rádio Miúdos.....	253
8.4.16 - RadioActive101	255
8.4.17 - RRE.....	260
8.4.18 - Rádio Baixa	260
8.4.19 - Rádio Quântica	261
8.4.20 - Rádio Escuta.....	263
8.4.21 - Rádio Transforma	265
8.5 Produtores, formação dos voluntários e acessibilidade	266
8.5.1 - Rádio Zero.....	267
8.5.2 - Rádio Manobras.....	268
8.5.3 - Stress FM	269
8.5.4 - Quase FM	269
8.5.5 - Engenharia Rádio.....	269
8.5.6 - Rádio Aurora	270
8.5.7 - Rádio Autónoma.....	272
8.5.8 - ESCSFM	272
8.5.9 - Rádio Radical	273
8.5.10 - RUBI.....	274
8.5.11 - NRC	274
8.5.12 - CCFM	275
8.5.13 - Cascais Net Rádio.....	276
8.5.14 - Rádio Lusitânia CB.....	276
8.5.15 - Rádio Miúdos.....	277
8.5.16 - RadioActive 101	279
8.5.17 - RRE.....	280
8.5.18 - Rádio Baixa	280
8.5.19 - Rádio Quântica	281
8.5.20 - Rádio Escuta.....	282
8.5.21 - Rádio Transforma	283
9. SISTEMATIZAÇÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO.....	285
9.1 Resultados da análise à propriedade e receitas	285
9.2 Resultados da análise à gestão e objetivos	287
9.3 Resultados da análise aos conteúdos dos projetos	290
9.4 Resultados da análise à participação, acessibilidade e formação dos voluntários.....	295
10. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DO ESTUDO.....	299
CONCLUSÃO	308
LIMITES E CONSIDERAÇÕES FUTURAS.....	322
BIBLIOGRAFIA.....	326

ÍNDICE DE FIGURAS

O relevo da participação no estudo sobre as Rádios Comunitárias	5
As redes de relacionamento e os modelos de internet de Paul Baran	35
O estado global da democracia	46
As dimensões participativas da audiência segundo Carpentier	65
Legislação das Rádios Comunitárias na União Europeia.....	106
Distribuição das rádios comunitárias australianas no território.....	132
Fontes de financiamento das RC australianas (2007-2008)	133
Rádios Comunitárias em Timor-Leste	150
Fluxograma de inclusão/exclusão dos projetos online potencialmente comunitário.....	185
Fluxograma do Caminho Metodológico	190
Mapa da concentração dos projetos comunitários em Portugal.....	196
Âmbito dos projetos comunitários de áudio em Portugal	198
Plataformas em que comunicam as emissoras com potencial comunitário.....	291
Distribuição dos programas analisados por categorias	292
Participação da comunidade na produção de conteúdos e dinâmica das rádios	296
Pluralidade de vozes nas emissões e formação dos voluntários	297
Acessibilidade da comunidade à emissora de rádio.....	297

ÍNDICE DE QUADROS E TABELAS

Características do SPR português	92
Financiamento das Rádios Comunitárias	98
Principais características das Rádios Comunitárias	102
Ranking dos media comunitários na Europa	107
Rádios Comunitárias na União Europeia: estatuto legal e apoios públicos	117
Sistematização das realidades das RC nos seis continentes	135
Características das rádios comunitárias no espaço da CPLP.....	153
Projetos de áudio com presença <i>online</i> potencialmente comunitários.....	192
Projetos excluídos e motivos da exclusão	194
Localização dos projetos comunitários de áudio com presença online.....	195
Presença <i>online</i> dos projetos de áudio comunitários	199
Principais características das Rádios Comunitárias	203
Tipologias de programas de radio.....	232
Grelha de análise de conteúdo – Emissão, formato e plataformas de divulgação dos projetos de rádios <i>online</i> com potencial comunitário.....	233
Grelha de análise de conteúdo – Tipologias de programas e modos de produção dos projetos de rádios <i>online</i> com potencial comunitário	234
Propriedade e receitas dos projetos comunitários portugueses	286
Gestão e objetivos dos projetos comunitários portugueses	288
Resumo dos conteúdos das emissoras online com cariz comunitário.....	293

INTRODUÇÃO

O fenômeno das emissoras de rádio comunitárias tem vindo a ser analisado como uma alternativa aos sistemas público e privado de radiodifusão, assumindo diferentes perspectivas: *media* com forte vocação social, reivindicando os direitos das minorias e apresentando-se como plataformas para o desenvolvimento social ou económico, nomeadamente nos países subdesenvolvidos ou em vias de desenvolvimento (Paula, 2012) ou com uma vocação mais cultural e como alternativa aos *media mainstream*, como no caso europeu (Downing, 2011; Girard, 2002).

As instituições internacionais conferem relevância às rádios comunitárias (RC) e ao seu papel social. A União Europeia, por exemplo, fê-lo através das normativas publicadas pelo Parlamento Europeu e Comissão Europeia, pressionando os governos dos países que a compõem a legislar no sentido de enquadrar legalmente o terceiro setor de radiodifusão. A Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC) e a própria UNESCO também o têm demonstrado, através dos estudos que têm desenvolvido acerca do setor, mas também pelo apoio que têm conferido à implementação de emissoras de rádio comunitárias um pouco por todo o mundo, com especial incidência no continente africano. Estas instituições apresentam estes *media* como uma alternativa aos *media* de massas e como um fator de desenvolvimento das comunidades locais (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001).

No contexto académico, na panorâmica internacional, os *media* comunitários têm vindo a receber dedicação significativa em termos de investigação. Na Europa, no que respeita às rádios comunitárias (RC) destacamos os trabalhos de Brock & Malerba (2012), Buckley (2010), Lewis & Booth (1989), Price-Davis & Tacchi (2001) e ainda de Sicfo (2014). Na América do Sul, destacam-se os estudos de Gumucio-Dagron (2005) e Peruzzo (1998; 2009). Os estudos de Papa Dieng (2013), em África, são complementados com os trabalhos que Fraser & Restrepo-Estrada (2001; 2002) desenvolveram para a UNESCO, como um manual para as rádios comunitárias¹. São de relevo, ainda, as pesquisas desenvolvidas por Islam (2016), Malki (2006) e Seneviratne (2012) na Ásia, onde as RC são ainda uma realidade recente e pouco desenvolvida e os estudos que Order (2013) e Rennie (2003) têm vindo a desenvolver na Oceânia,

¹ Fraser, C. & Restrepo-Estrada, S. (2001). *Community Radio Handbook*. UNESCO. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595e.pdf>.

geografia onde o setor está fortemente implementado. A juntar a estes estudos mais específicos, há ainda as perspetivas gerais do setor de radiodifusão comunitária que nos chegam através de Janet Gordon (2012) e David Hendy (2002).

Em Portugal, estas rádios continuam sem um enquadramento legal, estando praticamente impossibilitadas de obter uma frequência de emissão em ondas hertzianas. Conseguem-no, esporadicamente, quando estão associadas à cobertura de um evento, em parceria com associações de cariz cultural. Assim, veem a possibilidade de emissão praticamente reduzida à transmissão *online* (Ribeiro, 2014; 2015; 2016). A comunicação de proximidade com as comunidades tem vindo a ser garantida pelas rádios locais, desde os finais do século XX, depois da organização do setor em 1988/1989. Não obstante, estas rádios vivem uma situação cada vez mais complexa, fruto das recentes políticas para o setor e das próprias características económicas do tecido que as sustenta (Bonixe, 2012; 2017, Costa, 2017; Reis, 2014).

Com a presente investigação pretendemos debruçar-nos e refletir sobre a possível existência efetiva de um terceiro setor de radiodifusão em Portugal, além dos setores público e privado. Havendo emissoras de rádio comunitárias em funcionamento, pretendemos perceber como se caracterizam, contribuindo assim para a criação de um mapa detalhado que sirva de base a uma reflexão fundamentada sobre esta realidade. Tentaremos ainda conhecer que função exercem dentro da comunidade em que se inserem e qual o seu papel dentro da radiodifusão de proximidade, abrindo espaço à voz das comunidades e das minorias.

Este estudo pretende, pois, responder a um conjunto de questões de forma a que, no final, possamos ter uma caracterização deste terceiro setor de radiodifusão, alternativo aos setores privado e público existentes e reconhecidos pela legislação. Assim, a pergunta que norteia esta investigação é a seguinte: apesar do desenquadramento legal português para este terceiro setor da comunicação, existem rádios comunitárias em funcionamento em Portugal? Havendo obtido resposta afirmativa a esta questão, importa obter dados que permitam aprofundar o estudo, através de um conjunto de outras perguntas: Quais são as suas principais características? Por que motivos não são enquadradas legalmente? Que temáticas são abordadas nas RC portuguesas? Como funcionam e qual a sua missão? Quem compõe este setor comunitário: assalariados ou voluntários? Que comunidades representam? São projetos comunitários urbanos ou rurais? E no setor da radiodifusão local: continuam as rádios locais fiéis à sua matriz de proximidade com as comunidades? O espírito de localidade

e de valorização das culturas locais está implícito ao seu funcionamento na contemporaneidade? São estas as principais questões que resultam da pergunta de partida e nas quais assenta o nosso estudo, que pretende caracterizar as condições, tipologias, objetivos e finalidades das emissoras de rádio comunitárias portuguesas, enquadrando-as na realidade internacional e no contexto lusófono.

Concomitantemente, abordaremos e analisaremos o setor radiofónico local em Portugal, tendo em conta o impacto causado pelos desafios tecnológicos e económicos dos últimos anos. As rádios locais, pela situação que evidenciámos atrás, começam a ser olhadas nos contextos profissional e académico como parte desta mesma discussão (Bonixe, 2012; Costa, 2017; Oliveira, 2017; Santos, 2015). Ainda neste último âmbito, com o presente estudo indagaremos a sua relação com as comunidades, tentando averiguar se ainda se mantém a matriz que esteve na sua génese de localidade e quais as transformações que sofreram nos últimos anos. Com esta abordagem, esperamos também contribuir para uma descrição da radiodifusão local portuguesa.

No final, depois de respondidas todas estas questões de partida, pretendemos ter concretizado o primeiro mapeamento e caracterização dos projetos de rádio com cariz comunitário em Portugal.

Teoricamente, partimos da problematização dos conceitos de proximidade (Festinger, 1964; Newcomb, 1956; Straubhar, 2003), comunidade (Anderson, 1983; Delanty, 2003; McMillan, 1996; Mesquita, 2007; Reingold, 1996), *empowerment* (Ginsborg, 2008; Hall, 2005; Perkins & Zimmerman, 1995), poder (Aristóteles, 1998; Nye, 2011; Weber, 1983), e participação (Dahlgren, 2013, Carpentier, 2017; Wheeler, 1997). Estes conceitos parecem-nos fundamentais à análise efetuada a estas estações comunitárias portuguesas. Isto porque se trata de características inerentes ao fenómeno social em análise, que denotam a sua relevância social e política. Neste conjunto de conceitos teóricos, destacamos o conceito de comunidade, quer da comunidade geográfica limitada no espaço (Delanty, 2003), quer das comunidades imaginadas (Anderson, 1983) e virtuais (Reingold, 1996), baseadas em interesses e em afinidades comuns e que estão agora mais presentes na sociedade com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Em qualquer destas realidades identificamos estações de rádio comunitárias.

As comunidades e as RC nelas inseridas estão substancialmente dependentes das relações de proximidade que se estabelecem entre os indivíduos que as compõem. Nestas relações, entendemos que possa existir uma proximidade física e de vizinhança, pautada

por experiências comuns e pela similaridade de comportamentos e atitudes (Newcomb, 1956), mas também uma proximidade à distância, baseada em relacionamentos no mundo digital, caracterizados por uma proximidade afetiva e de interesses (Barabási, 2003). Também esta proximidade é possibilitada pelas TIC e está muito presente nas comunidades virtuais.

A relação de *empowerment* que se estabelece dentro destas comunidades, independentemente de serem geográficas ou imaginadas e que surge sobretudo da participação em grupo de forma igualitária e horizontal, reforça o processo democrático (Ginsborg, 2008). Esta relação utiliza ferramentas (sendo que as RC poderão ser uma delas) e cria competências para estabelecer resistência aos sistemas de dominação implantados na sociedade (Proulx et al., 2011). A rádio, como potencial *medium* democratizante, possibilita o *empowerment*, das comunidades através da interação com os ouvintes e estabelecendo uma ilusão de democratização do meio (Meditsh, 1999). Neste processo de *empowerment* a comunicação estabelecida ocorre nos dois sentidos, na qual o recetor da mensagem é também emissor e participante ativo no processo comunicativo (Brecht, 1927).

Dentro destas comunidades, próximas geograficamente ou ligadas por afinidades em comum, também existem relações de poder. Mais do que um poder autoritário baseado numa hierarquia, privilegia-se um poder democrático, que permite o acesso e a participação de qualquer cidadão na relação de poder (Nye, 2011). Este poder pode ser móvel e multidirecional, de resiliência às instituições hegemónicas (Carpentier, 2017) e um poder individual que surge da participação mediática (Livingstone & Lunt, 1994).

Assim, as relações de poder acentuam-se, o *empowerment* social dos indivíduos reforça-se e, conseqüentemente, a proximidade entre os vários elementos de uma comunidade estreita-se quando existe participação dos indivíduos na esfera pública, na esfera social e na *mediapolis*² (Silverstone, 2006), o espaço de aparição nos *media*, proporcionado pela globalização digital e pelas tecnologias digitais. Aliás, a participação é, de todos estes conceitos, o que maior relevo recebe no desenvolvimento teórico deste nosso trabalho por estar implícito aos outros quatro enquadramentos teóricos que sustentam o estudo, como podemos observar na Figura 1, que é apresentada de seguida.

² A *mediapolis* surge proporcionada pela globalização digital e pelas tecnologias digitais, nomeadamente a internet. Trata-se de um espaço onde os *media* conseguem criar uma moralidade global, sendo que este espaço de aparição é também ora um espaço de controlo ora um espaço de resiliência (Silverstone, 2006).

O relevo da participação no estudo sobre as Rádios Comunitárias

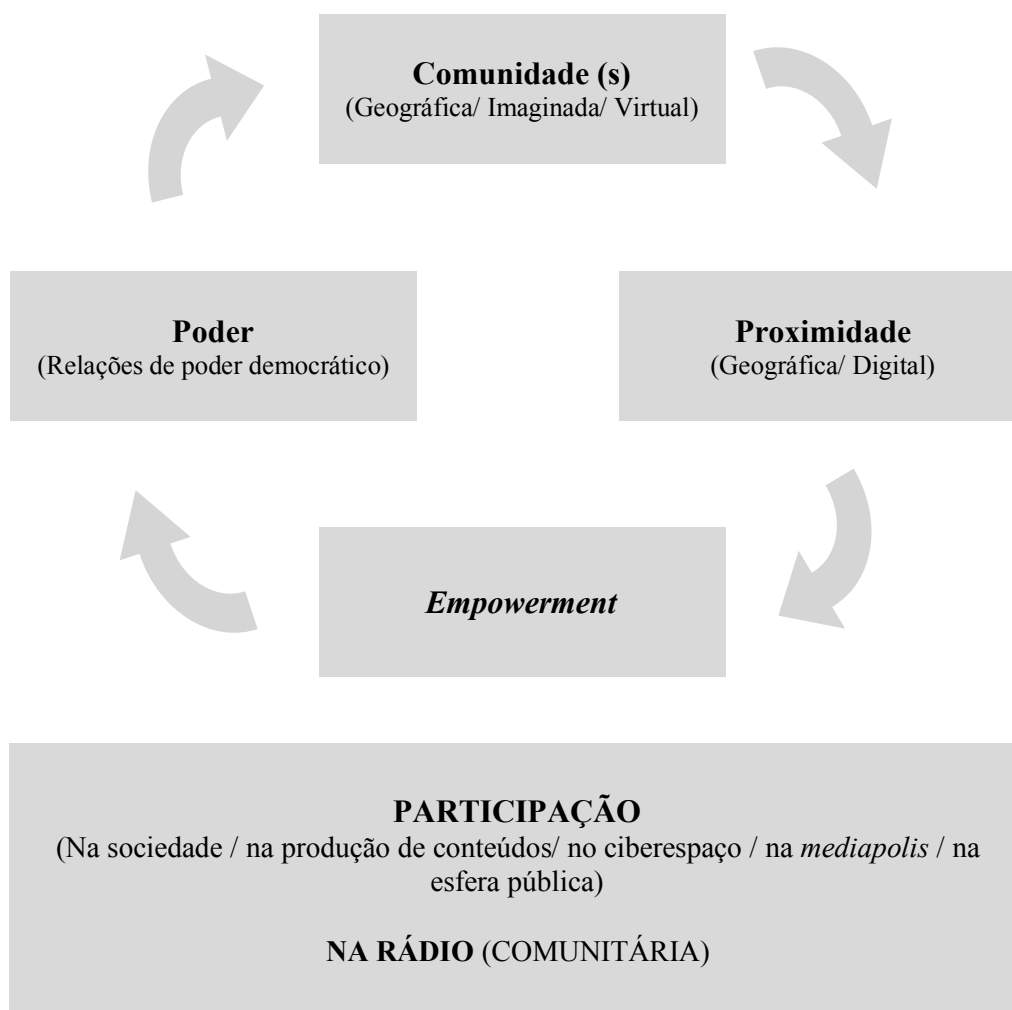


Figura 1 - A participação no estudo das rádios comunitárias como resultado do contexto de comunidade, proximidade, poder e *empowerment*. Fonte: elaboração própria.

Este fluxograma resume a necessidade desta abordagem teórica antes de partirmos para a análise a que nos propomos.

Em Portugal, como veremos posteriormente, não existem até ao momento, que seja do nosso conhecimento, quaisquer estudos com dedicação exclusiva às emissoras de rádio comunitárias. Na generalidade, desde 1997 quando foi concluída a primeira tese de doutoramento sobre rádio, este meio de comunicação tem vindo a ser analisado com um “estatuto relativamente modesto”, sendo um meio “mais ou menos negligenciado” (Oliveira, 2015, p. 239), sob várias perspetivas que não incluem um estudo pormenorizado acerca do fenómeno destas emissoras. Provavelmente, por ser um acontecimento relativamente recente em Portugal e por requerer uma análise com

alguma complexidade: ausência de regulação própria e presença digital dispersa e quase em exclusivo.

A rádio portuguesa tem sido observada, mormente, pela sua ligação à comunicação de proximidade, através dos trabalhos desenvolvidos por Luís Bonixe (2012, 2014, 2017), mas também sob o ponto de vista informativo nas notícias de rádio e nas cibernotícias (Reis, 2015), pela sua presença na *web* e pelo seu potencial interativo (Portela, 2011; Santos, 2015). Outros âmbitos de abordagem académica aos estudos da rádio são a sua componente histórica, abordada por Dina Cristo (2005), Paquete de Oliveira (1992), Paula Cordeiro (2003), Nelson Ribeiro (2002; 2005; 2014; 2019) ou Rogério Santos (2003; 2012; 2014; 2017; 2019; 2020), sem descurar as investigações realizadas por Sílvio Santos (2013) acerca do serviço público de radiodifusão. Depois, há ainda a referir as investigações que tocam a temática das RC, ainda que não com um enfoque direto, como o trabalho de Filipe Reis (2006) sobre “As comunidades radiofónicas: um estudo etnográfico sobre a radiodifusão local em Portugal”³, ou os trabalhos de Fábio Ribeiro (2013) no campo da participação do público no *medium*, e ainda os estudos que abordam a história e o impacto das rádios piratas (Costa, 2017; Reis, 2014).

A investigação portuguesa nas Ciências da Comunicação continua, modestamente, a voltar-se para a rádio. As rádios comunitárias representam uma de várias lacunas, numa área globalmente escassa. Com este estudo pretendemos, assim, colmatar este vazio.

Importa ainda esclarecer a importância social e individual subjacentes a este estudo. O desconhecimento no próprio meio radiofónico acerca dos projetos comunitários existentes e a ausência de relacionamento entre eles, uma vez que não há uma rede de rádios comunitárias nacionais, confere uma acrescida importância social a esta investigação. Idealmente, este trabalho facilitará a identificação mútua destes projetos, bem como o seu conhecimento e contacto. Não há qualquer tipo de rede, fórum, ou associação de estações de rádio comunitárias em Portugal, o que pode dever-se ao desconhecimento existente entre pares. Esperamos que este movimento possa ser iniciado após a concretização deste primeiro mapeamento e desta primeira caracterização das emissoras comunitárias portuguesas a que nos propomos.

³ Mencionada em Oliveira, M. (2015). Som em frequência moderada: cartografia dos estudos de rádio em Portugal. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários*. Pp. 239-249. Braga: CECS – Universidade do Minho.

A título individual, este tema reveste-se de extrema importância, uma vez que surge após a investigação desenvolvida na etapa académica anterior, que culminou com a dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, opção de Comunicação Pública, Política e Intercultural, concluída em 2010, na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Nesta altura, o propósito da investigação esteve centrado na participação do(s) público(s) na esfera pública e nos *media* e propôs-se averiguar o poder dos *media* e dos líderes de opinião na formação da opinião pública. Este interesse na participação cívica sai também reforçado pelo facto de o autor ser jornalista de rádio há 16 anos, tendo estado entre 2005 e 2013 ligado a uma cadeia de rádios locais na região de Trás-os-Montes e Alto Douro e sendo, desde 2014, jornalista na TSF - Rádio Notícias⁴, uma rádio nacional privada, realizando, sobretudo, reportagem de proximidade, fora dos grandes centros urbanos.

Existem significativas diferenças entre estas duas experiências profissionais ao nível da participação dos cidadãos na construção da rotina produtiva da rádio, na criação de conteúdos e na abertura às comunidades locais. A primeira experiência de oito anos numa rádio local do interior de Portugal fica marcada pela acentuada participação do público nos programas da rádio e, inclusive, na criação dos seus conteúdos e no envolvimento constante da comunidade local na programação da rádio. Esta era uma rádio aberta aos contributos da comunidade, estabelecendo uma relação de proximidade com o seu auditório, procurando realizar notícias e reportagens diretamente no local, e efetuando, com regularidade, programas em direto fora das suas instalações. Posteriormente, uma segunda experiência, desta feita numa rádio nacional, como correspondente no centro do país, tendo como principal objetivo colocar em antena histórias e acontecimentos descritivos desta região: tradições, culturas e vivências. Acresce a este trabalho a edição do programa de informação “Terra a Terra” que, embora realizado de Norte a Sul do país, pretende colocar em antena as particularidades da região onde está a ser executado. Ambos os trabalhos com marcas notórias de jornalismo de proximidade e de contacto com as comunidades locais.

⁴ A rádio TSF, embora entendida comumente como uma rádio nacional, resulta da compra acumulada de várias frequências regionais e locais, a norte, centro e sul, cobrindo a quase totalidade do território nacional. Informação obtida em Santos, R. (2005). A rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/312180678_Radio_em_Portugal_tendencias_e_grupos_de_comunicacao_na_actualidade. Consultado em julho de 2020.

Acerca das metodologias e dos métodos escolhidos para esta análise, que aqui sintetizamos, pois o caminho metodológico será pormenorizado na terceira parte desta investigação, sublinhamos que se tratará de uma abordagem com metodologia mista, quer qualitativa, quer quantitativa, com o objetivo de tornar este nosso estudo mais completo, mais sólido e mais fiável nas considerações que tecemos no final.

Após uma fase de ruptura (Quivy & Campenhoudt, 1995), baseada em leituras e entrevistas exploratórias, com vista à validação da pertinência da temática em análise, foi escolhido o mapeamento como método mais eficaz para estabelecer uma identificação e caracterização dos projetos portugueses de rádio com potencial comunitário.

Através deste mapeamento, pretende-se perceber os objetivos e missões, a programação, as equipas e os modos de funcionamento dessas emissoras. Com esta finalidade, depois de identificados os projetos, através de conceitos-chave em motores de busca, foram estabelecidos critérios de inclusão e exclusão e criadas grelhas de análise, com a finalidade de recolher e sistematizar a informação acerca destes. Esta recolha de informação foi efetuada com base na análise aos sites e redes sociais das emissoras, complementadas com entrevistas.

Este trabalho está dividido em três partes principais. Num primeiro momento, explanamos os pilares da fundamentação teórica, abordando os conceitos de comunidade, proximidade, *empowerment*, poder e participação. Posteriormente, é feita uma revisão da literatura acerca das rádios de cariz comunitário, precisamente com o intuito de estabelecer uma distinção entre este modelo de radiodifusão e os modelos público e privado, apresentando-se depois as principais características das emissoras comunitárias. Uma vez que reconhecemos que o conceito de RC é de difícil definição (Pavarala, 2015), sobretudo porque abrange âmbitos diversos e recebe abordagens distintas consoante a proveniência das estações, optamos por realizar um enquadramento destas emissoras organizado geograficamente: África, América do Norte e do Sul, Ásia, Europa e Oceânia. Neste momento, decidimos também detalhar a situação das estações de rádio comunitárias na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), o que é justificado pela proximidade cultural e linguística com Portugal. Nesta parte do trabalho analisaremos os contextos angolano, brasileiro, cabo-verdiano, guineense, moçambicano, timorense e santomense.

Considerámos essencial acrescentar ainda um momento sobre os *media* de proximidade em Portugal e as rádios locais portuguesas, uma vez que o setor da

radiodifusão local está ligado à problemática da existência de estações com vocação comunitária. A partir de uma breve resenha historiográfica, caracterizamos o setor na atualidade, com particular foco na legislação vigente, que reconhece estas emissoras como os *media* que mais próximos estão das comunidades locais.

Por fim, na terceira parte, é desenvolvido o estudo empírico que conduz ao mapeamento das RC portuguesas. Este desiderato será concretizado com recurso a pesquisas efetuadas às páginas de internet das respetivas emissoras e às suas redes sociais, complementando esta informação com entrevistas aos representantes das emissoras cuja informação *online* é insuficiente.

A parte final deste estudo será dedicada à apresentação e análise de resultados e evidências, bem como à sua discussão, apresentação dos seus limites e das possibilidades para novas investigações, que dêem continuidade ao estudo agora iniciado.

PRIMEIRA PARTE – Estado de arte: conceitos nucleares para o desenvolvimento do estudo das rádios comunitárias

Introdução

Nesta primeira parte serão apresentados os conceitos de comunidade, proximidade, *empowerment*, poder e participação, que permitem sustentar a análise às emissoras portuguesas com cariz comunitário. Esta abordagem inicia-se com a evolução conceptual do conceito de comunidade, a distinção entre comunidades geográficas e imaginadas e a possibilidade da existência de um espírito democrático e participativo nas comunidades virtuais.

No seio destas comunidades existe uma relação de proximidade entre os indivíduos que as compõem, que pode ser geográfica ou afetiva, com ligações que surgem pela partilha de tradições e costumes, que podem ocorrer presencialmente ou através dos recursos digitais.

Posteriormente, explora-se o conceito de *empowerment*, impulsionado pela participação em grupo num contexto de democracia e também o potencial da rádio enquanto *medium* que facilita esta capacitação por parte das comunidades. Depois, importa também perceber as relações de poder que surgem com os relacionamentos dentro das comunidades, abordando o poder como dominação num contexto social e também o poder que os *media* exercem nestas mesmas relações sociais.

Por fim, desenvolve-se a noção de participação e de uma audiência ativa, que pode sair reforçada no ciberespaço, proporcionando ao cidadão ser criador de conteúdos.

1. Comunidade: a evolução conceptual e o espírito comunitário em sociedade.

O suporte teórico para esta pesquisa assenta na abordagem de conceitos-chave como o de comunidade, analisando a sua evolução e as mudanças de abordagem ao longo do tempo, desde a *Polis* grega, onde a sociedade já se encontrava organizada em comunidades, até ao século XX, altura em que o interesse pelo conceito se terá intensificado (Delanty, 2009). As referências historiográficas servir-nos-ão para situarmos no tempo a construção do conceito de comunidade, pois é a construção simbólica do conceito que interessa explorar.

Este conceito tem um significativo número de definições e abordagens, dependendo do uso que lhe é dado por sociólogos, psicólogos ou antropólogos, assumindo cada disciplina o seu ponto de vista (Gordon, 2012).

Já Aristóteles, na caracterização que fazia da sociedade grega – nomeadamente da *Polis* – referia-se à sua organização com base numa comunidade (Delanty, 2009), mantendo-se este tipo de organização até ao século XVIII.

From the ancient Greeks to the Enlightenment, community expressed the essence of society, not its antithesis. For Rousseau in the eighteenth century, modern civil society was based on the Greek polis as an association of citizens. The Enlightenment idea of community encapsulated the emerging world of society. Reducible to neither the state nor to the private world of the household, community expressed bonds of commonality and sociality (Delanty, 2009, pp. 1-2).

Esta noção de comunidade não restrita ao contexto privado e familiar sai reforçada, no século XIX, depois do Iluminismo, com o desenvolvimento de disciplinas como a sociologia e a antropologia. Até esta altura, o conceito de comunidade era analisado sob o ponto de vista da ideologia política ou de um conceito normativo de sociedade – de ideal a ser alcançado, passando, nesta fase, a ser observado também culturalmente. A ideia de comunidade começa a ser entendida, sobretudo, baseada na tradição e na moral e em valores de proximidade e de afinidade⁵ (Delanty, 2009), uma definição que se manteve satisfatória e consensual ao longo de vários anos até à industrialização e urbanização do final do século XIX, inícios do século XX (Cohen, 1985). Uma relação próxima dos conceitos de comunidade e cultura que desenvolvemos posteriormente.

A partir destas perspetivas de abordagem não eram ainda tomados em consideração os contextos e relacionamentos sociais. No século XX, com o aumento da interligação entre Estado e sociedade e o aumento do peso das relações económicas, autores como Durkheim, Simmel, Tonnies e Weber advertiram que os traços característicos da comunidade não iriam resistir a esta revolução industrial e tecnológica, denotando que a vida moderna com base capitalista e o confronto de classes transformaria a comunidade num conceito “nostalgic, bourgeois and anachronistic” (Cohen, 1985, p. 12).

Contudo, pelo contrário, é nesta época que se verifica um aumento da consciência de comunidade em termos étnicos, de localismo, religião e até mesmo de classe.

A reasonable interpretation of the word's use would seem to imply two related suggestions: that the members of a group of people (a) have something in common

⁵ Gerard Delanty define estes valores como *thin values* (Delanty, 2009, p. 18).

with each other, which (b) distinguishes them in a significant way from the members of other putative groups. ‘Community’ thus seems to imply simultaneously both similarity and difference. The word thus expresses a relational idea: the opposition of one community to others or to other social entities. Indeed, it will be argued that the use of the word is only occasioned by the desire or need to express such a distinction. It seems appropriate, therefore, to focus our examination of the nature of community on the element which embodies this sense of discrimination, namely, the boundary (Cohen, 1985, p. 12).

Nesta noção de comunidade encontramos a partilha de um sentimento comum e a consciência da comunhão entre semelhança e diferença, ou seja, é a semelhança entre as características dos elementos de uma determinada comunidade que lhe permite distinguir-se das demais.

De acordo com Delanty (2009) existe ainda uma ligação religiosa com o desenvolvimento e o estudo da comunidade. Esta ideia de comunidade foi fomentada sobretudo pelo protestantismo, mais do que pela religião católica romana, que possuía uma visão da modernidade mais assente no papel das instituições, nomeadamente com maior enfoque para o Estado e para a sociedade. Embora sociedade e comunidade sejam conceitos distintos (tendo a comunidade maior autenticidade), não significa que possam ser considerados conceitos opostos, mas sim formas mútuas de sociabilidade (Delanty, 2009), como veremos adiante. Até porque, desde a modernidade, a comunidade passa a ser o que Delanty designa de *post-traditional* (2009, p. 20), ou seja, deixa de estar apenas ligada à tradição e implica também formas particulares de relações sociais, sendo entendida como um modo de pertença simbólico e comunicativo, capaz de sustentar as relações sociais modernas, mas também as tradições.

Comunidade e sociedade são objetos de análise indissociáveis, embora conceptualmente díspares (Mesquita, 2007; Weber, 1983). Uma comunidade fundamenta-se no sentimento subjetivo, do tradicional e do afetivo, onde os participantes têm vontade de se constituir como um todo (Weber, 1983), por oposição ao sentimento que se estabelece a partir da crença do carácter obrigatório, inerente ao conceito de sociedade, que permite a “coexistência de sujeitos isolados, que gozam de direitos liberais, que se tornam palpáveis na separação, no divórcio, na distância, na sociedade, na vida privada e na apatia política” (Mesquita, 2007, p. 69), numa união de interesses e de compensação desses mesmos interesses (Weber, 1983).

A comunidade pode repousar em toda uma série de fundamentos afetivos, emotivos e tradicionais: uma congregação determinada, uma relação erótica, uma relação de piedade, uma comunidade nacional, um exército unido por sentimentos

de camaradagem. A grande maioria das relações sociais partilham de parte da comunidade e de parte da sociedade (Weber, 1983, p. 98).

O espírito comunitário de uma sociedade é debilitado pela fragmentação e por quatro tipos de mobilidade presentes na sociedade: a geográfica (tendência para mudar de lugar ou de residência), a social (mudança de estatuto social), a familiar (separações ou divórcios) e a política (lealdade a movimentos, partidos ou clubes). De acordo com Mesquita (2007), pertencer a uma sociedade é um facto inevitável e obrigatório, mas o mesmo não se pode dizer em relação a uma comunidade, da qual o indivíduo faz ou não parte de forma voluntária, depreendendo-se que as comunidades são mais do que um grupo social delimitado geograficamente.

Embora dentro de uma comunidade existam relações de poder e pressões de diversas naturezas, a noção de partilha está bem presente e apresenta-se como o oposto de luta (Weber, 1983).

Só existe propriamente comunidade quando na base desse sentimento a ação está reciprocamente referida não sendo suficiente a ação de todos e de cada um face à mesma circunstância - e na medida em que esta referência traduz uma vontade de se formar um todo (Weber, 1983, p. 99).

Esta vontade de se formar um todo é facilitada quando há no seio da comunidade uma mesma linguagem, uma mesma tradição e uma mesma vizinhança, facilitando a compreensão recíproca, as relações sociais e o aparecimento de um sentimento de comunidade (Weber, 1983). Estes aspetos facilitam, mas não são fatores exclusivos. Por exemplo, a partilha de um mesmo idioma e de uma vizinhança não significam obrigatoriamente um relacionamento social, até porque o apoio mútuo e o sentimento de pertença aparecem mais facilmente com objetivos e desígnios comuns do que através da proximidade geográfica, seja ela natural ou criada. Um fenómeno que permite reconhecer a existência de comunidades relacionais (McMillan, 1996). Estas comunidades relacionais vão depois conduzir às denominadas comunidades imaginadas ou virtuais, promovidas pelas Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTIC), que desenvolvemos nos subcapítulos seguintes.

1.1 Comunidades geográficas e comunidades imaginadas

Conforme verificado anteriormente, há um movimento conceptual na ideia de comunidade que a desloca da delimitação num espaço geográfico para um conceito de comunidade sem delimitações espaciais, baseada em interesses comuns. A comunidade, que durante séculos esteve conotada com as tradições, os valores e a moral de uma determinada localidade ou espaço geograficamente delimitado, está agora relacionada com um modo de pertença simbólico e comunicativo, característico da época pós-tradicional, que foi reforçado na segunda metade do século XX. Importa, pois, que se estabeleça a distinção entre comunidade geográfica e comunidade imaginada e de interesses.

Os primeiros estudos sobre comunidades (Burns, 1976; Bell & Newby, 1971)⁶ foram realizados em Inglaterra, apenas após a segunda guerra mundial, e tendiam a analisar as comunidades no seu sentido geográfico, definindo que uma comunidade geográfica é composta por membros que partilham o mesmo espaço físico, permanecendo a ideia de comunidade ligada à ideia de localidade. No final do século XX, num estudo que desenvolveram sobre as rádios locais, Peter Lewis e Jerry Booth (1989) reforçam precisamente a associação entre estes dois os conceitos.

Embora os sociólogos tenham, entretanto, começado a olhar para a distribuição de poder e de propriedade dentro das comunidades, fora deste círculo da sociologia, a ligação entre localidade e sentido de comunidade (conotação geográfica de comunidade) permaneceram inquestionáveis, pelo menos, até ao último quarto do século passado, muito por causa do sentido de comunidade geográfica ter sido reforçado durante o período da revolução industrial, nomeadamente em Inglaterra no século XVIII, considerada como o epicentro do crescimento industrial.

Everybody is engaged in a main industry, and the modern industrial or post-industrial equivalent is often the mining community where generations stay in the same village to work down the pit (Peter & Booth, 1989, p. 91).

Esta territorialidade, ou este sentido de localidade, saiu depois acentuada durante a Segunda Guerra Mundial, uma vez que a existência de um inimigo comum durante a

⁶ As referências a Burns (1976) e a Bell, C. & Newby, H. (1971) foram retiradas da obra já referida dos autores britânicos Peter Lewis e Jerry Booth (1989). O primeiro é autor do texto *The Meaning of Community in local radio*, apresentado no sétimo Manchester University Broadcasting Symposium, e os segundos escreveram *Community Studies*, editado pela Allen and UnWin edições.

guerra ajudou a atenuar a diferença de classes existente na sociedade inglesa da altura. Contudo, os autores evidenciam que este mesmo exemplo mostra que o conceito de comunidade é mais extenso do que o seu cariz geográfico, sobretudo depois da guerra: “mutual help and a sense of belonging spring more from common overarching aims than from geographical proximity, whether natural or created” (Lewis & Booth, 1989). Este sentimento de pertença aqui referido pelos autores é mais significativo do que a proximidade geográfica para a construção de um sentido de comunidade, tendo em conta que foi durante e após a Segunda Guerra Mundial que os meios de comunicação social viram o seu maior desenvolvimento, nomeadamente a rádio e a televisão (Fabre, 1980). Deprendemos que a maior propagação destes *media* terá ajudado a impulsionar a formação das novas comunidades imaginadas.

Por sua vez, numa comunidade relacional os indivíduos não estão unidos pela mesma localidade, mas sim por “interesses comuns, profissão ou religião” (Amaro, 2007, p. 29). Assim, Price-Davis & Tacchi (2001) definem, globalmente, o conceito de comunidade como

a group of people who share a common identity, such as geographical location, class or ethnic background, or who share a special interest (Price-Davis & Tacchi, 2001, p. 55).

O estudo académico do Sentimento Psicológico Comunitário (SPC) terá começado em 1974, por intermédio do psicólogo comunitário Seymour Sarason⁷, tendo este definido que o SPC consiste no “sentimento de que somos parte de uma rede de relacionamentos de suporte mútuo, sempre disponível e da qual podemos depender” (Amaro, 2007, p. 25). Este SPC está presente nas duas tipologias de comunidades mencionadas anteriormente, uma vez que “ambas são compostas por pessoas, instituições, recursos e meios para a sua divulgação” (Amaro, 2007, p. 29). O SPC é uma orientação positiva para a comunidade cuja ausência “gera desarticulação e destrói a comunidade” (Amaro, 2007, p. 31).

David McMillan e David Chavis (1986) foram os seguidores de Seymour Sarason, tendo estudado e ampliado o seu modelo de SPC. Na obra *Sense of Community*;

⁷ Psicólogo norte-americano, investigador na área da psicologia social, considerado como o criador do Sentimento Psicológico Comunitário (SPC). Faleceu em 2010 deixando mais de 40 livros editados, entre eles *Psychology in Community Settings* (1966), e *The Psychological Sense of Community: Prospects for a Community Psychology* (1974).

Definition and Theory, propõem uma definição de sentido de comunidade composta por quatro elementos: 1) *membership* - a existência do estatuto de membro de um grupo; 2) *shared emotional connection* - a partilha de ligações emocionais; 3) *influence* - a influência que os membros exercem entre si; e 4) *integration and fulfillment of needs* - a satisfação mútua de necessidades⁸. Em síntese, uma comunidade partilha história(s), lugares comuns e experiências similares. Como explicam David McMillan e David Chavis (1986),

Sense of community is a feeling that members have of belonging, a feeling that members matter to one another and the group, and a shared faith that members' needs will be met through their commitment to be together (p. 9).

Este sentido de comunidade, relacionado sobretudo com um sentimento de pertença que abordámos anteriormente, é também defendido nos estudos de Dieng Papa (2013), que sugere que embora uma comunidade possa ser entendida como “um espaço que tem uma dinâmica e uma identidade própria, com especificidades, que desenvolvem relações de interdependência com os espaços nos quais se insere” (2013, p. 5), não deve estar confinada ao espaço geográfico, devendo abranger também o espaço das relações sociais, pois esta é o suporte de representações que constituem as ligações do indivíduo com o exterior. Trata-se de uma visão que se solidificou com o desenvolvimento acentuado das NTIC e que teve como consequência o reajustamento deste conceito, sobretudo ao nível das comunidades relacionais, muito embora possam ser notadas também transformações a nível das comunidades geográficas.

A expressão “comunidades imaginadas” surgiu pela primeira vez em 1983, através de Benedict Anderson, na sua obra *Comunidades imaginadas – Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo* – na qual, através de um estudo sobre os nacionalismos europeus e do exemplo do Estado-Nação, explica esta designação. Uma comunidade é imaginada na medida em que os indivíduos que a compõem, na sua maioria, não se conhecem, nunca se viram e, em alguns casos, nem sequer ouviram falar nos outros membros dessa mesma comunidade. Contudo, na sua mente, vivem com a imagem da existência de uma comunhão entre todos.

⁸ Dez anos mais tarde, McMillan (1996), a convite da comemoração dos dez anos da obra *Sense of community: definition and theory*, renomeou estes quatro elementos, embora lhes tenha mantido a essência, passando a chamar-lhes: (1) *Spirit* – Espírito, (2) – *Trust* – Confiança, (3) – *Trade* – Troca, (4) *Art* – Arte.

Nas comunidades imaginadas, apesar de todas as desigualdades e disparidades que existem entre os elementos que as compõem, são vários os aspetos em comum e há um sentido de comunidade causado pela “existência de um companheirismo profundo e horizontal” (Anderson, 1993, p. 25).

Todavia, referimo-nos a imaginações que compartilham interesses e que têm aspetos identitários em comum. No fundo, uma comunidade imaginada é uma comunidade de interesses, onde existe uma afinidade mútua, embora mental e imaginada. Não se baseia na interação frente a frente dos seus elementos, mas é construída por pessoas que se sentem parte de um mesmo grupo.

Além do Estado-nação como exemplo de comunidade imaginada, Benedict Anderson (1993) sustenta a sua tese também no exemplo das comunidades religiosas, que são geograficamente extensas e nem sempre próximas, referindo o Islão, o Cristianismo ou o Budismo como religiões que atravessam fronteiras e que são imagináveis por intermédio de uma “linguagem sagrada e uma escritura” (Anderson, 1993, p. 31).

Este historiador e professor na Universidade de Cornell, nos Estados Unidos da América, considerou que as comunidades imaginadas são um fenómeno da modernidade e que foi com o aparecimento da imprensa que tiveram a sua maior expansão, pois a imprensa possibilitou o desenvolvimento e consumo dos mesmos produtos culturais, possibilitando a criação de um discurso comum por parte de indivíduos geograficamente distantes.

Atualmente, os *media* são os maiores instrumentos de criação e manutenção destas comunidades imaginadas que, com o surgimento da internet e o desenvolvimento das NTIC, se transformaram também em comunidades virtuais - designação utilizada, pela primeira vez, nos anos 90, pelo professor norte-americano Howard Rheingold⁹. Em 1991, Rheingold passava duas horas por dia, sete dias por semana, ligado à rede telefónica no seu computador pessoal, participando em conversas públicas e trocando correspondência por correio eletrónico, tendo sido pioneiro na observação e análise das comunidades virtuais.

Esta sua atitude, admite, causava ainda estranheza nesta altura, podendo transmitir uma ideia fria e distante de comunidade, pois esta estava apenas acessível através de um

⁹ Neste capítulo debruçamo-nos substancialmente sobre a perspetiva de Howard Rheingold, por este ter sido pioneiro na utilização do conceito de comunidades virtuais. Howard Rheingold é o autor do livro *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*.

computador. Contudo, Rheingold salienta como a passagem do tempo foi contrariando essa ideia.

Depressa constatei a emoção que o correio eletrônico e as transferências podem causar, tendo-me, inclusivamente, deixado contagiar. Interesse-me pelas pessoas que vim a conhecer desse modo (...).

Não sou o único a sentir essa ligação emocional a um ritual tecnológico aparentemente sem vida; milhões de pessoas de todos os continentes participam em grandes grupos sociais por intermédio de computadores, conhecidos por comunidades virtuais, e o seu número está a crescer rapidamente (Rheingold, 1996, p. 13).

Constatamos hoje que o autor estava certo ao vaticinar este crescimento. Rheingold debruçou-se sobre este contexto ainda nos anos 90, observando a criação de laços sociais e o estreitamento destes no seio da comunidade virtual, numa espécie de evolução social acelerada, em que os internautas fazem na comunidade virtual aquilo que fazem na vida real, embora desprendidos dos seus corpos e constatando que milhões de pessoas se sentem “atraídas, mesmo viciadas, pelas comunidades unidas por computador” (Rheingold, 1996, p. 16).

Esta atração não demove a existência de relacionamentos fora do espaço digital, mas os relacionamentos *online* são mais fortes e persistentes do que os relacionamentos estabelecidos *offline*, como denota Phillip Howard (2011).

Since the beginning of the internet, communities have formed around games, art, entertainment, politics, and hobbies. Massively multiplayer online games draw in millions of users to join guilds, live in alternative worlds, and interact in digital media. Sometimes such communities have offline interactions, but political chat rooms and dating forums provide a strong virtual community (Howard, 2011, p. 65).

Estas comunidades virtuais especialmente dinâmicas e vibrantes, também pela possibilidade que conferem de criar ligações a lugares que não estão geograficamente próximos, permitem a partilha em rede de interesses comuns, possibilitando um maior suporte social dos sujeitos envolvidos nessa mesma comunidade.

1.2 As comunidades virtuais e de interesses impulsionadas pela sociedade em rede

O novo contexto social e o novo paradigma da informação (tecnológica) e da comunicação mediada por computador, resultado das novas dinâmicas trazidas pela constante mudança tecnológica, têm contribuído para o estabelecimento de uma nova configuração social, a sociedade em rede, que tem permitido o significativo desenvolvimento das comunidades virtuais (Castells, 2010).

Uma dessas mudanças, por exemplo, prende-se com a identidade do indivíduo. Até então a construção da identidade era baseada na raça, religião, classe ou nação, e com base no consumo cultural local ou de proximidade. Agora, na sociedade em rede, facilitada pelo papel dos *media* digitais, existe um maior controlo pessoal da produção e do consumo de cultura, ou seja, cada indivíduo é mais ativo na escolha da sua proximidade cultural, assumindo também um papel ativo na criação de conteúdos e na possibilidade de assumir múltiplas identidades (Howard, 2011).

Digital media create a space of cultural flows that makes territorially distant places feel nearby. Cultural value and cultural capital¹⁰ come through connection to the network (...) what we know of other cultures very much depends on their connection to the network (Howard, 2011, p. 72).

Esta ligação à rede de relacionamentos criou uma dinâmica social, que Castells (2010) resume como

Networks constitute the new social morphology of our societies, and the diffusion of networking logic substantially modifies the operation and outcomes in processes of production, experience, power, and culture (2010, p. 500).

¹⁰ O *Capital Social* está presente em três áreas fundamentais: na economia, na cultura e na sociedade. Como *Economic Capital*, Pierre Bourdieu refere que se trata daquele que está diretamente relacionado com dinheiro e que se converte neste de forma imediata, que pode ser institucionalizado através dos direitos de propriedade. O *Cultural Capital*, que em determinadas situações se converte também em capital económico, e que pode estar representado pelas qualificações educacionais. E, por fim, o *Social Capital*, que advém das conexões sociais e que põe estar representado, por exemplo, através de um título social, sendo que também pode ser reconvertido em capital económico. Resulta das relações sociais existentes na *network* entre as várias instituições sociais. Estas relações existem, em sentido prático, através de trocas simbólicas ou materiais que ajudam a sustentar um relacionamento. Este relacionamento pressupõe a existência de proximidade, quer no espaço geográfico, quer no espaço económico e social simbólico. O volume deste capital social depende da intensidade das relações neste *network* entre instituições sociais e na intensidade de capital económico, cultural e simbólico que se consegue produzir (Bourdieu, 1986, pp. 46-58).

Nesta sociedade em rede, onde predomina a partilha de informação em rede(s), é permitido e facilitado aos indivíduos que satisfaçam os seus interesses reforçando a ligação cultural com aquilo que mais valorizam e não apenas com as instituições e culturas *mainstream*. Desta forma, o consumo cultural do indivíduo, sobretudo o cidadão cosmopolita, não está dependente da sua localização. Ou seja, o consumo cultural que vai ditar a criação da sua identidade cultural é mais amplo e diverso, sendo pautado por um caminho que foi escolhido pelo próprio indivíduo e pela identidade criada a partir das relações que este estabelece nas novas redes de relacionamento digitais. Esta escolha é influenciada pelos *media* digitais.

It is a complex process that allows us to be much more deliberative about how we produce and consume cultural content, because digital media force us to make editorial choices of ourselves (Howard, 2011, pp. 82-83).

Todavia, na sociedade em rede, a combinação de conteúdos globais e locais, com os quais as comunidades têm mais afinidades, a exploração sem fronteiras de novas culturas e a criação de afinidades transnacionais levam a que esta nova identidade cultural seja encarada como um processo de análise complexo.

Em suma, é explícito que na contemporaneidade, os cidadãos se agrupam virtualmente consoante as suas necessidades, afinidades e até mesmo de acordo com o seu consumo cultural. Segundo Isabel Ferin (2008), a convergência tecnológica e a evolução das plataformas digitais têm permitido colocar a informação ao serviço de comunidades dispersas, realizando informação de proximidade, tornando-a acessível em “tempo real e imediato”, reforçando o sentimento de pertença e de comunidade, sem exclusividade geográfica (2008, p. 386).

Ancoramo-nos em Parks (2011) para enumerar algumas das características que são necessárias para a formação de comunidades imaginadas no mundo digital (comunidades virtuais). Primeiro é preciso aquilo a que chama de *ability to engage* – que pode ser considerado o empenho isolado de cada elemento da comunidade e o contributo que dá em prol da mesma, sendo um teste essencial à autenticidade desta. De seguida, está dependente da ação coletiva – o grupo pensa como uma comunidade, sendo que cada um se identifica com esta. A partir do momento em que o indivíduo se sente como elemento de determinada comunidade é necessário que haja partilha de informação – uma comunidade virtual precisa que haja uma partilha regular de

informação, como se de um ritual se tratasse. Por último, esta partilha deve ir além de uma regular troca de informação, deve existir um forte nível de interação.

No século XXI, quem acede à informação apenas pelos meios convencionais (os chamados *media* tradicionais) desconhece, não quer utilizar, ou não tem acesso a todo um universo de novas culturas emergentes das redes informáticas e fica à parte das transformações que estas provocam na vida do indivíduo enquanto agente social, em virtude das suas experiências sociais, políticas e, de uma forma geral, devido ao seu contacto com a informação na *web*.

A tecnologia que torna possível a existência de comunidades virtuais pode aumentar consideravelmente o ascendente do cidadão comum a um custo relativamente baixo: ascendente intelectual, social, comercial e sobretudo ascendente político. Contudo, a tecnologia não concretiza sozinha o potencial interventivo, sendo necessário que as suas capacidades latentes sejam conduzidas deliberada e inteligentemente por uma população esclarecida. (Rheingold, 1996, p. 17).

No entanto, nesta nova realidade e nestas novas redes que surgem nas plataformas digitais continuam a ser os *media* quem dita as regras de relacionamento e de interação (Howard, 2011).

Media provides the rules of social interaction, it is where we find power concentrated and exercised, it is what we use to build social capital for ourselves, and it is what we use to spend that social capital over our life course. Digital Media provides not just the infrastructure, but the structure of our lives” (2011, p. 108).

Acresce ainda o facto de existir a possibilidade de controlo e censura das comunidades virtuais por parte dos poderes político e económico, à semelhança do que acontece com os meios de comunicação de massa (Parks, 2011), até porque a sociedade em rede é uma sociedade capitalista (Castells, 2010).

Um dos caminhos para contornar este controlo exercido pelos *media* e pelos poderes económico e político pode passar pelo empenho do indivíduo e pela sua frequência de participação e interação neste tipo de comunidades imaginadas, que são reforçadas pela sociedade em rede e pelas NTIC (Parks, 2011)¹¹. Para que esta interação

¹¹ Tomemos como exemplo o estudo que Malcom Parks (2011) realizou acerca das redes sociais *MySpace* e *Facebook*, tendo concluído que estas plataformas, não sendo comunidades por si só, permitem facilmente a criação destas comunidades virtuais, compostas por grupos sociais que possuem fortes qualidades psicológicas e culturais de comunidade, sem proximidade física, onde os elementos não

ocorra é preciso que sejam definidos lugares públicos comuns a toda a comunidade, que nas comunidades virtuais poderão ser *sites* ou páginas, aos quais os membros acedem regularmente, criando um sentido de coesão comunitário (Parks, 2011). Resumidamente, estamos perante uma comunidade virtual se os elementos que a compõem estiverem empenhados numa ação coletiva.

A group might qualify as a virtual community if its members engaged in collective action, shared in rituals, had a variety of relational linkages, and were emotionally bonded to others in a way that conferred a sense of belonging and group identification (Parks, 2011, pp. 117-118)

As NTIC colocam à disposição da população ferramentas que permitem a criação de comunidades virtuais e que potenciam o impulso da participação, mas uma vez que esta participação está dependente do empenho e da vontade individual importa aprofundar os motivos e processos associados à participação social através das plataformas digitais.

1.3 O espírito democrático e participativo nas comunidades virtuais

Todos os anos aumenta o número de utilizadores da internet¹², de pessoas a criarem e a escreverem blogues, a participarem em fóruns de discussão *online*, a partilharem informação, fotos, música, vídeos. O desenvolvimento do *online* e o crescimento do número de grupos de discussão durante a década de 90 do século passado renovou o interesse à volta do conceito de comunidade (Parks, 2011) e introduziu o conceito de comunidade virtual (Howard, 2011), como vimos anteriormente.

O desejo de comunicar e partilhar conteúdos nas redes sociais tem sido a chave de sucesso no crescente acesso à internet e na utilização dos telemóveis para fazê-lo, o que só é possível com o desenvolvimento constante das NTIC, que potenciam estas comunidades imaginadas e virtuais, de interesses partilhados (Ferin, 2008).

dependem uns dos outros para a satisfação das suas necessidades básicas, mas sim para a partilha dos seus interesses comuns e afinidades.

¹² Dados avançados pela empresa *Netapp*, em 2016, mostravam o balanço do consumo de dados digitais entre 1995 e 2015. Em 1995, apenas 0,1% da população mundial consumia dados digitais através da internet. Em 2007, o número de população que utilizava a internet subiu para 20,6% a nível mundial. Em 2014, já 40,4% da população mundial tinha acesso à internet e usava esta ferramenta. Consultado obtidos em: <http://www.itchannel.pt/news/redes-and-telecom/20-anos-de-dados-informaticos->

A quantidade de projetos em colaboração que podem ser desenvolvidos *online* é significativa e a formação de comunidades neste espaço é constante e versa sobre os mais diversos assuntos, possibilitando o surgimento de movimentos sociais em apoio de uma causa comum, estendendo o seu impacto para o *offline*, influenciando as atividades do mundo real (Gauntlett, 2011). Viver em comunidade é um dos principais objetivos do Homem, que o faz ao estabelecer relações familiares, por questões de trabalho, de amizades ou até de saúde, tentando preservar a sua liberdade individual e os seus valores pessoais (Gauntlett, 2011). A esta necessidade intrínseca em estabelecer ligações a comunidades soma-se a vontade de produzir e de partilhar o que produz, sobretudo agora com a facilidade de acesso às tecnologias digitais e à internet. As pessoas dispensam tempo a produzir conteúdos porque podem ser participantes, ativas e reconhecidas perante uma comunidade.

It is common that they wish to make their existence, their interests, and their personality more visible in the contexts that are significant to them, and they want this to be noticed. (...) creative projects, especially when either online, or offline but linked via online platforms, are invaluable for human happiness. (...) Communication, exchange, and collaboration in the production of everyday life, ideas, and community, is much more rewarding (Gauntlett, 2011, pp. 222-223).

O desejo de ligação e de comunicação com o outro, especialmente *online*, com o intuito de uma participação ativa na comunidade é explicitado por David Gauntlett (2011) como algo que conduz à felicidade e à realização pessoal.

A participação virtual é facultada pelas Comunicações Mediadas por Computador (CMC), uma vez que, o desejo interior de pertença a uma comunidade, associado à perda de espaços públicos na vida quotidiana e a formas de interagir inovadoras, fazem destas comunidades e do espaço virtual um pólo de atração. As pessoas começam por participar porque se sentem atraídas pela qualidade da informação e pela diversidade de perspetivas que encontram *online*. No entanto, é a evolução do grupo de discussão para um patamar de interação social mais complexa, com o aparecimento do sentimento de pertença e de amizade entre os membros, que leva à manutenção dessa comunidade virtual (Baym, 2000) e ao aparecimento de novas conceções de vizinhança e de comunidades (Ferin, 2008). Estas novas comunidades, interligadas em redes de interesses surgem, sobretudo, devido à incorporação das novas tecnologias nos *media* e nos dispositivos eletrónicos. Por exemplo:

O desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação e da informação geraram as televisões por satélite – ligando comunidades em diáspora – e a internet, que fundou comunidades globais, agregadas em torno de interesses partilhados (Ferin, 2008, p. 381).

Nestas comunidades de interesses, os *media* são, muitas vezes, a plataforma que permite o contacto entre os membros que as compõem e esta interação comunitária através dos *media* gera valorização social (Gordon, 2012) e proporciona também a construção de capital social¹³ (Bourdieu, 1986) no seio da mesma. Exemplo disso são as rádios comunitárias.

Community radio brings people together physically within the station premises, but by broadcasting to a distinct audience, whether a geographic community or a community of interest, a linguistic or migrant community or a group of people that is in some way marginalized, the station may provide social capital, social worth and ultimately social gain to that community (Gordon, 2012, p. 2).

Esta mudança social proporcionada pela participação em comunidade através dos *media* impulsiona a participação do indivíduo a três níveis: individual, relacionamento interpessoal e político. Quando a mudança ocorre a nível individual alteram-se as perceções, os pensamentos, as personalidades. Estas alterações podem ocorrer em termos intelectuais ou em aspetos materiais e emocionais. Depois, essa mudança pode ocorrer ao nível das relações interpessoais, ou seja, das amizades, do surgimento de uma nova capacidade de comunicação multilateral, de muitos para muitos, da criação de um bem coletivo, de capital social, capital intelectual e de comunhão. Por fim, esta mudança ocorre ainda a nível político – com a combinação do poder da comunicação e do poder material. Nesta última mudança, o papel assumido pelos meios de comunicação é preponderante, sobretudo nas sociedades democráticas. O conhecimento que os governados têm sobre as questões que os afetam estava dominado pelos *media* de massa, que ocupavam a esfera pública, no entanto, o atual uso corrente das CMC está a alterar esta situação, porque o indivíduo tem agora “capacidade para desafiar o monopólio dos poderosos meios de comunicação detidos pela hierarquia política e talvez assim revitalizar a democracia dos cidadãos” (Rheingold, 1996, p. 28), possibilitando que as CMC estimulem e revitalizem a esfera pública¹⁴. Luís António Santos (2015) refere que,

¹³ Cf. nota de rodapé n.º 10.

¹⁴ A noção de esfera pública será mais explorada posteriormente no capítulo dedicado à participação e aos espaços privilegiados da participação. Cf. Habermas (2006).

através da internet, todos têm “as mesmas condições de acesso, oportunidade e conhecimento pré-adquirido – para que se constituam como participantes plenos em comunidades de interesses partilhados” (p. 190).

Contudo, este mesmo instrumento pode ser controlado e manipulado de forma imprópria. Aquilo que pode ser a versão utópica de uma *Agora* eletrônica pode também adquirir a imagem sombria de um local menos utópico – o panóptico¹⁵, a que se refere Michel Foucault (1995), na obra *Discipline and Punish*.

This enclosed segmented space, observed at every point, in which the individuals are inserted in a fixed place, in which the slightest movements are supervised, in which all events are recorded, in which an uninterrupted work of writing links the centre and periphery, in which power is exercised without division, according to a continuous hierarchical figure, in which individual is constantly located, examined and distributed among the living beings. (1995, p. 197).

A rede mundial de telecomunicações constitui uma espécie de panóptico sem torre de vigilância, sobretudo desde o aparecimento da internet, onde paira uma vigilância digital invisível e onde o cidadão é observado sem dar conta disso.

Em suma, as NTIC e o uso que os *media* têm vindo a fazer destas tecnologias favoreceram o aparecimento e desenvolvimento das comunidades imaginadas, ancoradas num sentimento de pertença e afinidade comum (sem que os membros que compõem a comunidade tenham obrigatoriedade de interagir fisicamente dentro do mesmo espaço geográfico), conduzindo à produção e valorização de uma cultura comum.

Se dentro deste espaço geográfico-territorial existe uma partilha de experiências reforçando a existência de uma cultura em comum, apoiada em elementos de ordem histórica, religiosa ou linguística (Peruzzo & Volpato, 2009), perante as condições globalizantes do mundo, as pessoas tendem a agrupar-se em organizações comunitárias, envolvidas num sentimento de pertença, que gera uma entidade cultural comunal (Castells, 1999).

Sendo a cultura um aspeto inerente às comunidades, quer geográficas, quer imaginadas ou de afinidade, detalha-se a seguir o cruzamento destes conceitos.

¹⁵ *Panóptico* é a prisão perfeita, proposta no século XVIII pelo inglês Jeremy Bentham, com uma estrutura arquitetónica que permite que apenas um guarda consiga controlar todos os prisioneiros, fazendo-os agir julgando que estão em permanência vigilância.

1.4 Comunidade e cultura: dois conceitos interligados

Mais do que desenvolver exaustivamente o conceito de cultura, porque não é esse o propósito deste nosso estudo, o objetivo deste subcapítulo é o de explicar que estando os conceitos de cultura e comunidade interligados, ambos se transformam, adaptam e evoluem cronologicamente.

Tomando como suporte que a cultura pode ser uma das características diferenciadoras de uma determinada comunidade (Anderson, 1993), importa detalhar e explorar esta conceção e ensaiar um cruzamento com aquilo que até aqui foi desenvolvido. A partilha de uma cultura comum entre os indivíduos é um dos aspetos que está na base da formação das comunidades imaginadas e das comunidades virtuais. Nestas comunidades, este sentimento de cultura comum está relacionado com aspetos psicológicos, como ideias, sentimentos, mas também com o carácter intrínseco de sociabilidade (Anderson, 1993; Parks, 2011).

Esta noção, tal como referimos anteriormente acerca do conceito de comunidade, enquanto objeto de investigação e pesquisa, é transversal a várias ciências sociais. O estudo da conceção de cultura é compartilhado por diversas disciplinas, como a sociologia, a antropologia, a história ou a crítica literária (Thompson, 1993).

No sentido etimológico da palavra, cultura vem do latim *cultura*. Significa o “ato e efeito de cultivar” (Gonçalves, 1998) e, até meados do século XIX, a sua terminologia esteve ligada a civilização, servindo ambas as aceções para descreverem um processo de desenvolvimento humano¹⁶.

Embora as primeiras discussões sobre cultura tenham surgido no século XVIII, por intermédio de filósofos alemães (Thompson, 1993), foi em 1871 que Edward B. Taylor formulou o primeiro conceito de cultura: “um complexo unitário que inclui o conhecimento, a crença, a arte, a moral, as leis e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (Gonçalves, 1998, p 3).

Esta definição remete-nos para a conceção descritiva de cultura descrita por John Thompson (1993). Uma abordagem que surgiu com o aparecimento da antropologia nos finais do século XIX e na qual cultura se refere a um conjunto de valores, crenças,

¹⁶ Sobretudo nas sociedades francesa e inglesa. John Thompson (1993) contrapõe com a utilização das duas palavras (cultura e civilização), por parte da sociedade alemã, onde eram inclusive encaradas como opostas. Cultura tinha uma conotação positiva e civilização uma conotação negativa.

costumes, convenções, hábitos e práticas características de uma sociedade em particular ou de um período histórico¹⁷.

À medida que a sociedade se foi transformando ao longo destes dois séculos, também o conceito de cultura foi sofrendo alterações, tal como aconteceu com o conceito de comunidade. Hodiernamente, esta definição é moldada pela forma como a produção e circulação (de cultura) têm estado a crescer “irreversiblemente atrapadas en procesos de mercantilización y transmisión que ahora poseen un carácter global” (Thompson, 1993, p. 182).

A conceção clássica de cultura, que nos foi trazida por Thompson (1993), refere-se ao desenvolvimento intelectual e espiritual das faculdades humanas. Este era também o princípio da *Polis* grega, que mostra como já há mais de dois mil anos as sociedades estavam estruturadas e organizadas em comunidades. Era precisamente na *Polis* enquanto comunidade que se procurava o desenvolvimento intelectual e a melhoria das faculdades humanas (Delanty, 2009).

A segunda transformação da noção de cultura ocorre na mesma altura em que surge uma mudança de entendimento em relação à sociedade (século XVIII) e, conseqüentemente, em relação à comunidade. É então que a comunidade passa a ser entendida como um grupo social reunido à volta de valores e tradições comuns, justamente quando a cultura assiste a uma mudança de paradigma com a introdução de novas noções antropológicas, ancoradas nos valores, nas crenças e nos costumes.

Este cruzamento permite observar que, até ao século XVIII, os conceitos de cultura e comunidade são intrínsecos ao conceito de sociedade e sofrem evoluções e mutações em paralelo, tal é a sua correlação, sendo que é através da proximidade geográfica, de afinidades e de interesses que se gera a proximidade cultural (Delanty, 2009).

Atualmente, as transformações provocadas pela nova era digital estão a mudar também este conceito de comunidade fortemente ligado à proximidade geográfica. A proximidade, antes estritamente ligada à geografia e encarada como algo físico, logo às comunidades geográficas, é hoje olhada também como uma proximidade cultural e

¹⁷ O sociólogo refere uma conceção clássica anterior a esta descritiva, uma conceção simbólica, contemporânea à descritiva e uma conceção estrutural, esta última já posterior e de relevo para a comunicação de massas. Os fenómenos culturais são interpretados como formas simbólicas em contextos estruturados, nomeadamente a contextualização social. E é inserido no contexto social de transformação e de desenvolvimento, a que se assistiu após o período de industrialização, que Thompson esclarece como a comunicação de massas é mais do que uma questão de tecnologia e produção, sendo também uma questão de formas simbólicas e expressões significativas nas sociedades modernas (Thompson, 1983, p. 181).

virtual, proporcionada pela emergência das redes de relações digitais, que estão presentes nas comunidades imaginadas (Barabási, 2002).

No próximo capítulo tentaremos perceber como evoluiu o conceito de proximidade e onde se ancora atualmente nos novos territórios digitais.

2. Proximidade: da aproximação geográfica à aproximação afetiva

A utilização que é dada ao termo “proximidade” teve a sua primeira abordagem científica na área das ciências económicas. Ainda no século XIX, Von Thunen analisou os efeitos da proximidade tendo em conta as vantagens da localização e Marshall investigou ao pormenor a vantagem da proximidade de localização entre empresas, nomeadamente entre fornecedor e produtor (Torres, 2003).

Todavia, interessa-nos explorar a noção de proximidade dentro das relações sociais, de natureza individual, especialmente de índole comunitária, onde são estabelecidas redes nas quais os indivíduos se relacionam, quer à distância, quer em proximidade. Com vista a alcançar esse fim focar-nos-emos no caminho percorrido pela psicologia social, pois é neste campo de investigação que surge, através da doutrina de Gestalt¹⁸ (Hamlyn, 2017), o “Princípio da Proximidade”. Um princípio que consiste na tendência que os indivíduos possuem para estabelecer relações sociais com aqueles que lhes são mais próximos (Brownie, 2006).

Mais tarde, na segunda metade do século XX, e já envolvendo os estudos sobre as atitudes, analisando o comportamento de uma pessoa em relação a outra, são Theodore Newcomb e Leon Festinger quem se debruça sobre o aprofundamento deste princípio¹⁹. Newcomb (1956) explica que a atração entre indivíduos acontece primeiramente devido ao aspeto motivacional e afetivo, que nos leva a manifestações simples de atração, como por exemplo à vontade expressa através de uma atitude positiva em passar determinado tempo com uma pessoa. Esta atração positiva entre indivíduos ocorre quanto maior for o grau de afinidade entre eles²⁰. Newcomb traz-nos o exemplo da proximidade que se cria no seio familiar.

Adults generally have the strongest attraction toward those children, and children toward those adults, with whom they are in most immediate contact – which is to say, their own children and their own parents. And this commonly occurs, let me

¹⁸ A Teoria de Gestalt funda-se na ideia de que o todo é mais do que a simples soma das partes. Os objetos são percebidos pela sua estrutura global e não pelo somatório das partes. Os seus principais representantes são Max Wertheimer, Kurt Koffka, Kurt Lewin e Wolfgang Köhler. Nesta teoria, analisada por D. W. Hamlyn nos anos 50 do século passado, surgem seis princípios, entre os quais encontramos o princípio da proximidade: os elementos do campo perceptivo que estão isolados tendem a ser considerados como grupos ou como formas secundárias (Hamlyn, 2017).

¹⁹ O primeiro, através da Teoria da Atração e o segundo desenvolvendo a Teoria da Dissonância Cognitiva e a Teoria da Comparação Social.

²⁰ No original pode ler-se *propinquity*, que optámos por traduzir por afinidade, tendo em conta que surge como sinónimo de *proximity*, mas algo mais afetivo, com maior envolvimento por parte dos indivíduos.

remind you, in spite of the fact that neither parents nor children choose each other (Newcomb, 1956, p. 575).

Contudo, e mesmo que estes estudos tenham sido desenvolvidos antes do aparecimento da internet e das relações proporcionadas pelo mundo digital, não significa que à distância (geográfica) não possam existir formas de atração. Pelo contrário, Newcomb ressalta esse aspecto nas suas teorizações. Faz notar que podem existir, mas a interação e a frequência com que decorrem é crucial para o grau de aproximação para com o outro e para que surja um sentimento de atração que conduza a essa proximidade. Também a recompensa recíproca num relacionamento é o que permite a continuidade do mesmo e a proximidade entre indivíduos.

Não obstante, para que haja essa recompensa mútua e a respetiva proximidade entre indivíduos é essencial que tenham interesses comuns e complementares (que requerem comportamentos independentes), experiências comuns partilhadas e similaridade de comportamentos e atitudes. Todo este processo deve ainda ser enriquecido com troca de informação, uma vez que a comunicação é crucial para fortalecer o processo de interação, com a partilha de interesses comuns e atitudes recíprocas (Newcomb, 1956).

Esta última evidência parece-nos relevante para o estudo que aqui desenvolvemos, tendo em conta o valor que a rádio, mais concretamente as rádios comunitárias, pode assumir no processo de interação e de atração entre indivíduos, podendo ser o canal privilegiado para a troca de informações entre os agentes envolvidos. “Communicators tend to become more similar to each other, at least momentarily, in one or more respects, than they were before the communication” (Newcomb, 1956, p. 578)²¹.

Os estudos comportamentais sobre a atração recebem os contributos da Teoria do Reforço, de Byrne, notando a necessidade da existência de um reforço positivo numa relação a pares, mas também os contributos da Teoria da Troca de Gahagan, relacionada com a metáfora económica do “custo-benefício”, ou seja, numa relação entre indivíduos ambos têm de investir no relacionamento, mas também ambos têm de sair a ganhar.

²¹ Porém, além dos estudos de Newcomb aqui detalhados, e que o próprio aprofunda em 1961, com um estudo em repúblicas de estudantes e que reforça que as atitudes semelhantes entre indivíduos são um forte fator de atração, há outros que foram desenvolvidos nas décadas seguintes, sobretudo a partir dos anos 80, envolvendo também as questões da personalidade e da auto-estima como fatores determinantes para a aproximação entre indivíduos.

Outro aspeto que parece estar relacionado com a proximidade e afinidade entre indivíduos é a componente cultural. Na realidade, quando existe uma proximidade cultural entre os sujeitos, tende a existir uma tomada de decisão idêntica, baseada em afinidades culturais, tais como: a língua, a etnia, a religião, entre outros aspetos (Ksiazek & Webster, 2008).

2.1 A proximidade cultural

A proximidade cultural é um conceito multidimensional. As primeiras análises da proximidade cultural nos *media* foram realizadas por De Sola Pool, em 1977, mas a elaboração deste pensamento é atribuída a Joseph Straubhar²² (Ksiazek & Webster, 2008).

À semelhança do que acontece com o estudo do conceito de proximidade, a proximidade cultural é também uma noção que é primeiramente desenvolvida no contexto das teorias económicas e do imperialismo cultural, nas quais se explicita a existência de um fluxo cultural de sentido único, com origem nos países mais ricos e sendo os destinatários os países mais pobres. A este fluxo está subjacente o princípio da qualidade de produção superior daqueles que têm supremacia orçamental para o efeito. Todavia, na história mais recente, esta tendência tende a atenuar-se com a emergência de centros de produção cultural periféricos, como o México, o Brasil ou Hong Kong, (Ksiazek & Webster, 2008).

Os estudos de Ksiazek & Webster (2008) demonstram precisamente este aspeto. Os dois autores desenvolveram um estudo, no Texas (EUA), no qual analisam os hábitos de consumo de rádio e televisão em pessoas com diferentes *backgrounds* linguísticos e culturais no seio da comunidade hispano-americana de Houston, concluindo que a língua e o seu domínio e a proximidade cultural para com os programas de índole hispânica influenciaram o comportamento das audiências. Neste mesmo estudo é dado como exemplo o facto de a comunidade chilena preferir conteúdos mexicanos em detrimento dos conteúdos americanos. Este facto demonstra que existe uma tomada de decisão baseada na proximidade cultural e corrobora o significado atribuído ao conceito de proximidade cultural por Straubhar (2003), que o define como “a tendência para preferir

²² Professor de Comunicação no departamento de Rádio e Televisão, na Universidade do Texas, em Austin.

conteúdos dos *media* da sua própria cultura ou o mais similar possível com a sua cultura” (p. 85). Portanto, evidencia-se que conteúdo e seu respetivo consumidor têm de estar no mesmo espaço geolinguístico e cultural, como sugerem Ksiazek & Webster (2008). “In order for the content to best resonate with cultural dispositions of viewers, the content and the viewer must exist in the same *cultural linguistic* or *geolinguistic space*” (2008, p. 486).

Conquanto a língua possa representar um forte fator de proximidade cultural não é condição exclusiva. Esta ideia está também amplamente interligada com os conceitos de capital cultural e capital social, apresentados por Pierre Bourdieu²³, uma vez que o grau de proximidade cultural varia consoante as condições sociais do indivíduo (Ksiazek & Webster, 2008).

A proximidade cultural é uma disposição ou uma tendência para, de certa forma, se apropriar de características do capital cultural, uma vez que se fundamenta nos mesmos pilares (Straubhar, 2003). No pilar da educação, por exemplo, que é a principal base do capital cultural, sobretudo no ensino básico em que existe uma dedicação quase exclusiva ao ensino da língua e em que a família e a escola são os agentes responsáveis pela criação das primeiras redes sociais de interação do indivíduo.

Straubhar (2003) mostra-nos com o exemplo brasileiro como as classes mais pobres tendem a criar redes de interação mais localizadas e de proximidade cultural maior, por comparação com as elites, que estão mais expostas às redes globais e cosmopolitas.

At one extreme, we see that lower-class audiences have very localized networks that stress localized cultural capital and a very localized version of cultural proximity, preferring local music to national music, for example. At another extreme, elites often have family and school networks that are global, leading them to direct personal experience with global friends and contacts, perhaps to minimize cultural proximity, acquire a more globalized sense of personal identity, and pursue what they see as more cosmopolitan or global media choices (Straubhar, 2003, p. 86).

Há ainda outros aspetos do capital cultural que se refletem na relação do indivíduo com a cultura. Por exemplo, as proximidades culturais baseadas nas deslocações territoriais. A crescente mobilidade territorial pode conduzir à desvalorização da cultura

²³ Cf. nota de rodapé n.º 10

local com a qual o indivíduo tinha uma relação mais próxima, privilegiando-se a cultura e os interesses globais. Depois, os próprios *media* devem ser considerados como uma das fontes de desenvolvimento do capital cultural, uma vez que interferem com valores e ideias que influenciam a escolha dos próprios conteúdos mediáticos. Dentro da diversidade cultural dos conteúdos mediáticos, os indivíduos continuam a preferir os que lhes são mais próximos culturalmente e com os quais sentem mais afinidades culturais (Karim, 2011).

Straubhar (2003) lista um conjunto de afinidades culturais, que criam formas de capital cultural e de proximidade cultural.

Linguistic commonalities, shared religious histories, gender roles, moral values, common aspirations, common histories with colonialism, shared art forms, shared music forms, similar forms of dress, character types and stereotypes, and ideas about genre, storytelling, and pacing. Perceived cultural similarities also might include ethnic types, gender types (discussed earlier), dress, style, gestures, body language, and lifestyle. Perceived cultural relevance seems to include news and discussion topics, definitions of humor, familiar stars and actors, and audience knowledge about other lifestyles. Images and values include perceptions of other countries and peoples, opinions or evaluations of them, and values about marriage, family relationships, importance of material goods, work, and where and how to live (Straubhar, 2003, pp. 88-89).

Esta extensa lista de aspetos possíveis de aproximação e afinidade cultural demonstra como o conceito é multidimensional, mas também como são diversos os aspetos pelos quais os indivíduos de uma mesma comunidade, geográfica ou virtual, se podem sentir atraídos para uma inter-relação, interagindo e partilhando informações.

Não obstante, mostra também como pode ser complexa a definição de proximidade cultural.

Clearly, cultural proximity is a complex notion with a great many dimensions. As a result, scholars have described cultural proximity as existing on multiple levels, corresponding to multiple layers of an audience member's identity (Ksiazek & Webster, 2008, p. 487).

Esta proximidade cultural, pelas suas mais diversas afinidades demonstradas anteriormente, esteve ao longo de muito tempo limitada no espaço. No entanto, com as possibilidades abertas pelo desenvolvimento dos transportes, dos meios de comunicação

e, mais recentemente, da comunicação digital e sem fronteiras, doravante altera-se a forma de estar e de se relacionar com os outros, emergindo uma nova rede de relações (Barabási, 2003), como veremos de seguida.

2.2 A proximidade digital: uma relação próxima, mas à distância

Nesta parte do estudo interessa-nos perceber como a proximidade deixa de ser apenas física e se estabelece também em termos de afinidades e de interesses. Uma proximidade diferente, que sai reforçada com o desenvolvimento dos meios de comunicação e, sobretudo, com o aparecimento da internet e da era digital.

Quando, após a Segunda Guerra Mundial, em pleno período da Guerra Fria, Paul Baran²⁴ iniciou a pesquisa para criar um espaço seguro de partilha de informações, que deu origem àquilo que hoje conhecemos como internet, idealizou três modelos de funcionamento, o centralizado, o descentralizado e o distribuído, que observamos na Figura 2.

As redes de relacionamento e os modelos de internet de Paul Baran

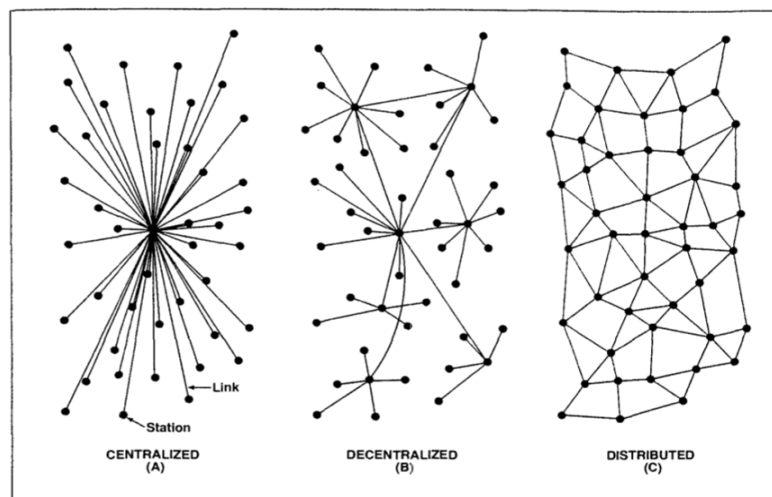


Figura 2 - Modelo centralizado, descentralizado e distribuído que Paulo Baran criou para a internet. Fonte: Barabási (2003, p. 145)

²⁴ Paul Baran foi um dos inventores da rede de comutação (a interligação de dois ou mais pontos entre si) de pacotes. A possibilidade de um ataque nuclear soviético em 1959 conduziu a que fosse solicitado a Paul Baran a criação de uma forma que permitisse a sobrevivência do sistema de informação militar perante um destes possíveis ataques. Depois de descrever detalhadamente as debilidades do sistema de informação militar norte-americano, Baran começou a desenhar um sistema que, mesmo perante um ataque nuclear, fosse possível a quem estivesse fora da área do ataque, ter acesso às informações contidas no sistema, tendo chegado aos três modelos possíveis: centralizado, descentralizado e distribuído (Barabási, 2002).

Tendo considerado que os modelos centralizado e descentralizado eram ambos mais vulneráveis a ataques, Paul Baran assentou a conceção da internet numa estrutura distribuída, com base numa arquitetura em malha, ou seja, o cenário clássico de crescimento de uma rede de contactos, que se expande *node by node*²⁵. Esta forma de expansão é mesmo a primeira condição necessária para o crescimento desta rede, sendo que a segunda condição é a de que haja ligações preferenciais dentro dela.

Este modelo distribuído tornou a internet num espaço ilimitado de inter-relações, fragmentado em comunidades, que determinam o nosso comportamento no universo *online*, praticamente impossível de mapear e com impacto em tudo: desde a simples navegação baseada em escolhas pessoais até à própria democracia (Barabási, 2003). Um espaço heterogéneo, no qual se formam comunidades de interesses, onde a proximidade que existe entre os elementos de uma mesma comunidade é a proximidade digital.

These are websites brought together by a joint idea, hobby, or habitat, forming communities of shared interests. Jazz enthusiasts form a well-defined web-based community, but so do bird-watchers. Religious fundamentalists in eastern Europe share virtual space with their ideological counterparts in the United States. Antiglobalization activists in Europe join forces with their peers in Japan to coordinate strategies and activities (Barabási, 2003, p. 170).

É notória esta nova noção de proximidade que a *web* trouxe consigo e que proporcionou o potencial de criação de novas comunidades, as comunidades virtuais, que já definimos e desenvolvemos anteriormente. Contudo, este universo que a internet estabelece poderá trazer problemas na identificação destas mesmas comunidades, acima de tudo devido à ausência de fronteiras na *web* entre estas e, concomitantemente, devido à sua dimensão, que pode variar consideravelmente.

Far from being a homogeneous sea of nodes and links, the web is fragmented into four continents, each of which hosts many villages and cities that appear as overlapping communities. Any of us willing to take up a virtual presence belongs to one or several of them. To be sure, we are far from fully understanding this fire structure of the web (Barabási, 2003, p. 178).

²⁵ Optou-se pela expressão original sem tradução, uma vez que nos parece que a expressão “nó a nó”, em português, pode ter um entendimento demasiado redutor.

A era do digital proporciona novas inter-relações entre o sujeito e o território virtual, tendo criado um paradigma informacional, no qual o cidadão, até aqui receptor e consumidor de conteúdos, se transformou num emissor e produtor de conteúdos (Burton, 2005). Esta realidade altera a forma de estar em sociedade e estabelece novas redes de convivência.

De acordo com Ferreira, Canseiro & Rodrigues (2010), o Homem encontra novos territórios no espaço digital, redefinindo a sua vivência diária, alterando modelos comportamentais, formas de estar e ainda de relacionamento com os outros.

As redes tornaram-se assim territórios onde milhões de pessoas se cruzam, utilizando-as como uma extensão da sua personalidade e de uma forma intensiva e como poderosos instrumentos de comunicação e utilizando as suas verdadeiras identidades (Ferreira, Canseiro & Rodrigues, 2010, n.p.).

Estas novas geografias que surgem com o digital podem simplesmente ocorrer por modas, mas também por fatores culturais, económicos, religiosos e linguísticos, entre outros (Ferreira, Canseiro & Rodrigues, 2010). Estes novos grupos de pessoas surgem ligados em organizações comunitárias, unidos por um sentimento de pertença e, em muitos casos, até de uma identidade cultural comum, que pode existir se partirmos do pressuposto de que estes elementos partilham interesses, uma cultura ou uma subcultura comum (Castells, 1996).

Esta partilha de uma identidade cultural, estabelecida através de relações virtuais independentemente da localização geográfica da pessoa, é obtida pela emergência de uma nova rede de relações próximas à distância (Barabási, 2003).

Ao contrário das relações de laços fortes (Granovetter, 1973)²⁶, mais próximas, mais íntimas e estabelecidas no mesmo núcleo entre indivíduos que se movem no mesmo

²⁶ Mark Granovetter é um sociólogo norte americano que, ainda antes da era digital, tentou perceber como perante uma situação de procura de emprego os sujeitos utilizavam a sua rede pessoal de ligações para conseguir um novo emprego. Granovetter entrevistou dezenas de funcionários para perceber quem os tinha ajudado a encontrar emprego e concluiu que, na maior parte dos casos, a ajuda tinha partido apenas de um conhecido e não de um amigo próximo. Granovetter analisou a interação social a pequena escala, numa visão micro, mostrando a força dos laços interpessoais e como estes podem influenciar os fenómenos macro, como por exemplo a coesão social. O sociólogo define a força de um laço social como “a combination of the amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confounding), and the reciprocal services which characterize the tie” (Granovetter, 1973, p. 1361).

Estas redes de inter-relações podem agora ser também transportadas para o mundo digital. Os indivíduos ligam-se entre si e, por sua vez, cada indivíduo está ligado a outros indivíduos conhecidos e pertencentes a outros círculos. Esta ligação é estabelecida através de laços débeis, que apesar de tudo são cruciais nas inter-relações, pois concedem ao indivíduo a possibilidade de comunicar com o mundo fora das redes de relações mais próximas. (Barabási, 2003; Granovetter, 1973; Kaufman, 2012).

círculo de contactos, as relações de laços fracos (Granovetter, 1973), estabelecidas fora das redes de relações mais próximas, mais distantes e débeis, permitem o acesso a novas informações e a exposição a outro tipo de conteúdos.

Weak ties, often denounced as generative of alienation, are here seen as indispensable to individuals' opportunities and to their integration into communities; strong ties, breeding local cohesion, lead to overall fragmentation. Paradoxes are a welcome antidote to theories which explain everything all too neatly (1973, p. 1378).

Existe um desejo inato do Homem em formar *clusters* de relacionamentos, que lhe proporcionem familiaridade, segurança, intimidade e referências na tomada de decisão, verificando-se que esta sociedade, organizada em *clusters* e estudada no século XX por Granovetter, está refletida no espaço digital e os nós de interligação entre os indivíduos estão presentes em muito maior número. Quanto maior for o número de vínculos que o indivíduo estabelece com a sua rede, com base em “laços fortes” e “laços fracos”, maior será a consistência da sua tomada de decisão (Granovetter, 1973). Na era da digitalização, com a formação das comunidades virtuais, proporcionou-se o crescimento das redes de “laços fracos”, nas quais as ligações entre indivíduos são estabelecidas através de vínculos que não requerem interações constantes e são baseadas numa relação “mais fluida e menos conectada, na qual não há intimidade, reciprocidade ou mesmo confiança” (Kaufman, 2012, p. 209).

Contudo, tal como no mundo das inter-relações de proximidade física, no mundo virtual estes laços fracos desempenham um papel fundamental porque são “propagadores de inovações, difundindo referências e experiências, facilitadas pela tecnologia que amplia o acesso e acelera as interações com um maior número de pontos de contacto” (2012, p. 210).

Em resumo, o ponto mais forte das ligações mais fracas é o acesso facilitado à informação sem fronteiras, através da diversidade de redes a que o indivíduo pertence, mesmo que os pontos de comunicação sejam esporádicos e mesmo que as decisões mais importantes continuem a ser tomadas com base nas experiências vividas nas relações de laços fortes.

As comunidades, que surgem através de proximidade digital à volta de interesses e de causas comuns, mostram-nos que a internet é hoje um universo muito mais vasto do que aquilo que alguma vez Paul Baran antecipou aquando da sua criação, crescendo

sobretudo mais rápido do que aquilo que alguma vez se pensou e tendo-se transformado num instrumento político, quer de governos, quer de empresas, tendo sido legitimada por utilizadores de todo o mundo. À volta do digital resgatou-se a ligação e os laços de proximidade, possibilitando este universo o retorno do comunitário e do comunitarismo, levando a que a discussão das redes digitais implique também a discussão do conceito de comunidade (Spenillo, 2015), como aliás já foi desenvolvido no primeiro ponto.

No mundo contemporâneo, a existência social está centrada nas plataformas digitais e nos espaços virtuais, criando-se uma vida paralela neste meio, que assume atualmente um papel crucial na vida coletiva, uma vez que as redes virtuais que se formam neste espaço desenham uma nova estrutura do saber, da comunicação e da informação (Spenillo, 2015).

Estabelecendo a ponte com o próximo capítulo, que será focado no desenvolvimento do conceito de *empowerment*, considerado por Perkins e Zimmerman (1995) como o processo em que os sujeitos ganham controlo das suas próprias vidas e participação democrática no seio da sua comunidade, é importante explorar que a digitalização abriu novas oportunidades para as lutas sociais e o surgimento de grupos de protesto.

Em suma, o digital permite também estender as ligações entre indivíduos e grupos para além do geográfico, como já foi visto anteriormente, uma vez que, sobretudo nas redes sociais, se formam grupos de interesses comuns e de contrapoder, marcados pela resistência ao poder hegemónico. Estes novos espaços digitais podem permitir alcançar um novo patamar das democracias participativas, nos quais a comunicação se desencadeia de forma horizontal e aberta (Camponez, 2015; Esteves, 2007; Rodrigues 2007; Ferreira, 2012). Não obstante, deve ressaltar-se que os hábitos enraizados da diferenciação, da distinção ou de desigualdade já estabelecidos fora do digital podem ser transferidos para o mundo virtual (Spenillo, 2015).

As redes de proximidade digital podem proporcionar caminhos emancipatórios, através do acesso livre aos recursos tecnológicos, muito embora seja necessária a observação de que, para além de ter à sua disposição os meios para esta emancipação, é essencial que exista por parte do indivíduo a predisposição para usar estes recursos de modo “livre, emancipado e partilhado” (Spenillo, 2015, p. 111). Aliás, trata-se de um fator crucial de *empowerment* das comunidades, segundo Laverack (2005), como veremos de seguida.

3. *Empowerment*: o desenvolvimento comunitário e a participação em grupo

Os estudos sobre o *empowerment*²⁷ começaram na área da psicologia em 1974, sob o ponto de vista da psicologia comunitária. A construção do conceito inicia-se nos anos 70, por influência dos movimentos de autoajuda e cristaliza-se com os movimentos que pretendem afirmar os seus direitos de cidadania, nos anos 90 (Klebar & Wendausen, 2009). Neste hiato de tempo de cerca de 50 anos, houve vários fatores que influenciaram o movimento do *empowerment*, nomeadamente a expansão da conceção de cidadania, a emancipação de grupos oprimidos, o reforço das democracias participativas em algumas geografias e o crescimento dos grupos de autoajuda (Pinto, 2001).

Desde o último quartel do século passado que se tem verificado um interesse crescente neste conceito²⁸ que, resumidamente, consiste na atribuição de poder à população através da troca de conhecimentos, com vista à resolução de problemas e à prevenção de dificuldades futuras (Pinto, 2001), empoderando os sujeitos em aspetos cognitivos, afetivos e comportamentais (Klebar & Wendausen, 2009). Todavia, devido à elevada frequência com que é tido como referência para as rádios comunitárias em vários pontos do globo e tratando-se de um dos pilares teóricos deste nosso estudo, importa detalhá-lo um pouco mais, especificando, pelo menos, as suas dimensões individual e coletiva. Dentro desta última é importante que se distingam ainda os níveis organizacional e comunitário.

Este crescendo de interesse, que se revela nos finais do século XX, mostra que o *empowerment* se tornou um tema fundamental e *mainstream*, quer na psicologia, quer, pela primeira vez, no âmbito de outras áreas como a sociologia, o serviço social, as ciências da educação ou as ciências da comunicação²⁹. O *empowerment* tornou-se essencial para entender o desenvolvimento do indivíduo, das organizações e das comunidades, ligando as forças e competências individuais e o comportamento proativo do indivíduo à política e mudança social.

²⁷ Ao longo deste estudo opta-se pelo termo original em inglês e não pela tradução comum em português (empoderamento), bastante utilizado no Brasil, por considerarmos ser uma definição simples e que não abarca todas as características inerentes ao conceito, uma vez que são mais complexas do que apenas do empoderamento dos cidadãos.

²⁸ Entre 74 e 86 foram referenciados 96 artigos científicos que sinalizavam a existência da palavra *empower* no título ou no *abstract*. Entre 1987 e 1993 foram enumerados 686 artigos de jornais científicos e 283 capítulos em livros. (Perkins & Zimmerman, 1995).

²⁹ Atualmente, este conceito tem sido mais desenvolvido noutros quadrantes, como é o caso do marketing e da gestão e administração de empresas, mas é do nosso interesse focarmo-nos na sua raiz psicossocial.

Numa dimensão individual, Perkins e Zimmerman (1995) referem que o *empowerment* é mais do que uma construção psicológica tradicional, muitas vezes comparado e confundido com autoestima, autoeficácia, competência ou mesmo com a noção de controlo. Contudo, acrescentam que pode ser considerado o processo pelo qual as pessoas ganham controlo das suas próprias vidas e participação democrática no seio da sua comunidade.

Empowerment oriented interventions enhance wellness while they also aim to ameliorate problems, provide opportunities for participants to develop knowledge and skills, and engage professionals as collaborators instead of authoritative experts (Perkins & Zimmerman, 1995, p. 570).

A teoria do *empowerment* sugere ainda que as ações, as atividades e as estruturas possam ser *empowering*³⁰, sendo que este processo inclui a participação dos indivíduos nas organizações comunitárias. Esta visão mais coletiva de que o *empowerment* orienta para a solução de problemas, criando oportunidades de encontrar soluções em conjunto é primordial para o desenvolvimento do estudo que se pretende com esta investigação. As definições apresentadas, até ao momento, são também coincidentes em relação à visão do *empowerment* como um processo contínuo centrado na comunidade local, envolvendo o respeito mútuo, a reflexão crítica, o cuidado e a participação em grupo, através da partilha e do acesso igualitário às fontes e ao controlo (Perkins & Zimmerman, 1995).

Esta dimensão coletiva, com a participação nas organizações comunitárias, pode ser concretizada a dois níveis: a nível organizacional e a nível comunitário. Em termos de organização, esta participação inclui as tomadas de decisão coletivas e uma liderança partilhada, evidenciando o pluralismo e a existência de coligações organizacionais, enquanto ao nível comunitário, a participação concretiza-se através do acesso coletivo à governação e às entidades presentes na comunidade, como por exemplo os *media*. Em ambos os níveis se pressupõe a junção de esforços coletivos para alcançar objetivos, para obter acesso às fontes e uma análise crítica do ambiente sociopolítico, não sendo a simples junção de indivíduos isolados, quer ao nível organizacional, quer ao nível comunitário. “At the community level, empowerment refers to collective action to

³⁰ *Empowering* – capacitantes, dando possibilidade aos cidadãos de refletirem criticamente sobre determinado assunto, tendo acesso à partilha livre da sua opinião.

improve the quality of life in a community and the connections among community organizations” (Perkins & Zimmerman, 1995, p. 571).

Assim, o *empowerment* torna-se significante quando assume uma dimensão coletiva. Tal acontece quando os indivíduos pensam por eles próprios, mas fazendo parte de uma comunidade e de um coletivo de atores sociais, capaz de intervir eficientemente na esfera pública. A coexistência destas duas condições leva ao poder coletivo democrático para agir, sendo que, como poderemos observar mais à frente, as rádios comunitárias poderão ser um meio para atingir esta finalidade.

Proulx, Heaton, Choon e Millette (2011) corroboram a ideia de que o *empowerment* é a capacidade de agir por parte dos atores sociais, sendo que esta capacidade é influenciada pelo estatuto de dominador e de dominado³¹. Segundo os mesmos autores, o *empowerment* pode ser interpretado também como o poder para agir. Uma ideia que se aproxima mais do conceito filosófico de Spinoza, o maior teórico sobre o poder de agir (Proulx et al., 2011), e que o relaciona com a predisposição humana para a ação, independentemente da posição que o indivíduo ocupa na sociedade. Assim sendo, o primeiro é um poder de participação institucional e o segundo é um potencial virtual inerente ao indivíduo ou ao grupo.

Whereas a definition of empowerment as a capacity to act reduces it to the capacity of (dominated) actors to resist the system of domination that constrains them, a definition of empowerment as a power to act suggests greater competency, allowing individuals to formulate effective criticism and thus, to alter the course of reproduction of social world” (Proulx et al., 2011, p. 15).

Em suma, cremos que a definição de *empowerment*, cruzando as dimensões e níveis que desenvolvemos anteriormente, pode ser ensaiada da seguinte forma, de acordo com Pinto (2001).

Um processo de reconhecimento, criação e utilização de recursos e de instrumentos pelos indivíduos, grupos e comunidades, em si mesmos e no meio envolvente, que se traduz num acréscimo de poder psicológico, sociocultural, político e económico, que permite a estes sujeitos aumentar a eficácia do exercício da sua cidadania (Pinto, 2001, p. 247).

³¹ Este estatuto de dominador e de dominado é desenvolvido por Pierre Bourdieu na sua *Teoria da Dominação*. O dominado apenas reconhece as capacidades que o dominador lhe permite reconhecer, ficando o *empowerment* reduzido a uma abordagem de dimensão institucional. Este domínio influencia as capacidades afetivas, psíquicas e intelectuais do indivíduo dominado (Proulx et al., 2011).

Do mesmo modo que a relação de *empowerment* e os *media* com a participação ativa na produção de conteúdos informativos implica a ativação de recursos cognitivos e organizacionais, que conduzem ao *empowerment* do cidadão. Este envolvimento ativo do indivíduo melhora a forma e consistência das identidades sociais e políticas, “potenciando o desenvolvimento de competências que levam à participação em diferentes jogos de poder” (Gomes, 2007, p. 210) ou em processos em que os indivíduos lutam por si e pela sua autonomia e autodeterminação, empoderando-se a si mesmos (Friedman, 1996; Wallerstein, 2006).

Sendo esta temática de elevada importância para o estudo que desenvolvemos acerca das rádios comunitárias (RC) em Portugal, é pertinente que se perceba que contextos são propícios ao surgimento e desenvolvimento de *empowerment*. A democracia apresenta-se como o regime político e de governação mais conducente ao desenvolvimento de situações de *empowerment*, embora dentro do sistema democrático possa haver formas de exercício de democracia mais capacitadas do que outras para o seu incremento, como perceberemos de seguida.

3.1 *Empowerment*, democracia e participação

A *retórica do empowerment* (Ginsborg, 2008) visa a necessidade de ouvir as pessoas e envolvê-las em processos de decisão. É uma forma de colocar os cidadãos em diálogo com as forças políticas, em pé de igualdade e de respeito mútuo, conduzindo à transformação da classe política. Tal só é possível em contexto político de democracia, uma vez que o ideal deste regime está fortemente conotado com a liberdade, o poder de decisão individual e o direito a desempenhar um papel igual na decisão da condução de destinos comuns. De acordo com John Gastil (1993), democracia significa igualdade civil e social, abarcando também a noção de pluralismo e diversidade cultural, permitindo diferentes perspetivas e estilos de vida e a coexistência pacífica e respetiva integração de diferentes grupos sociais. A democracia representa ainda “a cohesive community of people living and working together and finding fair, nonviolent ways to reconcile conflicts” (1993, p. 5).

A participação empoderada é estudada em contexto de democracia e, conforme Archon Fung (2004), está assente em três pilares: o envolvimento cívico, o pragmatismo e a deliberação. Por sua vez, John Dewey (1946) considerava que a participação, o *feedback* participativo, social e criativo, eram as bases da democracia, muito embora

criticasse a estagnação e inabilidade política para permitir a existência desse envolvimento e o respetivo *feedback* necessário. Durante um longo período, apesar de existirem os meios, as ligações recíprocas da esfera social e da esfera política estiveram perdidas.

Embora tenha havido um interesse manifesto em fazer renascer este pragmatismo deweniano em relação ao problema do público e da sua participação na política, a verdade é que continua a levantar-se a questão de como Estado e sociedade podem estar “pragmaticamente reconectados” (Fung, 2004, p. 16).

Baseado na ideia defendida por John Stuart Mill (1980) na obra *Considerações sobre o governo representativo*, a função deliberativa existe para que um grande número de pessoas, organizadas em grupo, possa representar melhor o todo do que apenas um indivíduo.

Ouvir e debater com outras pessoas, frequentemente de opinião oposta, auxilia os cidadãos e os seus representantes a crescerem e a estabelecerem uma ligação adequada entre *talking and doing*, o discutir e o fazer (Ginsborg, 2008, pp. 69-70).

O debate de ideias é o método de excelência utilizado pela democracia deliberativa, proporcionando que cidadãos informados sejam participantes, mas excluindo cidadãos isolados, ignorantes e impotentes. Aliás, o envolvimento destes cidadãos considerados apáticos, sem o sentimento de eficácia política (Pateman, 1970), tem sido há vários anos um dos desafios da democracia moderna. Sem a mudança comportamental, quer de cidadãos, quer de políticos, é pouco provável que a experiência deliberativa contribua, a longo prazo, para a renovação da democracia.

Paul Ginsborg (2008) acrescenta que, embora os modelos deliberativos sejam atrativos do ponto de vista do *empowerment* da sociedade civil, a relação entre participação e representação só pode ser verdadeiramente reforçada através de mecanismos de democracia representativa e participativa, sobretudo quando se pretende ter “um carácter aberto e envolver a maior parte possível da população de uma localidade ou de um território nos processos decisórios” (Ginsborg, 2008, p. 78). Os teóricos da democracia participativa começaram por focar as suas atenções nas inter-relações entre indivíduos e as estruturas e instituições de poder com as quais interagem (Pateman, 1970).

Esta concepção de democracia, representativa e participativa, parte do ideal de isocracia (Baptista, 2010), ou seja, “a igualdade de recursos políticos dos cidadãos ao longo de todo o processo decisional” (pp. 492-493) e ainda em relação à capacidade de influenciar direta ou indiretamente a governação. Num sistema onde vigora a isocracia existe igualdade de participação e todos o fazem de formas diferentes, embora tenham acesso aos mesmos recursos.

A isocracia exige a realização tão completa quanto possível da “isegoria”, ou igualdade de palavra dos cidadãos. Ou seja, além da dimensão negativa das liberdades políticas tradicionais (liberdade de associação, pensamento e expressão), a isocracia requer a realização da dimensão positiva das mesmas, mormente da liberdade de expressão. Esta dimensão positiva da liberdade de expressão implica, por seu turno, um repensar e reestruturar da organização dos mass media (...), no sentido de assegurar não apenas a impossibilidade de censura governamental (condição necessária, mas não suficiente), mas também impedir a hegemonização do espaço informativo por segmentos sociais privilegiados” (Baptista, 2010, p. 493).

Assumimos o papel central da participação na democracia por considerarmos que é neste contexto que o *empowerment* consegue o seu melhor desenvolvimento. A participação empoderada dos indivíduos sai reforçada num contexto de democracia participativa, mas a influência é recíproca, visto que também a democracia sai reforçada quanto mais se conseguir que seja participativa. Na imagem seguinte, podemos observar um esquema elaborado por Skaaning e Jiménez (2017), que mostra que a participação ativa da sociedade civil, em assuntos de natureza social e política, é um dos cinco núcleos fundamentais da democracia contemporânea.

O estado global da democracia



Figura 3 - O controle e as políticas igualitárias da democracia. Fonte: Skaaning & Jiménez (2017)

Esta celebração da cidadania, através da autoajuda e da capacidade de associação do indivíduo para encontrar soluções para um determinado problema, tem como premissa que os indivíduos têm noção da sua capacidade de intervenção através da participação (Fung, 2004).

Reforms that foster voice and empower citizens to solve problems urgent to them may thus increase the public returns from social capital by generating concrete and highly valued public goods. (...) An effective and democratic public would be one in which citizens felt the actions of government, understood the relationship of politics to these effects, discussed the connections between these ends and means, and in turn were connected through democratic arrangements to a state that respected their discussions (2004, p. 15).

Contudo, a democracia encontra-se numa encruzilhada, a começar pela passividade e pela indiferença que grande parte da população dos países democráticos

tem em relação à política. Como causas para este desinteresse encontramos a globalização económica, social e cultural das últimas décadas, mas também o descrédito na política e nos políticos, que tem promovido o afastamento gradual dos cidadãos em relação à esfera política e à discussão dos assuntos políticos, que dizem respeito ao seu bem-estar coletivo (Ginsborg, 2008; Markoff, 2013; Oliveira, 2013; Skaaning & Jiménez, 2017).

Já Stuart Mill (1980) advertia que os cidadãos não deveriam adaptar-se aos costumes sociais em vigor. Antes pelo contrário deveriam mostrar-se ativos, com capacidade crítica e autonomia para se organizarem e expressarem a sua opinião. Perante uma sociedade submissa ao consumo de massas e assente na passividade na esfera pública, “os homens perdem rapidamente a capacidade de conceber a diversidade, se durante algum tempo se desabituaem de a ver” (Ginsborg, 2008, p. 53). Sem abdicarem da sua esfera privada, os cidadãos precisam de encontrar espaço para a participação enquanto indivíduos e elementos de uma sociedade e de uma comunidade.

Na aliança entre estes contextos democrático, deliberativo e participativo, sobre os quais nos debruçámos anteriormente, em particular sobre o participativo, é que se constrói o cenário ideal ao aparecimento de uma rádio comunitária. Vários estudos (Dieng, 2013; Gomes, 2013; Price-Davis & Tacchi, 2001; Buckley, 2010; Malki, 2006; Paula, 2012; Pavarala, 2015; Peruzzo, 1998) demonstram que este meio de comunicação pode representar o palco onde os cidadãos conseguem garantir a sua participação na esfera social, estimulando e controlando a qualidade da sua representação. Esta aliança conduz à transparência, à discussão das decisões, à ampliação do acesso ao processo decisório, ao papel decisivo na formação de um grupo restrito, à expansão do número de cidadãos qualificados, instruídos e ativos, e ao enraizamento de uma ética de serviço público.

Neste contexto pode afirmar-se a necessidade de reforçar a democracia para permitir a existência de um setor de radiodifusão comunitária viável, independente e dinâmico, sendo que o seu melhor desenvolvimento será em contextos de democracia participativa, deliberativa e igualitária³². Contudo, nem sempre estão reunidas estas condições e há mesmo algumas geografias do globo onde estes contextos, depois de terem sido criados, estão agora numa fase de retrocesso, como é disso exemplo a Índia.

³² Modelos de democracia, baseados na divisão estabelecida por Coppedge & Guerring (2011).

Na Índia, onde tem havido uma longa história de uma sociedade dinâmica a desempenhar um papel ativo e positivo nos movimentos sociais e na comunicação para grupos marginalizados, há apreensões em relação às ações do governo, que nos últimos anos tem diminuído os espaços para a sociedade civil (Pavarala, 2015, p. 15)

Pavarala (2015) refere que “os direitos à comunicação, incluindo o acesso à informação e à liberdade de expressão, deveriam ser o coração das sociedades democráticas” (2015, p. 16), permitindo reportar acerca de um contexto, ambiente ou situação, de forma independente do controlo do Estado ou do controlo comercial. Assim, estariam reunidas as condições necessárias para que as comunidades saíssem reforçadas no que concerne à participação cívica e à comunicação, ficando todos os indivíduos que as compõem envolvidos nos processos de decisão, com uma via aberta para o diálogo e podendo livremente comunicar as suas dinâmicas (sociais, culturais, políticas, entre outros).

Este *empowerment*, que surge em contexto democrático e que promove a participação do indivíduo na esfera social e política, sai reforçado quando proporcionado em comunidade. Isto é, poderá ser em comunidade que mais facilmente os indivíduos vejam reunidas condições que conduzam à participação individual e comunitária. Por isso, e tendo em conta a importância do *empowerment* das comunidades e de como as RC poderão ser capacitadas nesses meios, desenvolvemos esta temática de seguida.

3.2 O *empowerment* das comunidades

O *empowerment* de uma comunidade, que aparece comumente traduzido por *empoderamento das comunidades*, está diretamente ligado ao processo democrático e ao conjunto de instituições que representam essa mesma comunidade (democracia representativa) e que permitem a sua capacitação. Quando se refere o conceito de *empowerment* da população relacionado com uma comunidade, o que se pretende afirmar é que a população que a compõe na sua totalidade, enquanto elemento coletivo, possa encontrar caminhos que conduzam à obtenção de poder, bem-estar social e capacidade crítica. Ou seja, o *empowerment* das comunidades deve estar mais vocacionado para surgir entre as comunidades marginalizadas, nomeadamente as que estão mais distanciadas do acesso ao poder, as mais pobres e as menos instruídas ou que

tenham menor capacidade de obter os desígnios anteriormente mencionados de forma autónoma (Laverack, 2005).

O *empowerment* de uma comunidade está precisamente relacionado com o caminho que ela deverá percorrer para se tornar autossuficiente e garantir o seu desenvolvimento sem a ajuda de terceiros. Contudo, este movimento de *empowerment* acaba por ser desenvolvido por agentes de desenvolvimento económico e social, na sua maioria representados por ONGs (Islam, 2016), devido à necessidade da existência de uma alavanca inicial para o estabelecimento de um plano, com vista à forma de capacitar a comunidade nesse sentido. O objetivo é que seja um processo que vise reduzir a falta de poder individual e a dependência e o controlo de outros sobre o indivíduo, através do aproveitamento das capacidades e características individuais de cada um. É um processo central no desenvolvimento das comunidades e tem assumido um interesse crescente dentro da temática do desenvolvimento e da comunicação para o desenvolvimento (Laverack, 2005; Islam, 2016; Paula, 2012).

De acordo com Rezaul Islam (2016), que estuda o papel desempenhado pelas ONGs no *empowerment* das comunidades, este conceito representa mais do que o simples aumento de recursos materiais a título individual, permitindo que as pessoas se organizem em grupos e influenciem a mudança, baseada no acesso ao conhecimento, ao processo político, mas também no acesso aos recursos naturais e sociais.

O conceito de *empowerment* das comunidades está intimamente relacionado com o conceito de participação, pois a participação tem um impacto significativo no grau de capacitação que cada indivíduo atingirá ao nível do desenvolvimento social, para contribuir com argumentos, ideias e soluções, em relação a assuntos da sua comunidade e que lhe dizem respeito diretamente (Klebar & Wendausen, 2009).

O discurso do *empowerment* e da participação têm sido usados em simultâneo, até porque a participação não pode ser vista como um simples envolvimento da população nos assuntos da comunidade, mas sim como uma experiência social partilhada por indivíduos e grupos, que têm relações (sociais, económicas, etc.) entre si e que estão inseridos numa sociedade (Malki, 2006).

Em conjunto e através de uma participação ativa, depois de aferidas as necessidades, os problemas e as ideias de resolução no seio de uma comunidade, os indivíduos devem estabelecer planos de ação com vista à obtenção ou ao alcance dos objetivos estabelecidos. Archon Fung (2004), por exemplo, refere-se a uma participação cívica em comunidade que serve como uma educação social, pois contribui para que os

cidadãos aprendam a confiar e a trabalhar em conjunto. Para isso, estabelece um plano de participação: os indivíduos realizam estratégias e reflexões conjuntas; posteriormente, partem para a observação das consequências da aplicação dessas estratégias e aprendem em discussão coletiva; finalmente, com esta reflexão e discussão vão adquirir formas de melhorar a sua qualidade de vida.

Quanto maior for a participação debaixo de um sentimento de comunidade, menores serão os receios individuais, mas também menores serão os limites impostos à mobilidade social e, por outro lado, maior será a capacitação social. Dentro destas comunidades, através de uma participação ativa, genuína, dinâmica e frequente, são criadas redes de inter-relações sociais que fomentam a ação coletiva e que levam ao alcance de um maior grau de *empowerment* comunitário (Islam, 2016). Não obstante, para que assim aconteça, Laverack³³ (2005) criou uma lista de “domínios”³⁴ relacionados com o *empowerment* das comunidades e que possibilitam a capacitação dos indivíduos para a vida em comunidade, sendo que a participação ativa de cada indivíduo é o primeiro da listagem. “The domains give a slightly different, and more precise, way of developing strategies for progression along the empowerment continuum (Laverack, 2005, p. 3).

Para progredir na capacitação das comunidades, além da participação individual, é também necessário potenciar o aparecimento natural de líderes locais e desenvolver as formas de acesso aos temas que marcam a comunidade e ao debate dos mesmos, criando uma consciência crítica das necessidades. Não menos importantes, mas mais afastados do foco que desenvolvemos neste ponto, estão outras ações como a criação de estruturas organizacionais da comunidade, a mobilização dos recursos, o fortalecimento das ligações com outras organizações e pessoas, a criação de relações equitativas com agentes externos e o melhoramento do controlo da gestão.

Em suma, são os processos de *empowerment* junto das comunidades que permitem desenvolver estratégias para identificar problemas e a sua consequente resolução através

³³ Professor na Universidade de Auckland (Nova Zelândia), com investigação em desenvolvimento das comunidades em África, Ásia e na região do pacífico.

³⁴ Esta lista é composta por nove domínios: “improves participation; develops local leadership; increases problem assessment capacities; enhances the ability to ‘ask why’; builds empowering organizational structures; improves resource mobilization; strengthens links to other organizations and people; increases control over programme management. Laverack (2005) chegou a esta lista de nove domínios através dos conceitos-chave para o *empowerment* das comunidades, que já tinham sido apresentados por Rifkin, Muller e Bichmann (1988) – *participação*; Eng & Parker (1994) – *competência*; e ainda Goodman et al. (1988) e Bopp et al. (1999) – *capacidade*.

da ação coletiva. Processos que permitem fortalecer a democracia, sendo que a rádio pode ser o meio de comunicação indicado para este fim, por ser economicamente mais acessível às populações, mas também por ser possivelmente um instrumento de comunicação mais ao alcance dos grupos marginalizados e vulneráveis (Hendy, 2002).

3.3 A rádio como meio de *empowerment* das comunidades

Ao longo da história, a rádio tem sido encarada como o meio de comunicação social mais democrático, onde a participação da população é mais acessível e facilitada. Baseamos esta afirmação nas ideias democratizantes de uma comunicação em dois sentidos de Brecht (1927), passando pela visão da rádio como um “meio quente”, descentralizador e pluralista de McLuhan (1965), até às ferramentas tecnológicas que este meio possui na contemporaneidade e que lhe permitem aumentar a interação com os ouvintes, criando a ilusão da democratização (Meditsch, 1999).

Não obstante, nesta parte da exposição teórica importa dizer que, apesar de todas estas características que podem fazer da rádio um meio envolto numa “aura democrática” (Hendy, 2002), este cenário está muito dependente da utilização que o indivíduo faz das ferramentas que lhe são disponibilizadas nos tempos atuais. Existe o potencial inclusivo e democrático destas novas ferramentas quando aplicadas à rádio, mas é fundamental o seu uso efetivo (Portela, 2006).

Com a industrialização dos *media* e um contexto de homogeneização cultural e de homogeneização de conteúdos, que marcou os finais do século XIX e praticamente todo o século XX (estendendo-se e intensificando-se até ao surgimento da internet no último quarto do século XX), importa perceber o papel que a rádio assumiu no seio da cultura popular e da vida democrática, uma vez que nasce já como fruto deste processo de industrialização. Mas também é necessário percebermos como, na era do digital e da escolha autónoma de conteúdos por parte do ouvinte, a rádio possibilita (ou não) criar uma identidade e um sentimento de pertença de um cidadão a uma determinada comunidade.

Os *media* assumem um papel indiscutível na definição de uma vida democrática e, por isso, é importante percebermos como desempenha a rádio essa função, sendo considerada como um meio de comunicação mais acessível, mais voltado para o local, para os eventos e as culturas locais (Duarte, 2005) e possuidora de uma linguagem caracterizada por valores democráticos, permitindo, diversas vezes, que os seus

programas sejam “a voz das gentes” (Hendy, 2002, p. 244). A rádio é ainda um meio mais democrático e de potencial *empowerment*, pois permite a participação direta na sua produção, através de recursos como o telefone, o *email* ou até mesmo os fóruns, tornando-se desta forma num meio com dois sentidos de comunicação: emissor, mas também recetor (Ribeiro, 2013).

Historicamente, sobretudo na sua génese (Portugal é exemplo disso mesmo), a rádio esteve ao serviço da propaganda e de regimes totalitários, como foi o caso do Estado Novo. Não obstante, a alteração política, da qual a própria rádio foi agente ativo de mudança, permitiu que o meio se transformasse, evoluísse tecnologicamente, mas também se modernizasse em termos de conteúdos, estando mais próximo dos ouvintes (Cordeiro, 2003).

Esta aproximação permite que hoje a rádio seja também o meio mais vocacionado para uma atividade comunitária, pelo facto de ser economicamente mais acessível, mas também por ser um canal de comunicação predisposto à diferença, dando voz alternativa às minorias, sobretudo nos países em desenvolvimento, e com particular incidência no continente africano e asiático, como veremos mais ao pormenor em capítulos posteriores desta tese.

Tudo isto faz da rádio, pelo menos em teoria, o meio dos grupos marginalizados e das sociedades mais pobres: a rádio comunitária ou de bairro, as rádios piratas, as rádios livres e as várias formas de rádios clandestinas são fenómenos que raramente têm correspondência no sistema global de televisão (Hendy, 2002, p. 244).

Esta visão democratizante da rádio que David Hendy (2002) assume para a rádio, de que este *medium* tem um impacto maior do que a imprensa ou que a televisão nos países em vias de desenvolvimento devido à sua natureza oral e que ultrapassa a barreira do analfabetismo, vem expressa na sua obra *A Rádio na Era Global*. Além da linguagem corrente e simples, implica ter em conta também a sua acessibilidade técnica e económica, que a transformam num meio fácil para a participação das comunidades, quer ao nível da produção dos conteúdos, quer também ao nível da detenção da propriedade do meio ou da gestão corrente. A rádio possibilita ainda a expressão autónoma e independente das forças políticas e sociais e afirma-se pela sua forte tradição como meio alternativo. É por exemplo o caso das emissoras comunitárias, que permitem o *empowerment* das comunidades, cuja sobrevivência está dependente de um baixo custo

de funcionamento e também da gratuidade do trabalho que é desenvolvido maioritariamente por voluntários (Hendy, 2002).

Contudo, este meio de comunicação, que é, como vimos, tendencialmente mais democrático e que permite uma maior participação dos indivíduos, podendo criar condições para uma esfera pública mais ampla e participativa, encontra entraves ao desempenho deste papel. Hochheimer (1993) apresenta três problemas que podem ser detetados numa rádio de cariz pequeno e tendência comunitária: ao nível da finalidade da rádio, do grau de participação e da gestão das emoções.

Relativamente à génese, as pequenas emissoras podem ser canais de comunicação que partilham ideias e informação, sendo rádios “da” comunidade e não “para” a comunidade. Em comunidades multiculturais é difícil conseguir destinar tempo igualitário a cada uma das culturas presentes e servir com equidade toda a comunidade. Também o grau de participação comunitária na produção de programas pode representar uma fonte de problemas, sobretudo porque haverá indivíduos que se mostrarão mais ativos e empenhados do que outros. Uma situação que poderá conduzir ao controlo de uns sobre outros, acabando por existir grupos marginalizados no seio destas comunidades. Por fim, o terceiro problema prende-se com a gestão das emoções e a identificação dos limites emocionais, económicos e culturais. Embora possibilite um método de trabalho diferente e um modelo que permite a participação coletiva no processo de decisão e na definição dos objetivos, também comporta a existência de situações de *stress* emotivo (Hochheimer, 1993).

Estes três problemas levam a uma possível “fratura cultural”, que tende a ser solucionada com a crescente profissionalização das rádios comunitárias e a perda de legitimidade perante o público e os seus apoiantes.

É verdade que se trata de um meio persuasivo, económico e fácil de compreender (...) mais próximo da participação ativa do que a televisão. Todavia, a esfera pública de debate que a rádio constrói é evidentemente imperfeita e constitui um espaço discursivo onde a participação ativa não é fácil, a linguagem é frequentemente mais demagógica do que democrática, e a sua exigência de produção leva à banalização e à simplificação (Hendy, 2002, p. 265).

Partindo destes pressupostos, muito embora a rádio possa ser considerada como o meio mais credenciado democraticamente ou com o maior número de ferramentas à disposição para que possam ser utilizadas nesse sentido, este meio de comunicação social não pode ser redutoramente encarado como um instrumento de democracia.

Ainda assim, e neste caso tendo como base o que foi explanado anteriormente, os *media*, a rádio em particular, podem ser encarados como uma plataforma para o *empowerment*, pelo poder que exercem socialmente. Não com a noção de poder sobre os outros, ou seja, a noção objetiva de dominação (Weber, 1983), mas como poder com os outros (Nye, 2011), conduzindo, através da sua utilização, ao *empowerment* das comunidades e ao poder, que passam a exercer em relação à possível alteração da situação social, económica e até política dessas comunidades.

Estes são argumentos que nos levam a entender que seja pertinente desenvolver, de seguida, o conceito de poder, também ele enquanto pilar teórico para o nosso estudo, tendo em conta a sua interligação com os temas já desenvolvidos (comunidade e *empowerment*), mas também por estar diretamente relacionado com a temática da participação, que desenvolveremos posteriormente, nomeadamente ao nível das relações de poder nas relações sociais e de participação em comunidade.

4. Poder: da conceção do poder autoritário ao poder deliberativo em comunidade.

O intelectual alemão Max Weber³⁵, um dos fundadores da sociologia que estudou o conceito de poder e também as metodologias de investigação nas ciências sociais, considera os conceitos e a sua definição como os “parafusos lógicos” (Sarmiento, 1997) de uma investigação, que embora não sirvam para reproduzir a realidade, constituem um meio de pensamento para dar unidade aos fenómenos. Tomando como referência esta premissa weberiana iniciamos este capítulo com o objetivo de definir o conceito de poder e as suas possíveis abrangências, através de uma revisão cronológica da sua aplicabilidade. Este objetivo será percorrido seguindo uma linha de orientação direcionada para o campo das ciências sociais, no qual o poder é encarado como uma relação na sujeição humana, com o aspeto intrínseco da dominação, que vem do interior do indivíduo, mas que acaba alimentado pelo aspeto extrínseco. Ou seja, potenciado pelo reconhecimento externo do valor do poder do indivíduo. Um poder com intuito de dominação, de propriedade (Weber, 1983), mas também com a noção subjetiva de que o poder não se tem, atribui-se (Nye³⁶, 2011), não olvidando as fontes de poder, isto é, o contexto onde este surge e se desenvolve.

Se recuarmos ao século IV a.C., na sua obra *Política*³⁷, já o filósofo Aristóteles apresentava o conceito de poder relacionado com diversos outros termos que complementam a designação desta noção. O poder surge como um poder autoritário, quer na esfera pública, quer na esfera privada.

Na verdade, na maior parte dos regimes políticos, os cidadãos alternam na função de governante e governado em virtude de quererem ser naturalmente iguais e em nada diferirem. Não obstante, enquanto um governa e o outro é governado,

³⁵ Max Weber (1864 – 1920) é uma figura marcante do pensamento contemporâneo, considerado como um dos fundadores da sociologia, embora tenha investigado e produzido pensamento nas áreas do direito, da economia, da história, da ciência política e da sociologia. Foi professor nas universidades de Berlim, Friburgo, Heidelberg, Viena e Munique (Sarmiento, 1997).

³⁶ Joseph Samuel Nye é um cientista político norte-americano, que desenvolve o seu trabalho no contexto da política e das relações internacionais, desenvolvendo o conceito de poder tendo por base a transição que está a ser conduzida para a era do poder com as outras nações e não sobre as outras nações. Professor na Universidade de Harvard, tendo sido dirigente do departamento de Estado do pentágono e no conselho nacional de inteligência dos Estados Unidos da América. Joseph Nye aborda a questão do poder no século XXI, no contexto da manutenção hegemónica norte americana e a emergência de novas economias, nomeadamente dos países em desenvolvimento, no contexto das relações internacionais. Na sua obra *The future of Power* define as fontes de poder, a dinâmica do poder e as suas diversas modalidades. São-lhe atribuídos os conceitos de *soft power* e de *hard power* (Nye, 2011).

³⁷ A obra *Política* faz parte da obra aristotélica e a original data do século IV a.C., tendo permanecido no esquecimento até ser recuperada por Sula, no século I a.C. *Política* é um conjunto de oito livros, independentes, mas sequenciais, cuja sequência foi determinada por Aristóteles.

procura-se estabelecer uma diferença mediante indumentária, título e honras... (Aristóteles, 1998, pp. 91-93).

Estas diferenças entre indivíduos estabelecem uma relação de poder que surgia, já naquela altura, maioritariamente, como um poder enquanto supremacia, quer seja a supremacia dos ricos ou dos tiranos, quer seja das classes superiores ou “do homem mais excelente e mais digno de todos” (Aristóteles, 1998, p. 223). Uma supremacia que, na Grécia Antiga, saía reforçada pela lei oligárquica ou democrática.

Aristóteles estabelece a distinção ainda entre poder aristocrático, atribuído às magistraturas e por eleição, e poder democrático. Este último, como o nome indica, estava presente no regime democrático e estabelecia que todos os cidadãos participassem nos tribunais, sendo o “poder dos muitos” (1998, p. 225).

Com efeito, os muitos indivíduos que, separadamente, não têm qualidades; mas quando estão reunidos podem ser melhores do que os poucos com valor, desde que não considerados individualmente, mas em conjunto (...). Como são muitos, cada um pode contribuir com o seu quinhão de virtude e prudência; e quando todos se reúnem, a multidão torna-se como um só indivíduo com muitos pés, muitas mãos, e muitos sentidos, podendo também ter muitas qualidades de carácter e inteligência. (Aristóteles, 1998, p. 225)

Com efeito, já no século IV a.C., o filósofo grego demonstrava como era importante o “poder dos muitos” e a força que o coletivo pode possuir enquanto elemento de poder (aspeto considerado também como fundamental para o *empowerment* das comunidades, como já verificámos no ponto anterior). Aristóteles sublinhava que “há ocasiões em que as multidões, tomadas em conjunto e não individualmente, podem ser melhores e mais ricas do que as minorias” (Aristóteles, 1998, p. 239), contribuindo para o estado equitativo da cidade e valorizando o interesse da sua comunidade de cidadãos, por oposição ao exercício de poder e de governação baseada na riqueza ou o poder fundamentado no nascimento.

Na antiguidade grega, em democracia, o poder foi ocasionalmente detido pela “massa dos pobres”, ou seja, pela maioria da população da *Polis*, que detinha a supremacia política, uma vez que eram também aqueles que mais tempo possuíam para as questões da administração pública, ao contrário da minoria rica que, embora dispusesse da abundância de recursos, dedicava exclusivamente o seu tempo à preservação dos seus negócios privados. A este poder “de todos”, Aristóteles chamou de poder deliberativo – quando todos os cidadãos deliberam em conjunto sobre todos os

assuntos que dizem respeito à cidade, isto é, à comunidade a que pertencem, como por exemplo em situação de eleição de magistrados, na legislação de assuntos de guerra e paz ou na fiscalização das contas públicas. Este tipo de poder é, como detalhámos anteriormente, propício à retórica do *empowerment* e à ação coletiva (Ginsborg, 2008).

Esta explanação prévia baseada nas ideias de Aristóteles é fundamental para que se perceba quão antiga é a iniciativa de definir o conceito de poder e a necessidade de analisar este termo à luz do contexto das relações sociais.

No próximo passo deste estudo olhamos a contemporaneidade e a abordagem de Max Weber (1983) que apresenta um conceito clássico de poder, quer individual, quer coletivo, estabelecendo uma distinção clara entre poder e dominação.

4.1 O poder e a dominação no contexto de uma relação social

À semelhança do que vimos em Aristóteles, a aproximação dos conceitos de poder e de política estão também presentes em Weber (1983). Para este autor, a política é a aspiração à participação no poder e denota que a forma como está distribuído, a sua conservação e a mudança de mãos, não só é determinante como condiciona as relações sociais.

Conceptualmente, uma das maiores dificuldades é a sua medição, sobretudo quando se fala de poder no contexto das relações sociais (Nye, 2011). Porém, Max Weber tentou fazê-lo e explicá-lo na sua obra *Fundamentos da Sociologia* (1983), onde estabelece que, ao nível das relações pessoais, o poder é um conceito sociologicamente neutro. Por outro lado, na esfera das organizações o poder revela-se através de formas de domínio estruturadas, que permitem assegurar a dominação de uns sobre outros dentro de uma mesma organização (Sarmiento, 1997).

Weber estabelece a distinção entre poder (*macht*) e dominação (*herrschaft*), pois numa relação de poder falamos de imposição de uma vontade contra a de quem é súbdito, enquanto numa relação de dominação existe obediência e aceitação daquele que está submetido à vontade de outrem. “Poder significa a possibilidade de impor a sua própria vontade, numa relação social, contra toda a resistência e qualquer que seja o fundamento dessa probabilidade” (Weber, 1983, p. 113).

Num contexto de relação social, a detenção do poder pode ser temporária ou permanente e este pode ser adquirido por direito próprio ou então pela sua concessão. Neste caso, estamos perante poderes outorgados (Weber, 1983).

Dentro do conceito de dominação encontramos três tipologias: a dominação legal, que está assente na racionalidade do direito; a dominação tradicional, que se baseia na aceitação dos usos e costumes; e, por fim, a dominação carismática, que diz respeito à submissão das pessoas às ordens de um cidadão que, por variadas razões, se afirma como líder. Embora poder e dominação sejam conceitos diferentes, o poder pode combinar estas três formas de dominação em proporções diferentes (Sarmiento, 1997).

Esta linha de definição que seguimos até ao momento encaixa-se numa abordagem negativa ao conceito de poder, característica do modelo linear-causal³⁸ (Carpentier, 2017). No entanto, importa mostrar que existe outra abordagem a este conceito, desenvolvida por pensadores pós-estruturalistas como Michel Foucault, que se apelida de modelo estratégico.

Este modelo estratégico considera que a análise do poder sob o ponto de vista negativo é bastante redutora e restritiva. Foucault e Deleuze (1977), definem poder como algo construtivo, móvel e multidirecional, que mais do que possuído é praticado, considerando ainda que as relações de poder são intencionais e não são igualitárias, dando como exemplo a diferença entre os intelectuais (elites) e as massas.

The intellectual discovered that the masses no longer need him to gain knowledge: they know perfectly well, without illusion; they know far better than he or they are certainly capable of expressing themselves. But there exists a system of power which blocks, prohibits, and invalidates this discourse and this knowledge, a power not only found in the manifest authority of censorship, but one that profoundly and subtly penetrates an entire societal network (Foucault & Deleuze, 1977, p. 207).

Neste sistema de poder analisado por Foucault e Deleuze (1977) as elites são agentes de um sistema de poder e, embora tentem passar a ideia de que não se apercebem disso, têm consciência de que fazem parte do mesmo e do que isso representa.

³⁸ Um exemplo concreto de um modelo causal de poder, ou seja, o conceito visto pelo lado negativo é o domínio da burguesia (A) enquanto classe social sobre a classe operária (B). A burguesia, que detinha os meios de produção tinha poder sobre B e levava B a fazer algo que à partida não estaria disposto a fazer. Este modelo de Dahl (linear-causal) é depois acrescentado por Barach e Baratz, que tentam mostrar que o poder exercido por A serve para criar ou reforçar valores sociais e políticos (Carpentier, 2017).

Porém, estes dois modelos que referimos não representam a única forma de categorizar o poder. De acordo com Carpentier (2017), tendo em conta que este afeta vários domínios do campo social, é necessário analisá-lo também ao nível material, ideológico e discursivo.

O poder discursivo funciona (obviamente) dentro do mundo das ideias e tem uma ligação próxima com as noções de representação, ideologia e hegemonia. Apesar da linguagem ser um portador discursivo importante, o conceito de discurso localiza-se ao nível mais abstrato e macro, seguindo autores como Foucault, Laclau e Mouffe. Se observarmos um dos primeiros modelos foucauldiano (...) encontramos uma ênfase forte no papel (e poder) das formações discursivas na construção e produção dos seus objetos (Carpentier, 2017, p. 202).

Aqui encontramos a noção de poder do discurso com a finalidade de gerar significado, cuja estrutura é constantemente negociada e construída para atingir esse propósito. Um poder de âmbito idealista, contrário ao poder materialista, que se exerce “através dos objetos materiais e dos seus corpos” (Carpentier, 2017, p. 204).

Apesar de, até agora, termos dado maior relevo à posição do dominador nesta relação de poder, importa referir que dentro deste modelo estratégico existe reciprocidade e espaço para que o dominado resista às relações de poder desiguais. Analisar o poder como algo que está relacionado diretamente com a força do dominador é superficial, simplista e incorreto, uma vez que poder implica uma relação de dois sentidos (Nye, 2011).

Analisar esta força no contexto social implica que se faça também uma abordagem comportamental e motivacional, ou seja, o que motiva determinado indivíduo ao comportamento de dominador. Nesta perspetiva, importa que percebamos a quantidade e as características das fontes de poder, ou seja, aquilo que origina a ação que pode levar ao poder. Por exemplo, num contexto de geopolítica internacional, a relação entre dois países e a consequência da sua relação de poder vai depender das características geográficas, demográficas, económicas, entre outras, inerentes aos países em questão. "A country is a powerful if it has a relatively large population, territory, natural resources, economic strength, military force, and social stability" (Nye, 2011, p. 8).

Ao contrário do que evidenciámos anteriormente, a existência destas fontes de poder inerentes ao indivíduo (ao objeto ou ao país) conferem, à partida, uma posição de poder, antes mesmo de qualquer tipo ou relacionamento social. Esta caracterização das

fontes do poder permite mostrar que este pode ser bastante concreto e mensurável em determinadas situações (Nye, 2011).

Joseph Nye estabelece a divisão entre o conceito em *soft power* e *hard power*, mas também, mais recentemente, em *smart power*, que resulta de uma combinação entre as duas tipologias anteriores e de estratégias a eles inerentes. Como *hard power* entende-se a capacidade de impor e de mudar comportamentos e como *soft power*, ao qual estão ligadas fontes de poder como a cultura, os valores políticos e a política externa, designa-se o poder de agregação e de persuasão através da atração positiva. Este último, é o poder que permite criar agendas e definir os temas de relevância a serem debatidos pelos atores sociais, mas também aquele que permite moldar os interesses e as preferências dos parceiros e moldar ou influenciar crenças, percepções e interesses (Nye, 2011).

Em suma, a definição do conceito de poder é complexa, complicada de aceitar por todos, estando dependente das escolhas, interesses e valores individuais, mas também do contexto social em que a relação de poder é estabelecida.

Estudos relativamente recentes, escassos, no campo das relações internacionais (Anshan, 2008; Flew, 2016; George, 2016), evidenciam como os *media* e as indústrias culturais atuam nesta área do *soft power*, enquanto meio de influência ou persuasão social, cultural, política, entre outros. A título de exemplo, Li Anshan (2008) investigou a forma como os *media* europeus criaram, ao longo de décadas e com base numa dominância com raízes coloniais, a imagem da China em África.

The conventional idea about media holds that it can play a key role in the carry-out of state policies at home and abroad. It can beautify or destroy a state image. In other words, the role of the media becomes so important that it can turn out at will to be either devil or angel (Anshan, 2008, p. 15).

Esta atuação no campo do *soft power*, se permitir o aparecimento do "poder de todos", do coletivo, conduz à democracia deliberativa e à participação (Aristóteles, 1998; Ginsborg, 2008). É nesta área que os *media* têm um papel preponderante a desempenhar e, por ser central no estudo das RC, é importante que exploremos um pouco mais este poder dos *media*, que apresentamos de seguida.

4.2 O poder dos *media* dentro das relações sociais

Voltamos ao modelo de poder estratégico para contextualizar o poder dos *media*, pois este poder, por ser móvel e multidirecional, permite a existência de uma resiliência às forças hegemônicas. Podem ser exemplo desta resistência os *media* alternativos (Carpentier, 2017) ou os novos *media*, que proporcionam novos centros de poder (Curran, 2001). Estes, provocam instabilidade e tensão nas estruturas de poder estabelecidas, habitualmente ligadas aos *media* de massa. Contudo, é necessário perceber se estes meios de comunicação que referimos, que estão dependentes de uma utilização ativa e participativa da audiência, não estarão já corrompidos pelos mesmos males dos *media mainstream*, pelo antigo sistema de poder e pelo mesmo jogo de forças (Curran, 2001).

O poder dos *media* está associado ao poder do discurso, pela capacidade que estes têm em produzi-lo. Não obstante, devemos considerar que a formulação do seu discurso está dependente da influência de todos os outros discursos que são produzidos na esfera social, como mostra Carpentier (2017).

O poder discursivo da esfera mediática precisa sempre de ser qualificado, já que depende de um alinhamento discursivo, onde um argumento mediado se torna reconhecido e aceite (por exemplo, como verdadeiro) pelos membros da audiência através do seu alinhamento com o contexto fornecido pela multiplicidade de outros discursos, muitas vezes oriundos de várias máquinas discursivas (Carpentier, 2017, p. 209).

Estas “máquinas discursivas” podem estar associadas às organizações que detêm os *media*, mas também aos diversos agentes sociais. Por isso, mostra-se importante sublinhar a existência do poder discursivo individual, que pode ganhar voz através da participação mediática (Livingstone & Lunt, 1994), tornando-se o indivíduo parte dos processos sociais de tomada de decisão ou assumindo-se, através deste meio, um agente de resistência (Carpentier, 2017).

Por isso mesmo, é importante perceber se este acesso está ao alcance de todos ou apenas de alguns. O acesso à esfera mediática para a apresentação, a exposição ou o debate de ideias, pode estar dependente de restrições e de acessos privilegiados, que podem condicionar o atingir de um determinado nível discursivo por parte do cidadão (Habermas, 2006; Livingstone & Lunt, 1994).

De acordo com Nico Carpentier (2017) e James Curran (2001), com o surgimento dos novos *media* e dos *media* alternativos (como as rádios comunitárias), reforçou-se a possibilidade de acesso aberto a um maior número de cidadãos, tornando a esfera mediática contemporânea mais interessante, pois nesta esfera os cidadãos encontram voz para o seu discurso. Este livre acesso revela-se uma forma de resistência à hegemonia controlada do discurso mediático e um questionamento ao poder estabelecido (Livingstone & Lunt, 1994). Esta posição contrapõe com a realidade dos *media mainstream*, em que a participação enfrenta o poder restritivo. As restrições são criadas pelos profissionais dos *media*, mas também pelas organizações, que limitam as participações ao serviço dos seus próprios interesses. Todavia, não podemos dizer que dentro dos *media* dominantes não seja possível a entrada de vozes alternativas "não elitistas e não hegemónicas" (Carpentier, 2017, p. 210). Existem, mas em menor número.

Através destes *media*, a existência de espaço mediático mais aberto e alternativo pode significar também a partilha do poder entre todos os que nele participam. Esta partilha de poderes pode acontecer por acesso ao discurso, pelo envolvimento no processo de produção ou mesmo pela partilha de decisões na gestão da organização mediática. Aliás, este cenário acontece nos *media* alternativos e nos *media* comunitários, como desenvolvemos no próximo capítulo desta investigação.

5. Participação: o enquadramento e a audiência ativa

Aliada aos conceitos de comunidade, proximidade, *empowerment*, e poder, previamente explorados, encontra-se a ideia de participação, que assume essencial relevância dentro do campo da comunicação e dos estudos dos *media* (Carpentier, 2017). Nesse sentido, assumimos a pertinência da exploração e definição deste conceito.

Muito embora a noção de cidadão³⁹ seja agora bem distinta, é preciso recuarmos ao século IV a.C. e à Grécia Antiga para começarmos a falar em participação cívica e em acesso dos cidadãos às decisões em prol do bem comum, participando na *Polis*⁴⁰ (Sena, 2007).

A participação é um conceito de natureza política (Arendt, 2001), que pode ser analisado à luz de cinco enquadramentos (Carpentier, 2017), três dos quais são concernentes à nossa investigação: democracia, desenvolvimento e comunicação⁴¹. A democracia⁴² é encarada como a forma de governo que mais valoriza a participação cívica, uma vez que permite que os governados possam ter voz e opinião, com base na premissa de que existe igualdade política entre o povo. Numa situação democrática, os cidadãos estão em autorregulação e autogovernança, apoiando a tomada de decisões através do seu envolvimento político, com vista à existência de um equilíbrio democrático, que se expressa pelo ato de eleger ou de ser eleito. Uma participação que pode ser minimalista⁴³ ou maximalista (Carpentier, 2017), estando a segunda mais relacionada com o estudo que pretendemos desenvolver acerca das rádios comunitárias em Portugal. Nestas rádios, pela pesquisa que realizámos e que apresentaremos no próximo capítulo desta tese, deve existir um relacionamento maximalista e

³⁹ Na Grécia Antiga apenas tinham acesso à *Agora da Polis*, local no cume de uma montanha, os cidadãos mais abastados da cidade-Estado (Sena, 2007, p. 275).

⁴⁰ A *Polis* pode definir-se como um espaço de participação, onde se decidiam os aspetos mais relevantes da vida coletiva dos cidadãos (Arendt, 2001).

⁴¹ Os conceitos de democracia e desenvolvimento foram desenvolvidos no capítulo anterior, centrado no *empowerment*. Os outros dois conceitos que Nico Carpentier (2017) considera elementares para a investigação do conceito de participação são o ordenamento do Território e Arte e Museus. Estes dois, por se desviarem do nosso objeto de estudo, serão deixados de parte.

⁴² Nico Carpentier (2017) considera que a democracia deliberativa é o modelo que mais representa as articulações maximalistas participativas.

⁴³ A participação minimalista do cidadão centra-se numa participação macro - *macroparticipação*, baseada na participação na *Polis*, no país ou na comunidade imaginada, isenta de fronteiras geográficas. À medida que o envolvimento vai aumentando no seu sentido maximalista, a participação tende a ficar mais micro - *microparticipação*, envolvendo também as pequenas comunidades geográficas como as escolas, o local de trabalho, a igreja e até a família. Numa envolvimento minimalista a população é encarada como homogénea, onde a diversidade está suspensa por forças homogéneas, que ignoram as minorias. (Carpentier, 2017, pp. 27-28).

multidirecional, reconhecendo a diversidade e a heterogeneidade da população (Carpentier, 2017).

Num primeiro momento, importa explorar a relação entre audiência ativa e participação. O conceito de audiência ativa, desenvolvido por Fiske em 1987, provém do modelo de codificação/descodificação desenvolvido em 1973 por Hall. Neste modelo refere-se que o significado é interpretado pelo recetor da mensagem sempre como algo instável e contestável, resultando desta instabilidade a necessidade de concretizar um *feedback*, que leva à participação na esfera dos *media*, podendo esta ser uma participação *nos* ou *através* dos *media* (Carpentier, 2017; Wolf, 1999).

A esfera dos *media* serve como uma localização onde os cidadãos podem dar voz às suas opiniões e experiências e interagir com outras vozes. As estruturas e as culturas da própria esfera dos *media* e o ambiente democrático-ideológico têm, como é óbvio, um forte impacto na intensidade da participação (Carpentier, 2017, p. 96).

A participação não pode ser analisada como o simples acesso à organização de *media*. Para além do acesso é necessário que haja participação social através destes, interação com os conteúdos difundidos e produção desses mesmo conteúdos. Só a junção destas três dimensões participativas possibilita estarmos perante uma audiência ativa, tal como podemos observar na Figura 4. Se estas três condições não estiverem reunidas em simultâneo estaremos perante uma audiência passiva.

As dimensões participativas da audiência segundo Carpentier

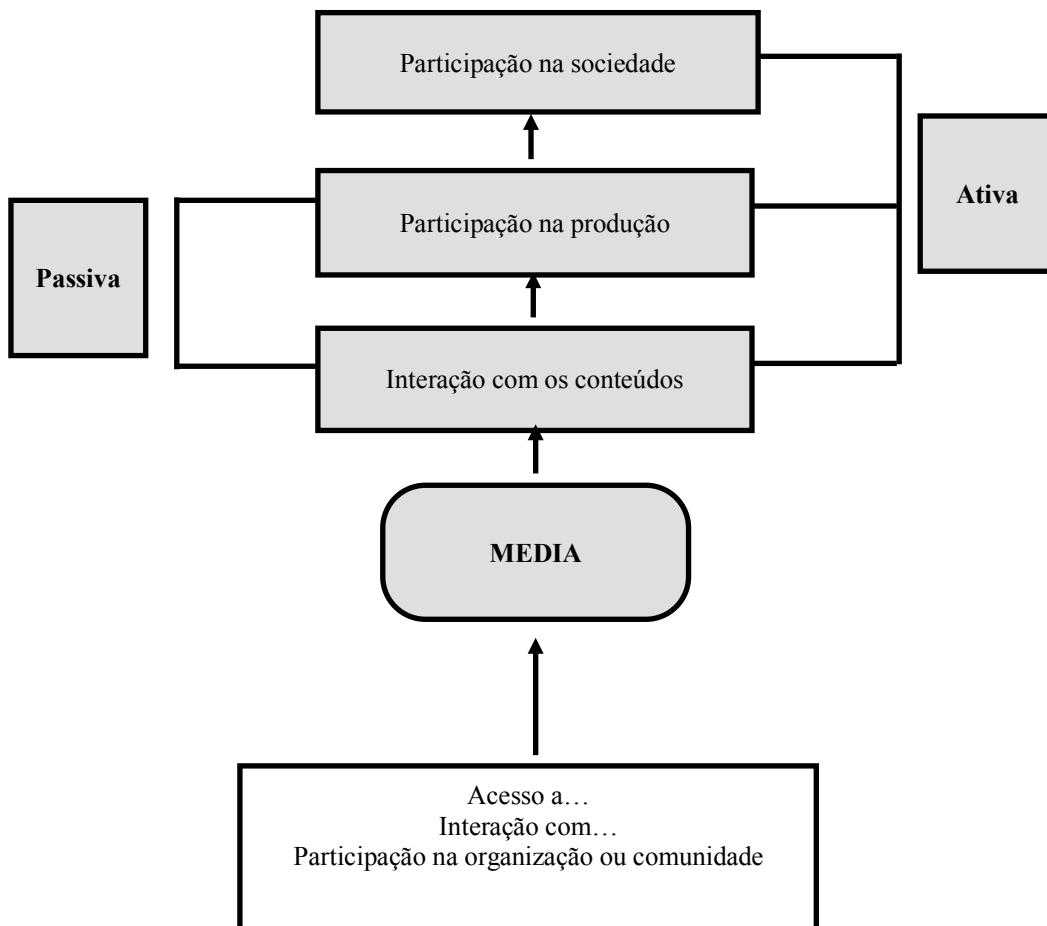


Figura 4 - Os diferentes níveis de participação e de interação da audiência com os *media*.
Fonte: Criação própria, adaptado de Carpentier (2017, p. 100).

Baseámo-nos neste modelo, que adaptámos das dimensões participativas da atividade da audiência de Nico Carpentier (2017), para denotar que esta forma de participação ativa das audiências surge sobretudo nas comunidades e nos *media* alternativos. Esta audiência mais participativa e ativa é a que faz as suas escolhas dando sentido aos conteúdos e sendo produtora destes, resistindo às “intenções comerciais subjacentes do produtor [dos *media*]” (Burton, 2005, p. 88). Todavia, é precisamente em Burton (2005) que encontramos o aviso de que conforme a internet proporciona espaço para uma “nova democracia”, tem o senão de abrir espaço a um “novo mercado” (2005, p. 219). Exemplo disso são os próprios *media* que ficam mais expostos à sátira e à crítica dos cidadãos (enquanto audiência ativa), conseguindo ao mesmo tempo abrir novas formas de controlo e de pontos de venda dos seus produtos.

Assim, a audiência passa a ser encarada como um colaborador no processo da criação de conteúdos, muito embora esta participação esteja dependente das necessidades de cada um: informacionais, pessoais, identitárias, sociais, de entretenimento ou de inclusão. No entanto, são também estas necessidades que podem impulsionar a participação dos cidadãos na esfera pública, proposta por Habermas. Um espaço de interação, numa troca igualitária de opiniões, com a utilização estratégica do poder dos *media* para influenciar o poder político e social, e as agendas de assuntos públicos (Habermas, 2006). Uma utilização que tem ficado aquém da sua potencialidade.

Habermas observa que o desenvolvimento da esfera pública não se tem vindo a realizar, pois o debate democrático nas sociedades capitalistas ocidentais tende a ser abafado, e manipulado, pelas indústrias culturais e pelos meios de comunicação de massa (Ferin, 2008, pp. 379-380).

Com a expansão do digital, aparecendo como substituto da interação direta realizada entre os cidadãos e redefinindo inclusive as funções e as atividades dos *media*, a ideia de esfera pública de Habermas torna-se atrativa. “Se os *media* se tornarem mais interativos e mais genuinamente plurais, então algo como uma esfera pública pode ser criada” (Burton, 2005, p. 95). Ou seja, quanto mais permitida for a participação dos cidadãos na criação de conteúdos, na expressão da sua voz, das suas ideias, mais pluralista será o acesso e maior a possibilidade da criação de uma esfera pública e, consequentemente, mais impulsionada sairá a democracia.

A evidência histórica é de que o debate público tem vindo a envolver um limitado número de cidadãos, mais alfabetizados e com maior aproximação aos meios de comunicação. Foi assim no século XIX com a classe burguesa a ter um acesso mais facilitado à discussão pública, pelo peso social que detinha na altura. Atualmente, esta proximidade está mais marcada por uma camada social mais jovem, mais voltada para o digital e para o *online*, que consegue um mais fácil e mais rápido acesso, quer aos *media* de massa, quer aos novos *media*, criando uma *suburbanização* da esfera pública, que se apresenta fragmentada, com múltiplas e divididas formas de produção, proporcionadas pelas novas tecnologias e que conduz a múltiplas e divididas audiências (Silverstone, 1999).

Nesta esfera pública fragmentada surgem os projetos comunitários, juntando um determinado conjunto de pessoas em prol de um objetivo comum, constituindo-se uma

comunidade, no sentido de veicular uma mensagem que impulse a governação correta⁴⁴ por parte do poder local. Esta oposição às políticas vigentes assume, por vezes, a forma de um *medium radical*⁴⁵ (Downing, 2011).

Muito embora os *media* comuns tenham, atualmente, uma maior abertura à participação de não-profissionais, o grau de participação e a sua intensidade está condicionada pela decisão dos próprios profissionais dos *media*. Pelo contrário, os *media* alternativos estão mais ligados ao conceito de participação, quer ao nível da autorrepresentação, quer ao nível da autogestão, colocando-os próximos da democracia participativa (Carpentier, 2017, Dalghren, 2013; Higgins, 2008; Proulx et al., 2011). Esta participação nos *media* alternativos é também maximalista, heterogénea, espelha a diversidade e poderá sair reforçada com a adaptação às novas tecnologias como a internet, como desenvolveremos de seguida.

5.1 A participação maximalista reforçada no ciberespaço

A participação maximalista, encarada como necessariamente benéfica, (Carpentier, 2017) pode sair reforçada com o avanço das tecnologias e com realidades como o ciberespaço, a cibercultura, o ciberjornalismo e até a ciberpolítica, esferas que proporcionam uma nova forma de estar em sociedade e até uma nova sociedade. São as profissões que mudam a sua rotina, são os políticos que encontram uma nova forma de veicular as suas ideias, são (sobretudo) os jovens que encontram na internet uma nova

⁴⁴ O termo original em inglês refere-se a *good governance*. Aqui, optamos por uma tradução livre, em português, para que seja de mais fácil compreensão e leitura. De acordo com Grindle (2007), o *Good Governance* tornou-se num “mantra” para os profissionais que estudam e investigam o desenvolvimento. Por *Good Governance* entende-se a capacidade para criar estratégias que reduzam a pobreza, a adoção das políticas corretas nesse sentido, o conjunto de pré-condições que uma instituição deve reunir e que conduzem ao desenvolvimento económico e político, criando estruturas de *decision-making* que definam as prioridades para resolver os problemas dos públicos alocando recursos para responder a estes. O *Good Governance* responde a questões como “o que precisa de ser feito, quando e como será feito”. Cf. Grindle 2007, pp. 553-574.

Os autores José Eduardo Gomides e Andrea Candida Silva (2009) optam pela utilização do termo em português: “boa governança”. A expressão *governance* foi introduzida pelo Banco Mundial e engloba os poderes legislativo, executivo e judicial, e aplica-se também a administrações, governos, parlamentos, tribunais, coletividades locais, administrações do Estado, União Europeia e Nações Unidas. Por “governança” pode entender-se “a capacidade das sociedades humanas para se dotarem de sistemas de representação, de instituições e processos, de corpos sociais, para elas mesmas se gerirem em movimento voluntário (2009, p. 178). “Boa governação” ou “governação correta” serão as expressões que adotaremos daqui em diante.

⁴⁵ Conceito criado por John Downing para designar os *media* que expressam uma visão alternativa às políticas e às perspetivas hegemónicas, quebrando o silêncio e restabelecendo a verdade dos factos, sendo um modelo de contrainformação, sobretudo válido em regimes repressores e reacionários (Downing, 2011, p. 49).

forma de se relacionarem e de expressarem as suas ideias. A partir do que desenvolvemos nos capítulos anteriores e articulando as NTIC - Novas Tecnologias de Informação e Comunicação - com comunidade, proximidade, *empowerment* e poder, podemos sugerir que estamos perante uma nova dinâmica que envolve e afeta os demais ângulos da sociedade.

É notório que a internet altera em vários sentidos o processo de comunicação, quebrando barreiras outrora encontradas nos meios de comunicação de massa. Aliás, podemos tomar como exemplo disso o próprio acesso ao meio. A internet tornou-se no meio mais acessível à criação de conteúdos e o veículo de mensagem por parte do comum cidadão. A (suposta) ausência de filtros, a possibilidade de criar blogues ou páginas de internet pessoais, a partilha de comentários em formulários de notícias ou as próprias redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, entre outros, vieram facilitar o acesso à divulgação de opiniões, argumentos, mensagens, mas também ao aumento exponencial da quantidade de informação em circulação (Dahlgren, 2013).

Debruça-se também agora a investigação sobre a forma como estas NTIC e todas as mudanças sociais ocorridas com a transformação dos meios de comunicação e informação nos permitem referir estar na era da democracia digital⁴⁶ (Van Dijk, 2013), assumindo o cidadão um papel mais ativo. A dúvida persiste acerca da internet e das características que reúne em si, que supostamente possibilitam uma democracia direta, com a verdadeira ausência de intermediários e sem o controlo de instituições públicas, políticas e de comunicação. Todavia, estudos como os que Gómez, Froufe, Seoane e Miranda (2006) realizaram acerca de motores de busca como o *Google*, demonstraram que a internet, com todas as suas novas possibilidades, se revela um espaço passível de ser controlado, quer por governos, quer por poderios económicos. Sendo um espaço de lutas eleitorais consolidado e encarado pelos políticos como uma forma de chegar a determinados setores públicos, o indivíduo encontra-se dependente de uma seleção pessoal e crítica e de uma análise própria acerca dos interesses que estão por detrás das informações que lhe são enviadas (Gómez, Froufe, Seoane & Miranda, 2006).

Não obstante, apesar desta noção de controlo social, económico e político deste meio, as NTIC estão a transformar o processo democrático (Wheeler, 1997), pela variedade de possibilidades de participação que proporcionam.

⁴⁶ Van Dijk (2013) define democracia digital como “the pursuit and the practice of democracy in whatever view using digital media in online and offline political communication” (n.p.).

A integração da computação com as tecnologias de comunicação podem transformar o processo democrático, pois enquanto capacidade de serviços interativos diferentes, que melhoram a variedade de participação, (elas) são distinguidas dos média tradicionais como recipientes de informação que não são tão passivos (Wheeler, 1997, p. 211).

Depois de 1992, com a eleição de Bill Clinton nos E.U.A., as *superhighways*⁴⁷ (Wheeler, 1997) introduziram um novo modelo comunicacional. As autoestradas da comunicação possibilitaram encarar o cidadão como um sujeito operativo, reflexivo e participativo e não um mero espectador daquilo que socialmente e culturalmente o envolve. Estas autoestradas da comunicação foram apresentadas como elemento democratizador, quer de meios, quer de conteúdos, e as transformações sociais que daqui advieram são uma realidade (Giddens, 2000). Num primeiro momento, a internet foi-nos descrita como um espaço de “liberdade de crença, de consciência, de expressão, movimento, associação” (Wheeler, 1997, p. 215).

Além disso, trata-se de um meio que permite uma comunicação global, onde todos os cidadãos podem, à partida, ter acesso à mesma informação e às mesmas fontes culturais, proporcionando uma cidadania global, uma identidade supranacional, e um *cosmopolitismo* (Silverstone, 1999). Neste espaço, um grupo de cidadãos, ligados por uma cultura em comum, um contexto social partilhado, ideias em consonância ou discordância, reúne-se à volta de uma *mesa redonda virtual*. Aqui, debatem, explicam, comentam, apoiam, discordam, trocam, aceitam ou rejeitam opiniões e posicionamentos, formando uma espécie de pequena comunidade defensora de determinado ponto de vista e apoiante de uma causa que, posteriormente, pode acabar repercutida nos meios de comunicação de massa (Morais & Sousa, 2012).

Contudo, décadas depois sabe-se que a internet e as novas tecnologias não podem apenas ser encaradas somente por este prisma, talvez excessivamente otimista e, por vezes, até utópico. Aspectos como a nova alfabetização que se gerou à volta deste meio e que não está acessível a todas as faixas etárias podem conduzir à infoexclusão (Camponez, 2003; Macedo, Cabecinhas & Macedo, 2011), sobretudo nas faixas etárias mais envelhecidas (Helsper, 2009). Não obstante, entre os nativos digitais e apesar do uso recorrente das ferramentas disponíveis e da maior utilização destas novas

⁴⁷ Autoestradas da comunicação (Wheeler, 1997).

tecnologias, denota-se ainda a fraca literacia digital, “de cariz funcional e rudimentar” (Roberto, Fidalgo & Buckingham, 2015).

A internet é ainda um meio que não está acessível a todas as classes sociais ou a todas as regiões do globo e a sua desregulamentação, e a consequente monopolização, limitam a escolha supostamente livre dos seus utilizadores. Estas condições agravam-se com a tendência da utilização globalizante das novas tecnologias por parte dos *media* e o consequente aumento da possibilidade de expressão que permitem aos grupos de interesse.

Uma mutação que leva à questão lançada por Roger Silverstone (1999) no virar do milénio acerca da importância de estudar os *media* e com a qual iniciamos o próximo ponto deste nosso trabalho.

5. 2 A mutação dos *media*: do poder perdido da televisão ao poder adquirido pela internet.

A pergunta lançada por Roger Silverstone em 1999, “*Why study the Media?*”, continua hoje com extrema pertinência ou não fosse esta uma temática em constante evolução e mutação. A ubiquidade e a complexidade dos *media*, o facto de serem parte essencial da experiência contemporânea e a posição central que assumem no dia-a-dia do cidadão ocidental são algumas das razões apontadas pelo autor para que assistamos ao aumento de investigação aos *media* (Silverstone, 1999). Estes continuam a ser uma peça fundamental na vida cultural e social contemporânea, mas vivem um processo de constante mudança, desde a adoção e adaptação às novas tecnologias. Os *media* continuam a filtrar e a fragmentar a realidade, representando-a e difundindo apenas parte dela, permitindo que este *puzzle* da realidade conceda ao sujeito possibilidade de estruturar a sua rotina e criar pontos de referência. Ainda assim, a resposta aos *media* depende das características individuais de cada um e dos grupos sociais em que o indivíduo está inserido (Silverstone, 1999).

A esta particularidade devemos ainda acrescentar que atualmente a resposta dos indivíduos aos *media* está condicionada e influenciada pelo facto de as novas tecnologias e a sua consequente utilização trazerem consideráveis alterações à forma como gerimos a informação, como comunicamos e como produzimos significado sobre determinado assunto. Com o desenvolvimento da internet estamos na passagem da *democracia*

*televisiva*⁴⁸ (Santos, 2000)⁴⁹ para a *democracia digital* (Ferreira, 2012). A televisão, vista com potencial emancipador por Adorno (1954) e como agente de transformação cultural, transformação política e divertimento por Postnam (1986), passa a ser encarada no início do século XXI como a causa da diminuição da participação cívica e política e elemento arrasador de qualquer outro tipo de lazer, mostrando-se resiliente perante a introdução das novas tecnologias, nomeadamente a internet (Putnam, 2000). Franklin e Murphy (1998) utilizam o termo *Dumbed Down* para caracterizar a mudança nas prioridades editoriais, focadas num maior sensacionalismo, entretenimento e em formatos *tabloides*, mostrando uma deterioração que se intensifica pela concorrência entre os próprios *media* (Ursell, 2001).

Apesar do que foi dito, volvidas duas décadas desde o início do século, com a internet, a televisão transformou-se e adaptou-se aos novos formatos, aos novos ecrãs portáteis e faz agora também parte da nova *democracia digital* (Serra & Francisco, 2014), estando esta passagem e adaptação a representar não um empobrecimento, mas um enriquecimento da experiência de ver televisão (Serra & Francisco, 2014). Neste contexto de democracia digital, é impossível dissociar cidadania, participação e *media*, seja qual for o formato do *medium*, uma vez que os *media* assumiram uma importância social de tal ordem que passaram a ser “uma ferramenta primordial no exercício do direito de participação na *coisa pública*” (Portela, 2011, p. 21).

Ao longo da história dos meios de comunicação social foram vários os episódios de mudança e de transformação tecnológica, que se repercutiram nas rotinas produtivas e nos consumos por parte das audiências, fossem elas de leitores, ouvintes ou telespectadores, mas nunca antes do aparecimento da internet a velocidade e a constância da mudança tinham sido tão rápidas, bem como a efemeridade de meios de produção, de conteúdos ou hábitos de consumo (Portela, 2011).

Dahlgren (2013) questiona mesmo o facto de poucos pensarem que plataformas como *Facebook*, *Twitter* ou *Youtube* se tornariam importantes instituições da esfera pública. O autor é defensor do carácter participativo das plataformas dos novos *media* e

⁴⁸ Muito embora este estudo se debruce sobre a rádio destacamos aqui a televisão por ter sido o *medium* que assumiu a primazia de consumo por parte das audiências nas últimas décadas do século passado, por comparação com qualquer outro, inclusive a rádio, mas que também foi o alvo de maiores atenções por parte de académicos e investigadores (Wolton, 1994).

⁴⁹ Conceito desenvolvido por João de Almeida Santos no seu livro *Homo Zappiens – o feitiço da televisão*, escrito em 2000 e editado pela Notícias Editorial, quando era professor na Universidade de Coimbra e na Universidade de Roma “La Sapienza”.

considera que um dos maiores atributos da internet, talvez até o mais importante, é a forma como esta facilita a comunicação cívica horizontal e a participação.

Consequentemente, a internet passa a ser encarada como algo que tem sérias implicações na democracia, uma vez que, para além de aumentar o potencial da participação cívica, este novo meio potencia ainda que os consumidores possam igualmente assumir o papel de produtores de conteúdos.

A web proporciona uma extensão potencial da participação cívica; existe uma ampla variedade de práticas de participação possíveis e outras novas práticas a serem geradas constantemente. As ferramentas são cada vez mais efetivas e menos dispendiosas e fáceis de usar; o acesso e a colaboração estão em crescimento e estamos empenhados em passar de consumidores dos media a produtores (Dahlgren, 2013, p. 158).

Todavia, ainda que assistamos a esta mudança de papéis - do consumidor que era apenas utilizador, para o utilizador que também é produtor - é recomendada prudência na análise, pois a internet por si só não será “salvadora” da democracia e a participação cívica continuará sempre na sombra de outras atividades, como o consumo, o entretenimento ou a interação social em geral. Ainda assim, não pode ser descurado que a participação dos cidadãos na vida cívica e em assuntos de ordem política tem atualmente à disposição novas ferramentas e que, em grande parte dos casos, esta manifestação é realizada via *online* e até comumente sob a forma de “versões de jornalismo” (Dahlgren, 2013, p. 163). A internet proporcionou a expansão de um mundo globalizado, onde inexoravelmente estão refletidos *cosmopolitismo*, jornalismo e democracia, sendo que o *cosmopolitismo* é um elemento necessário para a participação cívica no mundo moderno globalizado, onde a *polis* transcende o espaço físico e geográfico, para um espaço sem fronteiras definidas que poderemos apelidar de *mediapolis*⁵⁰ (Jong & Schuilenburg, 2006; Silverstone, 2006).

5.3 A participação, o mundo globalizado e a *mediapolis*

Na *mediapolis* em que vivemos atualmente existe uma “responsabilidade mútua entre produtores e audiências, assim como uma capacidade de reflexão de todas as partes envolvidas” (Dahlgren, 2013, p. 164). A *web* permite novas formas de participação

⁵⁰ Cf. nota de rodapé n.º 2.

cívica e este aspeto marca uma nova fase na história da democracia como já referimos anteriormente. Uma participação democrática que se está a tornar global, que leva à noção de *cosmopolitismo cívico*, entendido como “os atributos associados à participação democrática em contextos globais” (Dahlgren, 2013, p. 166).

A internet surge associada à ideia de uma nova arena pública discursiva (Ferreira, 2012). Por exemplo, as redes nela geradas, nomeadamente nas plataformas sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, etc., são palco para uma esfera pública global, pois estes meios são à partida universais, sem qualquer hierarquia estabelecida, oferecendo liberdade de expressão, uma agenda própria construída por cada um dos cidadãos participantes e oferecendo-se como uma plataforma de comunicação dissociada das tradicionais instituições de comunicação.

O cidadão pode tomar parte ativa na vida das comunidades (geográficas ou virtuais) onde se insere. Sem que esteja ligado a um determinado quadrante político e sendo independente do poder económico vigente pode ganhar capacidade para influenciá-los (Portela, 2011). Uma capacidade que surge por resultado das NTIC, que permitem dinamizar os processos de comunicação entre cidadãos, contribuindo para uma transformação do modelo de comunicação de massa, como sugere Correia (2002).

Importa estar particularmente atento às possibilidades estratégicas que as novas tecnologias da comunicação evidenciam em termos de dinamização da sociedade civil. Acredito que estamos diante de uma significativa transformação do modelo de comunicação de massas graças ao uso dos computadores como meio de difusão de um novo tipo de mensagens (Correia, 2002, p. 4).

Todavia, este novo modelo de comunicação implica que os cidadãos adquiram competências dentro da chamada *literacia mediática*, como condição para uma cidadania ativa e para que estejam habilitados a contribuir para marcar a agenda social. O cidadão tem de estar apto a reunir um conjunto de competências específicas para a “compreensão e utilização das ferramentas digitais” (Portela, 2011, p. 23). Um argumento que pode reforçar a posição de que o acesso à internet não é igualitário ou uniforme, sendo que vários fatores como a classe social, a idade, o contexto cultural ou o género podem ser preponderantes e decisores do acesso, ou não, aos novos *media* e consequentemente influenciadores do potencial de intervenção de cada indivíduo na vida pública da sua comunidade, por meio das NTIC (Correia, 2002).

De acordo com Morais e Sousa (2012), as redes sociais, por exemplo, são plataformas onde pode estar disponível informação sobre as associações e suas atividades, fundamentais para a mobilização das pessoas em torno de uma causa comum, e que é fator primordial para o envolvimento destas em “ações, protestos ou movimentos” (2012, p. 13). Se considerarmos a participação dos cidadãos o aspeto mor da democracia, uma vez que esta participação acaba por controlar direta e indiretamente quem ocupa cargos públicos e políticos, então esta é também a forma que um conjunto de indivíduos (enquanto movimento ou comunidade) tem ao seu dispor para dar a conhecer, a entidades públicas e políticas, as suas necessidades, vontades, interesses, preferências e intenções, bem como exercer pressão para que vejam respondidas essas mesmas necessidades ou intenções.

No seguimento da ideia anterior, sublinhamos aqui a importância que o associativismo assume como “estrutura de base necessária à criação da democracia” (Ginsborg, 2008, p. 61), com o papel de retirar os indivíduos das suas vidas excessivamente privadas, criando círculos mais amplos de cidadãos, com diferentes convicções políticas, mais críticos e informados, conseqüentemente mais participantes, que dialoguem com os políticos numa determinada base de paridade e mútuo respeito. Numa democracia com significado, “a voz do povo deve ser clara e forte” (Ferreira, 2012), para que sejam compreendidas as suas preocupações e para que seja prestada atenção ao que é dito, sendo necessário que haja igualdade (do cidadão em contexto grupal e de comunidade) no processo democrático, o que nem sempre acontece.

Quer a evidência obtida por disciplinas como a psicologia experimental, quer a observação das configurações deliberativas tradicionais demonstram que indivíduos com mais elevado nível de educação e mais alto estatuto falam com mais frequência, para além de que o fosso entre o conhecimento das elites e dos cidadãos é suscetível de tornar as elites muito mais influentes que os cidadãos (Ferreira, 2012, p. 38).

Um aspeto que já vimos aquando do desenvolvimento do conceito de comunidade no primeiro capítulo, mas que importa reforçar por estar também relacionado com a noção de participação.

Em síntese, centremos atenções nas capacidades que as novas tecnologias digitais possuem e que podem ser usadas em prol da educação para a participação cívica, para que todos possam ter acesso livre à informação, permitindo o debate entre interlocutores que estão separados geograficamente e a largas distâncias.

Quase todas as formas de participação política por parte da esfera civil poderiam ser realizadas mediante o recurso aos novos meios de comunicação – desde o contacto e a pressão sobre os representantes eleitos à formação de opinião pública, à formação de movimentos da sociedade civil ou ainda à simples participação em fóruns eletrónicos de deliberação ou à intervenção em plebiscitos online (Ferreira, 2012, p. 41).

No seguimento desta ideia, reside na democracia digital, desde a afirmação da cibercultura na década de 90 e na *mediapolis*, a esperança de que todos os cidadãos tenham igual liberdade de acesso à participação cívica e política. Estamos, por isso, perante uma inclusão democrática, proporcionada por uma democracia comunicativa, onde coexistem pluralidades de opiniões, diversidades de conteúdos e formatos, pluralidade de formas de expressão, de desejos e de necessidades, pluralidade de estilos de discurso e de perspetivas (Higgins, 2008), conduzindo este espaço aberto à participação ao surgimento do cidadão participante e criador de conteúdos.

5.4 O cidadão como criador de conteúdos no mundo digital dos *media*

Tradicionalmente os jovens são o setor da população com menos participação cívica na vida política e pública tradicional⁵¹ (Cruz, 1985; Magalhães & Moral, 2008; Carvalho, 2012, Anderson & Jiang, 2018). Contudo, sabe-se também que são os jovens quem mais se sente atraído pela inovação constante e pelas novas tecnologias e quem mais as utiliza (Eurostat, 2016; Pew Research Center, 2018)⁵². Por isso mesmo, é conveniente perceber se o generalizado acesso dos jovens às novas tecnologias,

⁵¹ Estudos sobre a participação política dos jovens portugueses na década de 80 do século passado mostravam um interesse médio pela política (Cf. Manuel Braga da Cruz, 1985, p. 1077). Dados que são corroborados pelos estudos de Maria Madalena Carvalho, da Universidade Católica Portuguesa, em 2012, e já em 2008 por um estudo de Pedro Magalhães e Jesus Sanz Moral sobre “Os Jovens e a Política”, realizado pelo Centro de Estudos e Sondagens de Opinião, da Universidade Católica Portuguesa, com o objetivo de recolher informações sobre as atitudes e comportamentos políticos dos jovens em Portugal. Este último estudo concluiu que os portugueses, em geral, evidenciam baixo envolvimento na política, sendo que este envolvimento é menor entre os mais jovens e os cidadãos seniores. Entre os 18 e os 29 anos, o envolvimento dos jovens adultos portugueses é baixo, mas escapa aos últimos lugares do *ranking* europeu. Os jovens são também quem tende a exibir menores conhecimentos políticos.

⁵² Segundo o estudo do Eurostat, de 20 de dezembro de 2016, *internet use by individuals*, 80% das pessoas entre os 16 e os 74 anos na União Europeia utilizavam a internet em 2016, sendo que os telemóveis foram a plataforma mais utilizada para navegar na internet (79%), seguido dos computadores portáteis (64%), computadores fixos (54%) e tablets (44%). Quando analisado por grupos de idades, o acesso à internet é mais intenso por parte dos jovens entre os 16 e os 24 anos, seguido pelo intervalo de idades dos 25 aos 54 anos. Cf. Eurostat (2016) disponível em <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf/f023d81a-dce2-4959-93e3-8cc7082b6edd>

permitindo que sejam estes os próprios criadores de conteúdos e não meros consumidores passivos, vem proporcionar um maior envolvimento destes nas questões políticas e impulsionar uma maior participação pública. Até porque estas novas tecnologias proporcionam o desenvolvimento de novas relações entre os sujeitos e os *media* e a criação de novas experiências de relacionamento entre personificação, identidade e comunidade, ou ainda o desenvolvimento de novos parceiros de organização e produção (Burton, 2005).

Um estudo recente realizado pelo Pew Research Center (2018), nos Estados Unidos da América, responde a esta questão. Demonstra que a quase totalidade dos jovens americanos (97%) utiliza plataformas *online*, na sua maioria porque se sentem mais conectados com a vida social, atribuindo às redes sociais emoções positivas como a inclusão (71%) e emoções negativas como a exclusão (25%). Muito embora os jovens americanos considerem que as redes sociais ajudem a torná-los mais cívicos e participativos, uma vez que estão expostos a uma maior diversidade de pontos de vista e de conteúdos, este estudo também mostra que, ainda assim, é mais comum que os jovens publiquem acerca das suas experiências pessoais do que propriamente sobre as suas crenças políticas. Este estudo explica como se formam os grupos *online* à volta de temáticas de interesse comum.

Nos Estados Unidos da América, os jovens entre os 13 e os 17 anos agrupam-se e participam *online*, acima de tudo, pelas preferências desportivas e de estilos de vida, mais do que por questões políticas ou religiosas. Todavia, os jovens olham para as plataformas digitais como espaços abertos à sua participação, conexão e interação em grupo, nomeadamente através de fóruns digitais.

Roughly two-thirds of teens say these sites help people their age interact with individuals from diverse backgrounds, find different points of view or show their support for causes or issues. And they see digital environments as important spaces for youth to connect with their friends and interact with others who share similar interests. For example, 60% of teens say they spend time with their friends online on a daily or nearly daily basis, and 77% say they ever spend time in online groups and forums (Anderson & Jiang, 2018, n.p).

Os novos *media* proporcionam uma maior participação dos cidadãos quando comparados com os *media* tradicionais, sobretudo das camadas mais jovens, devido aos reduzidos custos de acesso, à sua facilidade de utilização, ao acesso facilitado à informação. A estas razões, acresce ainda a velocidade de produção que proporcionam

e a valorização atribuída a essa mesma produção, pois é mais real, mais imediata e mais interessante para as audiências, proporcionando “mais imagens, em mais lugares, de mais fontes” (Burton, 2005, p. 199).

Estamos perante uma nova cultura eletrónica e digital, com a capacidade de criar uma nova era de relacionamentos complexos (McLuhan, 2009), com a *web* encarada como um novo mecanismo que poderá perfeitamente providenciar novas oportunidades para os utilizadores⁵³. Uma visão “eufórica” de McLuhan (Burton, 2005), que olvida o relacionamento do desenvolvimento dos *media* com a economia e as estruturas sociais. Apesar de proporcionarem novas experiências aos consumidores, que agora são inclusive produtores de conteúdos, os novos *media*, tal como os *media* de massa, continuam debaixo da alçada do mercado.

A tecnologia é algo que existe como um simples objeto para uso, mas age para estruturar as nossas escolhas e preferências, embora não totalmente de uma forma determinista. (...) O relacionamento está em constante fluxo: os processos políticos formam a tecnologia e esta forma as políticas” (Burton, 2005, p. 202).

A internet permite novas formas de participação cívica, marcando assim uma nova fase na história da democracia, onde os cidadãos, pela via digital, exercem uma participação democrática em contexto global, operando em contextos transnacionais e transculturais.

Este ideal de participação democrática, que dá como garantido que todos podem ser, ao mesmo tempo, comunicadores e produtores de conteúdos (Rodrigues & Braham, 2011), conduz também ao surgimento de matérias como forma de jornalismo, obtidas ou desenvolvidas por ato jornalístico praticado por não jornalistas. Autores como Henry Jenkins (2006), McChesney e Nichols (2016) e Rodrigues e Braham (2011) utilizam termos como “jornalismo-cidadão” ou “jornalista-cidadão” para descrever o ato da criação jornalística que não é reconhecido profissionalmente pela audiência.

⁵³ Numa entrevista dada a 8 de maio de 1966, a um programa de análise política da CBC (*Canadian Broadcast Corporation*) TV, realizada pelo jornalista Robert Fulford, McLuhan admitindo que sempre se preocupou “com o efeito das coisas, não com o seu impacto, mas com as consequências após o impacto”, respondia acerca da mudança que a televisão tinha provocado nos jovens e antevendo o impacto da utilização de computadores por todo o mundo. “Quando se introduz um novo meio de comunicação numa dada população, toda a sua vida sensorial muda um pouco, às vezes, muito. (...) A partir da televisão, a política canadiana, inglesa e americana esfriou quase ao ponto de rigor mortis. A política exige muito mais calor do que aquele que a televisão lhe pode dar. (...) Se o público for envolvido no processo (...) fica contente. (...) Com a ajuda de computadores (...) fotocopia-se todo o material mais recente que interessa à pessoa (...) O pacote é enviado como um serviço pessoal direto. É neste sentido que se caminha, na situação de informação eletrónica” (McLuhan, 2009, pp. 106-107).

Esta “atividade jornalística tornou-se parte desta participação *online* livre” (Dahlgren, 2013, p. 157) e é resultado desta participação cívica alargada.

The greatest changes are occurring within consumption communities. The biggest change may be shift from individualized and personalized media consumption toward consumption as a network practice (Jenkins, 2006, p. 244).

Não obstante, de acordo com Usha Rodrigues e Emily Braham (2011), esta nova realidade deve conduzir a um conjunto de interrogações, por parte da academia, que colocam em causa esta visão demasiado otimista do cidadão como produtor de conteúdos jornalísticos.

‘If everyone’s a journalist now, then who am I?’ There’s a corollary, too: ‘If everyone’s a journalist, then who’s the audience?’ If the audience is now made up of ‘journalists’, there’s no one else left. If everyone is so busy being their own ‘Daily Me’, who’s listening? (2011, p. 108).

O facto de não existirem respostas concretas a estas perguntas permite que se encare o ciberespaço, onde atua o “jornalista-cidadão”, com demasiado otimismo. Robert McChesney (2000) descreve esta esfera mediática como “rich media, poor democracy”⁵⁴, desapoando a visão de que uma explosão de cidadãos produtores de conteúdos, ao mesmo tempo que são também recetores de conteúdos, possa significar a melhor ou a única resposta para os problemas desta esfera mediática.

O próprio termo de “jornalista-cidadão” ou de “jornalismo-cidadão” não é consensual. Chris Atton e James Hamilton (2008) recorrem ao uso da nomenclatura de “jornalismo alternativo”, pois consideram que este é, geralmente, uma resposta à dominação do capitalismo e uma resposta política e cultural alternativa no contexto da globalização. Ainda assim, este conceito, no ponto de vista de Usha Rodrigues e Emily Braham (2011), tem falhas e é também limitado sob o ponto de vista do alcance e da influência social.

This leads to the rather pessimistic conclusion that the whole concept of alternative journalism is somehow flawed. Yes, as Atton and Hamilton (2008) demonstrate, alternative journalism exists in the form of ezines, fanzines, community broadcasting (though that can also have a commercial aspect) and the radical press,

⁵⁴ A abordagem a esta questão, por McChesney, está presente no seu livro *Rich Media, Poor Democracy: Communication politics in dubious times*.

but these have virtually no influence, while the mainstream media, for all its flaws, does have both reach and influence (Rodrigues & Braham, 2011).

Embora estas formas alternativas de jornalismo tenham, ainda, pouca influência social, representam um novo desafio para os *media mainstream*, que está a braços com um desafio ainda maior, relacionado com o fracasso da economia política do modelo de jornalismo industrial.

No contexto do jornalismo industrial tradicional, na produção de conteúdos jornalísticos impera a veracidade e a verificação dos factos, ao passo que na produção de conteúdos por parte de cidadãos não existem guias de orientação e poderemos estar perante uma verdade multidimensional (Dahlgren, 2013): uma pluralidade da verdade, que depende sempre da perspetiva de cada uma das partes envolvidas, baseada na diferença dos pontos de vista de cada um. Quem participa no espaço de discussão pública pode dar uma versão específica da realidade⁵⁵.

A natureza da mudança da participação é igualmente mais interessante para as camadas mais jovens, acima de tudo devido a um conjunto de características que elencamos e para as quais estão mais predispostos: a interatividade e o poder de escolha que incentivam à audiência ativa, a convergência e diversificação dos formatos, a variedade dos conteúdos, o controlo de acesso aos conteúdos produzidos por parte da audiência ativa e produtora e a possibilidade constante de o fazer (Carpentier, 2017).

De acordo com Jenkins (2006), *convergence encourages participation and collective intelligence* (2006, p. 245). Ao acedermos a multiplataformas em conjunto, partilham-se mais informações, promovem-se interesses comuns e intensifica-se a circulação de conteúdos. Por isso, mais do que falar de *media* personalizada, que era um dos ideais da revolução digital dos anos 90, talvez devamos falar de uma *media* comunitária⁵⁶.

⁵⁵ Este aspeto levar-nos-ia para questões mais relacionadas com a profissionalização do jornalismo que, embora de grande relevo, não são o foco da nossa investigação. Não obstante, pareceu-nos pertinente deixar claro que a abertura a uma maior participação dos cidadãos nas questões públicas tem também impactos diretos no jornalismo e nos jornalistas, sendo que há autores como Peter Dahlgren (2013), que consideram de interesse maior preocuparmo-nos com as fronteiras entre jornalismo e não jornalismo ou “jornalismo-cidadão”. O jornalismo encontra-se também num período de transição, sobretudo quando não é feito apenas por jornalistas. A magnitude desta ideia é significativa, sobretudo quando olhamos para esta profissão e para a sua centralidade na vida democrática, de um país ou mesmo até de uma comunidade.

⁵⁶ A designação original utilizada por Jenkins (2006) é *comunal media*, meios criados por membros de uma comunidade.

Perhaps we should talk about communal media – media that become part of our lives as members of communities, whether experienced face-to-face at the most local level or over the net (Jenkins, 2006, p. 245).

Esta nova participação possibilitada pelos *media* digitais e mesmo pelos *media* comunitários contrasta com a realidade dos *media* de massa tendencialmente comerciais, que oferecem conteúdos populares e onde a audiência se apresenta como passiva, não permitindo uma interação alargada por parte dos consumidores e excluindo as audiências minoritárias (Higgins, 2008; Carpentier, 2017).

O digital trouxe consigo uma participação democrática, mais alargada, baseada no potencial de igualdade de acesso à informação e na igualdade de possibilidades de criação de conteúdos, que culmina em mudanças na perceção e receção dos mesmos, com o público a poder ter maior capacidade de escolha e de decisão (McChesney & Nichols, 2016). Esta transformação provoca uma fragmentação dos públicos dos *media*, produzindo “uma luta entre liberdade e controlo” (Higgins, 2008, pp. 136-137) ou, como nos dizem Proulx et al. (2011), as práticas produtivas que podem ser simultaneamente alienadoras e emancipatórias.

É importante perceber que, no contexto capitalista, a possibilidade de produção de conteúdos pelo utilizador parece, à primeira vista, parte de uma cultura participativa em que os públicos são intervenientes ativos nos novos *media*, que, por sua vez, estão em convergência com os velhos *media*.

Contudo, estes produtores de conteúdos podem ser encarados como uma força de trabalho invisível, que suporta o novo capitalismo informacional do século XXI, uma vez que o fazem sem se aperceberem da existência de um sistema capitalista por detrás, dominado pelos gigantes da internet, como *Google*, *Facebook* ou a *Microsoft*. Com as informações cedidas *online* pelos produtores de conteúdos são recolhidos dados que são, posteriormente, (re)usados, fazendo *crowdsourcing*⁵⁷. Esta ideia é corroborada por Proulx et al. (2011), que afirmam que “The giants of the internet industry are building their industrial and commercial empires through the aggregation of data supplied voluntarily and freely by internet users” (2011, pp. 10-11). Por outro lado, estas redes

⁵⁷ De acordo com Daren Brabham (2008), o conceito surgiu em 2006, introduzido por Jeff Howe e Mark Robinson, para definir o processo de obtenção de serviços, de ideias ou de conteúdos, por parte de um grupo de pessoas, especialmente de uma comunidade *online*. O *crowdsourcing* não deve ser um modelo de *Open Source* exclusivamente capitalista, mas sim um modelo de agregação de talento, por forma a reduzir custos e tempo na resolução de problemas. É uma ferramenta impulsionada pela *web*, permitindo a interatividade do utilizador. “*Crowdsourcing may very well be the means to harness the productive potential of such imaginative as we implicate ourselves in the process*” (Brabham, 2008, p. 88).

de produtores que se formam permitem o *empowerment* dos utilizadores, podendo ser usadas para dar voz, esperança e expectativas a grupos e comunidades, criando um ideal de democracia participativa (Proulx, et al., 2011).

Esta participação ativa tem consequências também para os próprios *media* de massa, que se veem forçados a procurar uma adaptação e até a reinvenção, devido a estas novas tendências de participação que a entrada no novo milénio trouxe consigo, proporcionadas pelos avanços tecnológicos e pelo crescimento dos *media* digitais. Por exemplo, nos *media* de radiodifusão passaram a usar-se mais “SMS, *websites* interativos e *shows* para envolver, com mais força, as audiências no processo editorial” (Nyre & Fossi, 2010, p. 195). Esta abertura à participação dos públicos gera tensão junto dos proprietários dos *media*, habitualmente detentores do controlo de conteúdos, habituados que estavam a gerir um *media* de apenas uma direção comunicacional - emissor/recetor - difundindo as suas mensagens para um grande número de pessoas. Atualmente, são forçados a uma comunicação em duas direções - emissor/recetor e recetor/emissor, “estando em conexão próxima com os utilizadores individuais, através das novas plataformas tecnológicas” (Nyre & Fossi, 2010, p. 195).

Contudo, embora todas estas novas ligações potenciadas pelos novos *media* sejam redes sociais fundamentais, a realidade espelha que o utilizador, embora com mais ferramentas de participação disponíveis, continua dependente das decisões dos profissionais, dentro do controlo editorial existente e dos proprietários dos *media*. Até porque a tecnologia, por si só, não determina a sociedade, nem a sociedade, por si só, determina o curso da mudança tecnológica. É sim a interação entre ambas: sociedade e tecnologia (Howard, 2011).

Em síntese, a participação dos cidadãos nos meios de comunicação pode ser considerada como uma participação restrita e controlada pela estrutura editorial, que ocorre quando um determinado programa abre à participação dos ouvintes, mas esta participação é controlada no tempo e assunto em discussão⁵⁸. Por outro lado, pode ser uma participação ativa, descrita como a participação direta dos cidadãos na produção do seu próprio discurso e na publicação sem consentimento prévio dos fornecedores do serviço, que é proporcionada pelas novas tecnologias⁵⁹.

⁵⁸ Tomemos como exemplo a rádio enquanto *medium*. Poderíamos incluir aqui os programas de *phone-in* como os fóruns de ouvintes, que debatem e opinam sobre determinada temática. Em Portugal existem a *Antena Aberta*, na rádio Antena 1, e o *Fórum TSF*, na rádio TSF, mas também vários programas de discos pedidos em várias rádios locais.

⁵⁹ Exemplo dos *chats* de discussão ou da possibilidade de comentários das notícias publicadas *online*.

Em qualquer uma destas situações é primeiramente necessário que haja um padrão participativo, que é conseguido quando os meios digitais se apresentam como o espaço preferencial de criação de cultura e de conhecimentos e quando a participação surge facilitada pelo uso destas novas plataformas, quer em termos cognitivos, quer em termos técnicos. Assim, potencia-se o surgimento massivo de comunidades *online* e o aparecimento de novos modelos económicos, que têm em conta o contributo do indivíduo, adaptando a produção e a distribuição a esta nova realidade (Proulx et al., 2011).

A participação, vista enquanto conceito que evolui ao longo do tempo, bem como o seu cruzamento com o contexto dos *media*, é bastante pertinente para o nosso objeto de estudo, sendo uma das principais características das rádios comunitárias e por isso importante que se explore também neste âmbito, como faremos posteriormente. Em algumas geografias, com a internet, as RC proporcionam discussões *online* com especialistas para resolver um problema específico de uma determinada comunidade e passam a poder ser encaradas como “telecentros”, proporcionando acesso por parte da população à internet, mas também ao telefone, fax, vídeos e livros. Um novo enquadramento que potencia a interrogação do papel da rádio na era da internet e até mesmo do próprio conceito ou designação deste meio (Lovink, 2012) e que desenvolvemos no próximo subcapítulo deste estudo.

5.5 O potencial participativo da rádio

Ao longo da sua história, a rádio já sobreviveu a vários prenúncios de morte e, atualmente, está perante um grande desafio, que consiste em encontrar o seu espaço dentro do recente ecossistema mediático, que se encontra em mutação constante. Assim, tudo dependerá da sua capacidade de adaptação presente e futura a este novo ecossistema (Herreros, 2001; Nyre & Fossi, 2010; Portela, 2011; Ribeiro, 2013; Santos 2015). Um futuro que Santos (2015) considera que pode ser encarado com “moderado otimismo”, se fizer jus a algumas das suas características fundamentais, “como a imediaticidade, o baixo custo ou a mobilidade” (2015, p. 193). A internet veio trazer um conjunto de oportunidades àquilo que pode ser a *rádio falada* e muitas mais ameaças ao que é a *rádio*

*musical*⁶⁰ (Costa, 2017). A internet modificou aquilo que eram as concessões tradicionais da rádio que, além de ter permanecido a emitir informação sonora, passou a transmitir informação em formatos paralelos como a escrita e o visual. Como refere Cebrián Herreros (2001), “a rádio na internet é outra coisa diferente da rádio” (2001, p. 21).

A confluência da rádio tradicional com as inovações técnicas e as ferramentas multimédia deu lugar a uma inovação da linguagem, dos conteúdos e do próprio modelo radiofónico, que fazem com que este *media* tenha pela frente desafios como a necessidade de se adaptar a uma nova noção de temporalidade, a uma maior diversidade na disponibilização de conteúdos e ainda à modificação estética da linguagem sonora, perante a constatada diminuição dos ouvintes da rádio em FM e o consecutivo aumento das suas escutas *online*⁶¹. (Santos, 2015).

Pedro Portela (2011) recolhe em Brecht (2005) a ideia de que existe com as NTIC, também na rádio, “uma espécie de rebelião por parte do ouvinte” (2011, p. 41), uma vez que estas novas ferramentas ativam a capacidade de se tornar num produtor de conteúdos, sendo por isso criado um contexto favorável à participação dos cidadãos, quer enquanto internautas observadores e comentadores, quer mesmo enquanto internautas produtores de conteúdos.

A participação dos cidadãos e a existência de uma audiência mais ativa é uma das consequências da alteração do modelo radiofónico, trazida pela capacidade interativa da rádio, onde existe

un auténtico diálogo con la audiencia en la que sea también la que tome decisiones y dirija la orientación de los temas de manera similar a como lo hace cualquier otro modelo auténticamente interactivo como sucede, por ejemplo, en internet (Herreros, 2001, p. 27).

Esta interatividade deve permitir ao ouvinte, que também é internauta, que faça a sua própria procura de conteúdos programáticos, quando quiser e onde pretender, mas este processo interativo só será total se existir capacidade de diálogo com a própria fonte

⁶⁰ As designações de *rádio falada* e *rádio musical* são utilizadas pelo jornalista e investigador João Paulo Meneses em entrevista a Pedro Costa (2017).

⁶¹ Nos EUA, por exemplo, as escutas *online* representavam 21% no final da primeira década do século XXI (Santos, 2015).

de informação e se existir um intercâmbio de informações e opiniões entre aqueles que fazem parte do processo de comunicação⁶².

Assumindo um papel de relevo na esfera pública, a rádio personalizada (Herreros, 2001, p. 119)⁶³, com o potencial que lhe confere a internet, pode reforçar “os objetivos de proximidade para com as comunidades envolventes” (Bonixe, 2017, p. 48). Acima de tudo as rádios locais, pois possuem características e condições muito próprias, que permitem que a comunidade se reveja na sua programação, como aliás analisaremos com mais detalhe na segunda parte deste nosso trabalho.

O mundo global potenciado pelo *online* não desaparece com a promoção da localidade, das culturas locais e dos conteúdos locais, possibilitados pela rádio (local), uma vez que, com a internet, o local deixou de ser apenas a dimensão territorial e passou a estar acessível em qualquer parte do mundo (García, 2008). Tal acontece, de acordo com Luís Bonixe (2017), devido à função ontológica das rádios locais.

Apesar de os diversos modelos de comunicação emergentes e determinados pela tecnologia, os media locais possuem ainda um vínculo muito forte ao que é próximo localmente (...) mantêm a função ontológica de ligação às comunidades locais (Bonixe, 2017, pp. 49-50).

É esta função ontológica de proximidade para com as comunidades locais que as torna, por vezes, tão próximas das rádios comunitárias. Embora não assumam a mesma tipologia de rádio ou o mesmo modelo de radiodifusão, a mesma gestão ou a mesma igualdade ao nível dos conteúdos programáticos, o facto é que existe uma aproximação entre ambas, como veremos nas próximas páginas.

Na segunda parte desta tese desencadeamos uma revisão de literatura, de vários investigadores nacionais e estrangeiros que se dedicam à investigação na área das rádios locais e das rádios comunitárias. Iniciamos com uma distinção entre modelos de radiodifusão pública, privada e comunitária, para depois debatermos com mais pormenor o terceiro setor de radiodifusão e as rádios comunitárias.

⁶² Cf. Herreros (2001, p. 27).

⁶³ Cebrián Herreros (2001) define a “rádio personalizada” como a rádio atual, aquela em que o ouvinte, ativo e participante, cria os seus produtos (musicais, informativos, etc.), conduzindo a uma individualização do consumo radiofónico, mas sempre interligado com a noção da necessidade de diálogo constante e da partilha de informações, que conduzem à sociabilização.

SEGUNDA PARTE – Enquadramento das rádios comunitárias no mundo, a realidade da CPLP e o espírito comunitário das rádios locais em Portugal

Introdução

Após ter sido apresentado, na primeira parte, o quadro teórico de referência, que fornece um esquema conceptual de interpretação ao problema em análise, no qual foram abordados os conceitos que possibilitam sustentar a análise às emissoras portuguesas com cariz comunitário, pretende-se, neste segundo momento, contextualizar as rádios comunitárias no setor da radiodifusão.

Antes de avançarmos para uma definição de RC e de sublinharmos a importância da participação nestes *media* alternativos, estabeleceremos uma distinção entre os modelos de radiodifusão público e privado, como forma de indicar as suas principais características e de perceber a distinção entre estes modelos e o exemplo comunitário.

Sabendo de antemão que não existe qualquer enquadramento legal destes *media* em Portugal, pretende-se conhecer a legislação atual na Europa, estabelecendo distinções entre as diferentes realidades existentes, expandido depois a análise para outros contextos do globo. Nesse sentido, pareceu-nos acertado detalhar a realidade das RC no seio da CPLP, pela ligação histórica e cultural dos países que a compõem. Após a descolonização, Portugal manteve laços, sobretudo linguísticos, culturais e comerciais, com os restantes países lusófonos, formando assim uma comunidade que, embora heterogénea, partilha experiências, informações e culturas.

Finda esta parte preliminar de contextualização, num último momento abordaremos os *media* de proximidade em Portugal, aferindo o papel desempenhado, atualmente, pelas rádios locais. Nesta fase, iremos aprofundar o espírito comunitário das rádios locais portuguesas e a possibilidade da existência de um terceiro setor de radiodifusão em Portugal.

1. Modelos de radiodifusão: os *media* públicos e os *media* privados

O eixo polarizador de *media* públicos e *media* privados foi desencadeado na Europa nos anos 60, mas só nos anos 80, com a liberalização dos *media*, foram tomadas medidas concretas nesta distinção de conceitos (Paquete de Oliveira, 1992). Tendo em conta que a imprensa escrita estava, na sua maioria, nas mãos de privados, a radiodifusão pública existia como que para estabelecer um equilíbrio dentro do sistema mediático. Esta centralização estatal da rádio justifica-se com questões financeiras, de mercado e ainda com questões históricas e sociais.

Tal como agora, por detrás dos fenómenos da concentração e internacionalização do sistema dos media, também no fenómeno dos monopólios e centralização estatal, estiveram razões financeiras e regras de mercado, noutros contextos, históricos e sociais (Oliveira, 1992, p. 1009).

Nos anos 80 do século passado, mormente devido à chegada das tecnologias de informação e comunicação, surgiu um novo quadro dos *media* na Europa e no mundo, marcado pelo surgimento dos consórcios de empresas ligadas aos *media*, às NTIC e às telecomunicações, com a mesma empresa que detinha a maquinaria de produção, em grupo ou em rede, “por vezes disfarçadamente, a oferecer os serviços de notícias” (Paquete de Oliveira, 1992, p. 1006).

De acordo com Paquete de Oliveira (1992), surge um sistema informativo-comunicacional de *multimix*, em que o sistema público não é mais apenas do Estado, mas a junção do produtivo, o político, o económico, o religioso, o desportivo, etc., sendo que este sistema no seu todo é uma alavanca ao desenvolvimento de todo o sistema público. Nesta altura, quebram-se décadas de monopólio de serviço público. Exemplo disso é o Reino Unido, onde a *British Broadcasting Corporation* (BBC), “um operador de propriedade, financiamento e controlo estatais” (Fidalgo, 2003, p. 2), criado em 1926 e modelo para outros países da Europa, detinha o monopólio da radiodifusão. Até aqui a televisão e a rádio estavam concentradas nas mãos do Estado, embora existissem casos esporádicos em que era permitida a entrada dos privados no setor dos *media* eletrónicos. “Esta tradição europeia, bem distinta da norte-americana, foi claramente posta em causa e as pressões para abrir o mercado a novos atores intensificaram-se” (Sousa, 2000, p. 3).

Com esta abertura à entrada dos privados no setor dos *media* eletrónicos, as práticas e políticas inerentes à informação e comunicação passaram gradualmente a ser pouco distintivas e alternativas. Existe, entre privado e público, uma homogeneidade em termos comunicativos e informacionais que nem sempre se coaduna com as exigências do público e com a defesa daquilo que é melhor para os cidadãos. Em resultado disso, existe uma comunicação que, cada vez mais, obedece a estratégias e não a modelos, estando associada a fenómenos políticos e à evolução de cada país, resultando de uma luta de poder entre os diferentes atores políticos e económicos.

Na sociedade da informação estamos num novo estádio social, em que os governos são os encarregados de defender os interesses dos grupos privados, nacionais ou

transnacionais, que, obviamente, nem sempre são coincidentes com os interesses dos «privados cidadãos (Paquete de Oliveira, 1992, p. 1008).

Em Portugal, o processo de liberalização dos *media* e a estabilização do setor foi sendo atrasado, mesmo já em período de democracia no pós 25 de abril de 1974, porque, indiretamente como consequência da nacionalização da banca e do setor produtivo, continuou muito ligado à noção histórica de poder associada à ideia de instrumentalização da comunicação social. Uma situação que se alterou devido à entrada de Portugal na CEE⁶⁴ e à evolução da indústria dos *media*, nomeadamente ao nível do crescimento económico e a consequente expansão do mercado publicitário, mas também devido ao desenvolvimento tecnológico (aparecimento do cabo e do satélite).

Na passagem para os anos 80, os serviços públicos de rádio e televisão portugueses atravessavam grandes dificuldades de financiamento e altos custos de produção e só em 1987 se criaram as condições internas que conduziram a uma mudança significativa:

Propôs-se privatizar a imprensa que havia sido nacionalizada no período revolucionário, liberalizar o sector radiofónico, privatizar a Rádio Comercial e abrir a televisão à iniciativa privada. Ainda esfera mediática, Cavaco Silva entendeu manter um serviço mínimo de rádio e televisão e manter pública a agência noticiosa LUSA. Estes programas do governo não deixaram também de dar considerável atenção às comunidades portuguesas no estrangeiro e aos países de língua oficial Portuguesa, nomeadamente através da RTP Internacional (RTPi) (Sousa, 2000, p. 4).

Uma das primeiras medidas estruturais a ser implementada foi a reorganização da radiodifusão. Quebrou-se o duopólio dominante e apenas partilhado entre a Radiodifusão Portuguesa e a Rádio Renascença e, em 1989, o XI governo constitucional atribuiu 314 frequências locais e duas regionais. A presença do Estado neste setor ficou limitada à prestação do serviço público, “suportado exclusivamente pela cobrança de taxas” (Sousa, 2000, p. 4). Esta contextualização das vicissitudes inerentes à rádio em Portugal é essencial ao estudo que aqui se desenvolve e, assim sendo, merece desenvolvimento atento e detalhado no ponto 8 deste documento.

Desde a liberalização dos *media* nas últimas décadas do século XX que se tem criado um debate acerca da manutenção, ou não, do serviço público, baseado na luta

⁶⁴ A CEE - Comunidade Económica Europeia, da qual Portugal passou a fazer parte desde 1986 ao mesmo tempo que a vizinha Espanha, teve a sua origem na Comunidade Europeia do Carvão e do Aço formada em 1951. A CEE foi formalizada pelo Tratado de Roma em 1958. Foi a designação antecessora da atual UE - União Europeia (RTP, 2018).

pelas audiências, na competência dos próprios *media* públicos e privados e até pela inevitável discussão da partilha das receitas publicitárias. Uma discussão que envolve mais a televisão do que a rádio, pois este segundo *medium* em Portugal continua a não admitir publicidade e por isso não exerce concorrência direta às rádios privadas, ao contrário da televisão (Martín & Sánchez, 2000, p. 27).

1.1 O serviço público e a rádio de serviço público

O conceito de serviço público (SP) deriva da doutrina francesa de Duguit⁶⁵, que propõe a designação deste conceito como

toda actividad cuyo cumplimiento debe ser asegurado, regulado y controlado por los gobernantes, porque el cumplimiento de esta actividad es indispensable para la realización y el dejaron de la interdependencia social, y que es de naturaleza que no puede realizarse completamente si no es por la intervención de la fuerza gubernamental (Martín & Sánchez, 2000, p. 47)

Esta descrição de SP coaduna-se com a do papel de um Estado mais interventivo devido às lacunas deixadas pelos mercados na prestação de alguns serviços que se consideram como a base para o desenvolvimento organizacional da sociedade. Esta noção de SP atinge a sua notabilidade máxima na segunda parte do século XX, com o Estado mais ligado aos cidadãos e garantindo uma maior coesão social. Nos *media* o foco do SP é o interesse do cidadão e não o Estado enquanto entidade política (Santos, 2013), tendo o SP sido ao longo da história um instrumento de progresso e de socialização, fundamental numa sociedade “desequilibrada, rural, deseducada, sem saúde, sem transportes, sem comunicações” (Martín & Sánchez, 2000, p. 48).

O SP enfrentou duas crises ao longo do século anterior. A primeira devido à redefinição de fronteiras entre público e privado, a segunda atingida já na viragem para este século com uma crise institucional e material, provocada por um novo paradigma de SP que aparece no século XXI (Santos, 2013), e que explicaremos no final deste capítulo. É precisamente dentro do primeiro contexto de crise que Martín e Sánchez (2000) definem SP como contraposição ao serviço privado, sendo que resumem esta

⁶⁵ L. Duguit foi teórico de direito, tendo realizado a sua cátedra em Bordéus, autor de um trabalho doutrinal que influenciou o pensamento jurídico do século XIX. A sua obra de maior relevância chama-se *Tratado do Direito Constitucional*. (Martín & Sánchez, 2000, p. 47).

contrariedade com o argumento de que o serviço público tem uma responsabilidade social que não pode ser esquecida, que deve ficar à parte das considerações economistas e de maximização de benefícios que é tida em conta pelo serviço privado. Um pressuposto no qual nos baseamos para, de seguida, traçar algumas ideias daquilo que pode ser um serviço público de radiodifusão (SPR), enquadrado num regime democrático⁶⁶ (Hanretty, 2011). Mas para que este SP exista e funcione, estando distanciado do capitalismo gerado no setor dos *media*, é necessário que o trabalho das emissoras seja apoiado por outras vias, como por exemplo o financiamento público.

Sem isso, elas não poderão cumprir os seus mandatos de serviço público, que determinam uma programação que, em um ambiente de mercado, não seria apoiada. De fato, isso é, em certa medida, uma característica que define o serviço público de radiodifusão, uma vez que, se o seu conteúdo fosse comercialmente viável, provavelmente seria melhor deixar que o mercado o proporcionasse. (Mendel, 2011, p. 104).

Existem dois sistemas âncora na Europa e no mundo ocidental para a radiodifusão: a rádio de serviço público e a rádio comercial ou de serviço privado (Hendy, 2002). A rádio de serviço público é diferente da rádio do Estado. Meios de comunicação de serviço público e *media* estatais não são a mesma coisa, embora ambos os sistemas se oponham aos operadores comerciais (Santos, 2013). SP e Estado estão, à partida, institucionalmente separados, sem o controlo direto do governo, cabendo ao SP garantir a neutralidade da informação, independentemente de quem está no governo ou na oposição (Martín & Sánchez, 2000). O SP deve ser independente, quer ao nível político, quer económico e social (Hanretty, 2011). No caso português, estas ideias vêm expressas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (2015), salvaguardando que a concessionária do serviço, neste caso a RTP, deve garantir "a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, assim como assegurar a expressão e confronto das diversas correntes de opinião" (2015, p. 1).

Também no capítulo do financiamento, as rádios de serviço público, em alguns casos, são financiadas por subsídios pagos pelas rádios privadas e existem também situações em que se admite financiamento oriundo de publicidade (Hendy, 2002).

⁶⁶ Chris Hanretty (2011) estabelece a distinção entre SPR das democracias e SPR dos regimes autoritários, sendo que estes últimos são de subtil interesse para esta nossa exposição, uma vez que são pouco ou nada independentes do Estado.

A sua programação deve ser variada, combinando entretenimento com cobertura informativa de culturas minoritárias, procurando o equilíbrio entre programas de cariz popular e programas mais elitistas, sem descurar a sua génese democrática e de acessibilidade, que Mendel (2011) desenvolve da seguinte forma:

as emissoras de serviço público garantem o fornecimento de notícias confiáveis e atualidades em sua programação, promovendo sentido de inclusão e cidadania, valores democráticos e outros valores importantes, programação educacional e de informação e servindo às necessidades de minorias e outros grupos de interesses especializados. Elas também desempenham papel central em manter os padrões de qualidade, um papel que afeta a sua própria programação, mas que também tem impacto sobre o setor como um todo. (Mendel, 2011, p. 103).

Na entrada para o século XXI, o SPR não só se viu obrigado a manter todas estas características que já definimos atrás como foi desafiado a conciliar a individualização do consumo, provocada pelas novas plataformas, pela convergência multimédia e pelos novos *media*. Esta mutação leva ao fim do SPR (*PSB - public Service Broadcasting*) tal como até aqui era conhecido e conduz à entrada numa nova era em que surge o SPM (*PSM - Public Service Media*) - Serviço Público de *Media* -, que Sílvio Santos (2013) descreve como “serviços em multiplataforma, para diferentes audiências, de diferentes tamanhos, conciliando o temático com o generalista, a massa com o indivíduo (p. 131).

Contudo, é de relevo salientar que estas tecnologias digitais têm permitido expandir o leque dos serviços públicos prestados pela radiodifusão, no que diz respeito ao envolvimento dos cidadãos e à criação das oportunidades de participação (Mendel, 2011), potenciando assim aqueles que eram os pilares do SP (Santos, 2013).

Parece-nos pertinente que não se termine este capítulo sem que se apresentem as principais características do SPR português, que estão atribuídas pela Lei da Rádio n.º 54/2010 e no Contrato de Concessão do SPRT (2015), que vão ao encontro do que já foi explicitado anteriormente, servindo assim como sistematização das ideias apresentadas. Estas características estão resumidas no Quadro 1, abaixo representado e que encerra este capítulo reservado ao SP e ao SPR, com foco no serviço português.

Características do SPR português

Programação	Variada, diferenciadora e abrangente. Promoção da formação e valorização cultural. Promoção da diversidade cultural (interesse das minorias). Produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento. Programas educativos e de entretenimento, com vista à formação do público infantojuvenil.
Acessibilidade	Acesso de todos à informação, educação e entretenimento. Acesso público às manifestações culturais.
Cultura e língua	Promoção e divulgação da criação artística nacional. Dar a conhecer o património histórico e cultural português. Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos. Promover a emissão de música portuguesa, de géneros diversificados. Emitir programas regulares vocacionados para a difusão da língua e cultura portuguesas. Desenvolver a cooperação com operadores de rádio dos países de língua portuguesa. Apoiar a produção nacional (obras audiovisuais, cinematográficas e musicais).
Informação	Cobertura informativa adequada. Isenta, rigorosa, plural e contextualizada, aberta ao contraditório. Cobertura dos principais assuntos nacionais e internacionais.

Quadro 1 - Principais características do Serviço Público de Radiodifusão português. Fonte: adaptado da Lei n.º 54/2010 - art.49º.

1.2 A rádio de serviço privado

As emissoras de serviço privado são rádios de gestão e propriedade privada e a sua principal finalidade é a obtenção de lucro com o serviço prestado. Porém, embora centrem as atenções na quantidade de ouvintes, pois mais ouvintes significa maiores investimentos publicitários, em detrimento de uma aposta na qualidade dos conteúdos⁶⁷ (Hendy, 2002), estas rádios estão obrigadas a ser meios de comunicação pluralistas. Embora esta aposta nos conteúdos seja, sobretudo, comercial, isso não significa que as rádios privadas não apresentem programação de qualidade. De acordo com Hanretty

⁶⁷ Cerca de 80% das suas receitas advêm da publicidade (Hendy, 2002, p. 35)

(2011), quando o fazem, executam-no debaixo de um sentido de *noblesse oblige*⁶⁸ e não de forma espontânea, interessada e regular.

Não querendo ser exaustivos nesta explanação sobre as rádios privadas e comerciais, uma vez que não são o núcleo da nossa pesquisa, consideramos importante analisar as suas características à luz do conceito das indústrias culturais (Zallo, 1988). Como contrastante ao serviço comunitário, que será o foco deste trabalho e cuja análise será destacada nos próximos capítulos, as rádios privadas incluem-se num ramo particular de investimento e de capital. Estas rádios assumem uma função de “reprodução ideológica e social” (1988, p. 26), são produtoras e distribuidoras de mercadorias (conteúdos simbólicos e criativos), com vista à obtenção de capital num mercado de consumo, ou seja, de lucro. As emissoras privadas competem na indústria cultural, onde se insere a indústria dos *media*, e a sua visão puramente económica reproduz a desigualdade e promove-a (Lamy, 2010).

Neste modelo de radiodifusão existe claramente uma estratégia de mercado que se reflete na programação oferecida (Herreros, 2001), criada para atrair audiências, ouvintes em quantidade, que servirão depois para negociar com os anunciantes e que levará consecutivamente à acumulação de capital (Ferraretto, 2007). Estas rádios estando inseridas no mercado estão também dependentes das suas particularidades, sendo o negócio radiofónico passível de ser influenciado e alterado consoante as mudanças que se verificam ao nível dos contextos macro, tais como o político, o económico, o social e o cultural (Ferraretto, 2007). Em suma, se por um lado são criadoras e distribuidoras de recursos simbólicos e culturais, que permitem dar sentido ao mundo social, por outro são relevantes instituições do tecido económico e político da sociedade (Golding & Murdock, 1997).

Em conformidade com Cláudia Lamy (2010), os *media* privados e comerciais, envolvidos no poder económico, apenas dão voz a um setor preferencial da sociedade, facto que se agrava com as concentrações e a criação de grandes estruturas económicas na comunicação social.

De facto, dada a ingerência (senão mesmo controle) do poder económico e a sua obsessão pelo lucro, os *media* passaram a refletir os gostos, valores e perspetivas da sua audiência predileta em termos económicos. No fundo, e em extremo,

⁶⁸ “Private, free-to-air broadcasters may offer a wide range of meritorious programming but may do so from a sense of *noblesse oblige*. They do not stand in the same relation to the state as, say, the British Broadcasting Corporation (BBC) or Radiotelevisione Italiana (Rai) do” (Henretty, 2011, p. 4).

teremos media de classe, que se dedica a informá-la dentro dos seus padrões, refletindo os seus interesses, costumes, gostos e deixando para trás toda a panóplia de realidades existentes na mesma sociedade (2010, p. 33).

Obviamente com exceções, estas rádios comerciais, detidas pelo setor privado, não abarcam integralmente as necessidades sociais da população e tendem a preferir conteúdos de baixo custo e de elevada popularidade, enveredando pelo entretenimento *light* que desfavorece a informação substantiva, existindo pouco espaço para a apresentação de conteúdos educacionais e para apresentações culturais. Um domínio económico que é extensível às redações e à informação por estas veiculada, marcada pelos constrangimentos de agendas, a predefinição de conteúdos e “até de verdadeiros incentivos para olvidar as regras deontológicas” (Lamy, 2010, p. 32). Este domínio económico, que tem como consequência a instabilidade empresarial, as fusões e reestruturação das rádios em cadeia, não representa uma pluralidade de vozes e a sua respetiva renovação e não representa uma maior qualidade dos conteúdos: informativos, musicais e até mesmo da publicidade (Herreros, 2001). Pelo contrário, traduz-se ainda na homogeneização de formatos, de estruturas e conteúdos, sendo que as rádios copiam a forma de fazer, as abordagens, assumindo estruturas de grelha programática muito idênticas, explorando a concorrência direta (Hendy, 2002). Características e pressupostos antagónicos quando comparados com a radiodifusão comunitária que abordaremos de seguida.

2. Rádio Comunitária: um conceito de difícil definição

Como já tivemos oportunidade de referir, são inúmeras as nomenclaturas que as rádios comunitárias (RC) assumem em todo o planeta, podendo ser até uma “aventura perigosa”, como refere Papa Dieng (2013), ensaiar uma definição, uma vez que os seus atributos teóricos podem ser díspares daquilo que depois se encontra na prática.

Na literatura, é comum encontrarmos as seguintes designações: rádios comunitárias (Lewis & Booth, 1989; Dieng, 2013; Fraser & Restrepo-Estrada, 2001; Luz, 2015; Pavarala, 2015; Zuculoto, 2005), rádios altifalantes (Peruzzo, 1998), rádios nicho (González, 2014); rádios pirata (Lewis & Booth, 1989; Mathe, 1995; Scifo, 2014; Starkey, 2011) ou rádios livres (Leal & Ribeiro, 2007; Girard, 2002; Peruzzo, 1998; Peruzzo, 2009). As RC foram trazidas dos EUA para a Europa (Scifo, 2014) e a adoção de nomenclaturas variou consoante o país ou a região. No Reino Unido e em Espanha optou-se desde o início pelo termo “comunitárias”, mas em países como a Itália, a Alemanha, ou a França, a ênfase recaiu na terminologia “livres”. Já na Holanda foram apelidadas de “locais” e nos países escandinavos consideradas como “rádios de vizinhança e proximidade” (Scifo, 2014, p. 164).

A própria AMARC⁶⁹ (2015) - a Associação Mundial de Rádios Comunitárias - reconhece que não existe apenas uma definição para esta tipologia de rádio, referindo que os vários conceitos partilham elementos em comum, como o facto de ser um meio inteiramente gerido pela comunidade. Existe um conjunto de características transversais a todas estas nomenclaturas e que permitem enquadrá-las dentro do que designamos por terceiro setor de radiodifusão, apresentando-se como *media* alternativos e comunitários.

Dependendo do país e da regulação existente foram sendo consideradas como “piratas” e “ilegais” e, quando surgiam ligadas a um determinado grupo social, chegaram mesmo a ser chamadas de “universitárias”, “estudantis”, “étnicas”, etc. Na academia, a preferência recai em terminologias como “alternativas”, “radicais” e de “sociedade civil” (Scifo, 2014, p. 164). O que é certo é que a terminologia varia

⁶⁹ A AMARC é a Associação Mundial de Rádios Comunitárias, uma organização não governamental internacional ao serviço do movimento de rádios comunitárias. Tem cerca de 400 membros, provenientes de 130 países e de todos os continentes, representados no conselho de administração internacional. Pretende coordenar e facilitar a cooperação entre os radiodifusores comunitários, desde que em 1983 foi constituída por um grupo de aficionados pelas RC, em Montreal, no Canadá. Tornou-se oficial três anos depois, em 1986, em Vancouver, também no Canadá, na segunda assembleia mundial realizada pela associação, onde se tomou consciência da existência de um movimento mundial. Adquire o estatuto de ONG em 1988 (AMARC, 2015).

consoante a região do planeta onde surge a rádio, e a história e o contexto político e cultural que marcam o local onde esta tem origem (Lewis, 2005).

As suas denominações são várias e o mesmo acontece com os seus perfis e as suas finalidades, sendo que umas surgem em aldeias remotas do interior, outras em bairros das maiores metrópoles do mundo. Algumas caracterizam-se por serem sem fins lucrativos ou cooperativas, mas existem também rádios comunitárias ligadas a municípios, Igrejas e sindicatos. Outras são financiadas pelo próprio auditório e pelos produtores de conteúdos, por agências de desenvolvimento internacional, no entanto, também existem situações em que são financiadas por publicidade e por governos. (AMARC, 2015).

Para apoiar a elaboração de uma definição geral de RC é preciso detalhar algumas das principais características que, cruzando o maior número de definições e de autores nacionais e internacionais que se dedicam ao estudo deste setor da radiodifusão, estejam presentes em qualquer uma das referências anteriormente mencionadas. Isto é, que sejam comuns a todas as tipologias apresentadas como próximas ou semelhantes das RC.

Uma emissora comunitária tem necessariamente uma programação vinculada com a realidade local, abordando os problemas, as comemorações, as necessidades, os interesses e a cultura dessa mesma localidade (Zuculoto, 2005), devendo proporcionar a participação direta da comunidade na sua gestão, por forma a democratizar o poder de comunicar, que deve ser característico deste meio (Peruzzo, 1998), tornando-o promotor de uma cidadania participativa (Portela, 2011).

Um dos princípios essenciais comumente aceites é a necessidade de existir uma propriedade e gestão coletivas por parte de um grupo de cidadãos que tem um objetivo comum, pois “qualquer que seja a origem da iniciativa, a rádio é criada por uma comunidade que é chamada, ao mesmo tempo, a participar na sua gestão” (Dieng, 2013, p. 6).

Deve ser tido em conta que um dos critérios mais distintos de uma RC é a sua finalidade não lucrativa, com vista à manutenção da sua isenção e imparcialidade, mas é também o critério mais difícil de respeitar por questões de manutenção e sobrevivência financeira (Dieng, 2013).

A elaboração de uma definição, mas também de reconhecimento legal e de importância social, tem sido promovida pela UNESCO que, desde os anos 80 do século passado, tem desenvolvido um trabalho contínuo de promoção, implementação e apoio

ao alargamento do espectro de radiodifusores existentes em todo o mundo, para que estes permitam, de uma forma estruturada, apoiar as comunidades sobre o que dizer e a quem se dirigir, espelhando a realidade local.

Esta comunicação das realidades locais permite quebrar as barreiras do isolamento e da iliteracia, muitas vezes afirmando-se as RC como o meio de comunicação dos mais pobres (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001). Uma comunicação para o desenvolvimento das populações mais marginalizadas que, quando associado ao forte crescimento a que estes meios assistiram ao longo do século XX um pouco por todo o planeta, permitiu potenciar os processos de democratização e descentralização em vários países, bem como a diminuição dos monopólios estatais no panorama dos *media* e o desafeto para com as rádios comerciais. Os cidadãos, especialmente os mais desfavorecidos, podem participar no processo de comunicação, “quebrando o seu estado de apatia e estimulando-os para que se mobilizem e organizem no sentido de se ajudarem a eles próprios” (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 1). Um estímulo que proporciona uma maior coesão interna e uma maior consciência de comunidade, que é essencial para a criação de uma RC, sendo mesmo considerado mais fundamental do que as competências e qualidade técnicas dos cidadãos (AMARC, 2015; Dieng, 2013; Fraser & Restrepo-Estrada, 2001; Paula, 2016).

2.1 Características transversais às rádios de cariz comunitário

As RC distinguem-se das demais rádios públicas e privadas, primeiramente, pelo seu âmbito. Estão focadas nas comunidades em que se inserem e que servem, sejam elas comunidades geográficas ou comunidades de interesse, permitindo o acesso à informação de forma gratuita, a participação ativa dessa comunidade, não tratando os ouvintes como meros cidadãos passivos ou como consumidores, aspirando a “tratar os seus ouvintes como indivíduos e participantes” (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 4).

Estas rádios podem ser desenvolvidas por uma fundação, associação ou cooperativa, dependendo sobretudo dos recursos da comunidade, e devem estar fundamentadas nos interesses em comum, baseados na partilha da mesma localização geográfica e na partilha da vida económica e social e em prol do seu benefício comum (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001). Só grupos claramente não comerciais podem edificar uma rádio deste tipo, que deve estar focada na particularidade de uma programação mais local e com temáticas relacionadas com a comunidade, mantendo uma ligação próxima

com as audiências, desencorajando o uso de programação formatada ou em rede. A propriedade e gestão pode ainda ser externa à comunidade, mas deve ser salvaguardada a independência e o uso exclusivo em prol da comunidade, sendo que as políticas de gestão e programação devem ser fixadas por esta (UNESCO, 2001).

Para a UNESCO (2001), uma rádio comunitária é um serviço sem fins lucrativos e este funcionamento não lucrativo deve estar assente em estruturas de gestão participativa, onde o objetivo de desenvolvimento e de distribuição não esteja centrado no lucro, como acontece nas rádios privadas. “By explicitly excluding profit-making organizations, it clearly distinguishes the stations from the commercial sector” (Price-Davis & Tacchi, 2001, p. 55). Contudo, um estudo comparativo entre seis países, desenvolvido por Eryl Price-Davis e Jo Tacchi (2001), demonstra que em todos os países analisados, as RC recorrem à publicidade e aos anúncios como fonte de financiamento, variando apenas as quotas consoante o país, como pode ser verificado na informação que se detalha no Quadro 2, abaixo apresentado.

Financiamento das Rádios Comunitárias

Países analisados	Fundo estatal	Fundo municipal	Publicidade ou anúncios
África do Sul	Não	-	Permitidos a 100%
Austrália	Sim	-	5 minutos por hora
Canadá	Sim	-	Até 25% do total de fundos
França	Sim	-	Até 20% do total de fundos
Holanda	Não	Sim	Permitidos a 100%
Irlanda	Não	-	Até 50% do total de fundos

Quadro 2 - Fontes de financiamento das RC. Fonte: Elaboração própria, baseada em Price-Davis & Tacchi (2001)

Muito embora seja permitido o financiamento das RC através da publicidade, é importante que não se tornem dependentes deste tipo de financiamento e que não sejam forçadas a adotar estratégias comerciais ao nível da programação, de forma a maximizar

as audiências e a rentabilidade, o que implica que estes meios de comunicação encontrem fontes de financiamento plurais⁷⁰ (Price-Davis & Tacchi, 2001)⁷¹

A UNESCO retém que o mais lógico seria a defesa da expansão da democratização dos *media* ao nível do setor comunitário, através sobretudo das RC, onde a norma é a acessibilidade de todos ao meio de comunicação, mas os governos tendem a mostrar-se mais cómodos com o modelo de radiodifusão privada, com as rádios assentes na estratégia do entretenimento, mais do que a envolverem-se em áreas supostamente mais problemáticas. Quer os *media* de serviço público, quer os *media* comerciais estão longe da realidade das comunidades (sejam elas rurais ou de bairros urbanos) e das suas necessidades, enquanto as RC trabalham no contexto cultural das comunidades que servem, apoiando o seu desenvolvimento social, cultural e económico (Peruzzo, 1998; Bahia, 2005; Peruzzo, 2009; Luz, 2015).

É importante ainda sublinhar que as RC são uma plataforma para identificar e analisar problemas sociais, mas também para encontrar caminhos e soluções. O modelo de *open air*, isto é, de via aberta à comunidade, é a forma de exercer pressão sobre as autoridades locais, para que estas adotem boas práticas de gestão e transparência. É este trabalho enquanto *watchdog*⁷² que tornará as autoridades locais e políticas mais conscientes das suas responsabilidades, fazendo com que as liberdades conquistadas resultem na harmonia, progresso social e na governação local correta (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 20). Algo que só se consegue atingir incentivando à participação, partilha de informação e inovação, encontrando-se nesta trilogia a chave do desenvolvimento.

Outra das ideias que está subjacente às rádios do setor comunitário é a forte vocação que devem assumir para a promoção da identidade, do carácter e das culturas locais. Este trabalho deve ser conduzido através da expressão artística, da música, da dança, da poesia, ou do teatro, entre outros, acarretando ainda a divulgação da língua local e das linguagens, como espelho da diversidade cultural. Tudo isto deve estar espelhado na diversidade de programas e conteúdos, quer em formatos, quer em estilos

⁷⁰ No caso do Reino Unido, os autores sugeriram que fosse constituído um fundo anual, gerido por uma entidade independente e que servisse para garantir o funcionamento destes meios de comunicação e não somente a sua implementação.

⁷¹ A UNESCO (2001) salvaguarda também que este financiamento possa advir de doações, subvenções, quotas dos membros, patrocínios ou publicidade, estando ainda aberta a possibilidade de os meios comunitários organizarem eventos de angariação de fundos no seio das comunidades.

⁷² Tradução livre: cães de guarda.

(discussões em mesas redondas, reportagens, entrevistas, fóruns...), acautelando que os conteúdos abranjam uma grande diversidade de assuntos, de acordo com os desejos e necessidades da audiência.

Os conteúdos são determinados pelo estilo de vida da comunidade e pelo tipo de problemas que enfrenta. Nas áreas rurais estão mais ligados às questões da saúde, agricultura, ambiente, pequenas empresas, entre outros (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 19).

Para proporcionar o desenvolvimento dos temas acima mencionados é preciso que haja encorajamento para a abertura ao diálogo e ao processo democrático, permitindo que as RC sejam uma plataforma independente para uma discussão interativa. O principal foco da sua atividade deve consistir na possibilidade de permitir que os elementos da comunidade possam ouvir e serem ouvidos, alcançando assim a maior diversidade possível de opiniões e de vozes. No fundo, trata-se da criação de um fórum, que torna viável o desenvolvimento e a mudança social, bem como a percepção coletiva da realidade local e as formas de a promover (Downing, 2001; Fraser & Restrepo-Estrada, 2002; Leal & Ribeiro, 2006).

Ao potenciar a criação deste espaço de discussão de assuntos de interesse para a comunidade e trazidos pela própria comunidade, Fraser e Restrepo-Estrada (2001) estão convictos de que se alcançará a promoção da própria sociedade civil, sobretudo em países que adotaram, em finais do século XX, sistemas democráticos depois de décadas de autoritarismo.

As RC apresentam-se como a plataforma ideal para explicar direitos e deveres dentro de uma determinada comunidade e para conceder espaço mediático às minorias sociais, sejam elas de carácter sexual, étnico ou linguístico, dando assim voz aos que não têm voz nos *media*, contribuindo ao mesmo tempo para a diversidade de presenças e de conteúdos nestes meios de comunicação (Pavarala, 2015)⁷³.

Sendo apresentadas como um espaço aberto à população, as RC tornam-se no palco para o desenvolvimento técnico dos recursos humanos, ao colocar os membros da

⁷³ Por exemplo, em algumas regiões da Índia, as RC são aproveitadas para transmitir programas de bem-estar para os cidadãos, comunicação de preços acessíveis para habitação, educação básica das crianças e segurança alimentar. É neste contexto que as RC produzidas, detidas e controladas pela comunidade assumem significância. Pavarala (2015) considera que estas rádios alternativas se transformam na “voz da pobreza” e concebem o direito de as pessoas participarem no *decision making*, isto é, no processo de decisão. “A negação da voz surge dos esforços sistemáticos para restringir o acesso a modelos de autoexpressão. O contexto precisa de mudar drasticamente para permitir o acesso e, assim, reconhecer a voz da população” (Pavarala, 2015, p. 19).

comunidade como produtores de conteúdos, desmistificando a profissão de locutor/radialista. Os membros das comunidades adquirem competências técnicas como radialistas e, ao mesmo tempo, recebem *feedback* constante sobre o formato, o interesse e a utilidade do programa, possibilitando uma maior envolvimento da comunidade (Peruzzo, 1998; Peruzzo, 2009). Ao promoverem a formação do *staff*, quer de voluntários, quer de assalariados, através da organização de *workshops* de aprendizagem e também do desenvolvimento de atividades e de contactos entre as várias rádios, geram entusiasmo e empenho nos cidadãos de uma determinada área local, o que se torna vital para o seu sucesso (Price-Davis & Tacchi, 2001).

Esta última ideia implica que se fale acerca da natureza daqueles que as desenvolvem e que contribuem para a sua programação, uma vez que esta é também uma das características particulares deste tipo de meio comunitário. O seu funcionamento é assegurado sobretudo por voluntários, que participam na administração, no suporte técnico, na produção e na animação, reforçando a inclusão social, através da ligação existente entre as estações e a comunidade. Apesar da prevalência de voluntários, é fundamental que, sempre que possível, estas estações sejam suportadas por membros a tempo inteiro para potenciar a sua continuidade, uma vez que a ligação dos voluntários à rádio pode ser passageira, comprometendo assim o projeto (Price-Davis & Tacchi, 2001).

Como características identificadoras das RC encontram-se ainda as regras rigorosas na propriedade e gestão da estação que deve ser comunitária, muito embora se reconheça necessário, em alguns casos, que exista um quadro de apoio financeiro (Price-Davis & Tacchi, 2001) e noutros, uma gestão externa, embora imparcial e independente, e com o uso exclusivo da rádio por parte da comunidade (UNESCO, 2001); os programas emitidos devem servir em exclusividade a comunidade e a relação entre a audiência e os *broadcasters*⁷⁴ (assalariados ou voluntários) deve ser muito próxima, tendo em conta que estes devem ser o mesmo, ou seja, nestas emissoras, o ouvinte assume também no papel de emissor.

Para encerrar este capítulo onde se desenvolvem as principais características das rádios de cariz comunitário destacamos ainda a questão da atribuição da licença de funcionamento. Mais uma característica distintiva entre estas e as restantes rádios,

⁷⁴ Talvez possamos traduzir livremente para radialistas, por parecer que se trata do termo que abrange o maior número de funções ligadas à rádio, englobando animadores, jornalistas, locutores, etc.

sobretudo as locais. Não existe um consenso generalizado em relação a este ponto, uma vez que o tempo de atribuição da licença varia consoante o país⁷⁵ e os critérios de atribuição da licença estão relacionados com as diferenças históricas, políticas e culturais, mas também devido aos constrangimentos técnicos associados à alocação das frequências (Price-Davis & Tacchi, 2001; Peruzzo, 2009).

Como forma de sistematização das principais características das RC elaborámos um quadro-síntese (Quadro 3), que apresentamos de seguida, com base nos autores que foram sendo mencionados ao longo deste capítulo.

Principais características das Rádios Comunitárias

Financiamento	Sem fins lucrativos. Dependente de fundos e, em alguns casos, de publicidade.
Participação	Comunitária. A comunidade participa enquanto produtora de conteúdos e gestora do meio de comunicação.
Acesso	Acessibilidade de todos, independentemente do sexo, idade, etnia, cultura, etc.
Boa governação	Plataforma de abertura ao diálogo e ao processo democrático.
Localidade	Promoção da identidade e das culturas locais.
Diversidade	Programática, linguística, cultural, etc.
Formação	Potenciadora da formação e desenvolvimento técnico dos recursos humanos.
Licenciamento	Licenças de baixa potência e de curto alcance.
Voluntariado	Assegurada maioritariamente por voluntários, embora seja possível e permitida presença pontual de assalariados.

Quadro 3 - As nove principais características de uma RC. Fonte: elaboração própria a partir de Bahia (2005), Downing (2001), Fraser & Restrepo-Estrada (2001), Leal & Ribeiro (2006), Luz (2015), Pavarala (2015), Peruzzo (1998), Peruzzo (2009), Price-Davis & Tacchi (2001).

⁷⁵ Por exemplo, no Reino Unido o método mais utilizado é a FM (Frequência Modulada), apenas quando este não é possível deve ser atribuída uma frequência AM, sendo que as rádios que assim o entenderem podem usar também o cabo, o satélite ou a internet. No conjunto de países apresentados no Quadro 2 (África do Sul, Austrália, Canadá, França, Holanda e Irlanda) o período de licença de funcionamento varia de 1 a 7 anos (Price-Davis & Tacchi, 2001). Já no Brasil, onde o serviço de radiodifusão comunitária também é efetuado em FM, a potência máxima permitida é de 25 watts, com uma antena nunca superior a 30 metros, sendo que é obrigatório que todas as emissoras comunitárias do país operem na mesma frequência (Peruzzo, 1998).

3. Do impulso da participação comunitária à transformação da audiência em protagonista

Da exposição realizada no capítulo anterior fica claro que uma RC deve refletir a identidade e a cultura locais, proporcionando a pluralidade de vozes, opiniões, programas e conteúdos, no sentido de promover o processo democrático, a mudança social, o desenvolvimento da sociedade civil e a boa governança, sendo que o seu foco específico deve estar centrado na transformação da audiência nos protagonistas da rádio (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001). Para que isso aconteça, é importante que exista o envolvimento da comunidade em todos os aspetos da gestão e da produção de conteúdos, estando a programação focada no desenvolvimento e avanço social da comunidade. O acesso é permitido a todo e a qualquer cidadão que assim o entenda, tornando o público ativamente envolvido na programação e gestão deste meio de radiodifusão.

A UNESCO (2001) apresenta sete princípios de acesso público e de participação, que devem ser identificados numa RC:

- servir todos os membros da comunidade;
- participar na formação de planos e políticas para a rádio, definindo objetivos, princípios de planeamento e programação;
- participar na grelha e na criação de escalas, escolhendo os tipos de programas;
- possibilitar que a comunidade seja livre para comentar e criticar;
- permitir uma interação contínua entre produtores e recetores da mensagem, sendo a rádio o principal palco dessa interação;
- permitir o acesso à realização e aos meios técnicos disponíveis, sem restrições ou impedimentos;
- participar ativamente na gestão e financiamento da rádio.

Compete ainda às RC garantir a diversidade na programação, possibilitando o acesso e a representação dos diferentes grupos de interesse presentes na comunidade e a inclusão das minorias e de grupos marginalizados, salvaguardando os interesses culturais da comunidade e a diversidade linguística das minorias étnicas nela existentes. Contudo, apesar da importância desta última ideia, existe uma dificuldade política em encarar a comunicação como um processo social que conduza à mudança e ao desenvolvimento, através da participação ativa dos cidadãos na construção programática do meio de comunicação. Assim, mesmo sendo a rádio o *medium* que mais quebra barreiras de isolamento e de iliteracia, por ser económico na emissão e na receção (Herrerros, 2001), não está a ser “usada de forma sistemática para ajudar a combater a

pobreza, a subnutrição ou a falta de saúde no mundo subdesenvolvido” (Fraser & Restrepo-Estrada, 2002, p. 70).

A participação vai para além da comunicação e acontece quando as pessoas de uma mesma comunidade são convidadas a comunicar, elas próprias, os problemas que as afetam a si e à sua comunidade, tornando-se ativas na implementação da comunicação, mostrando-se os *media* comunitários fundamentais para que isso aconteça, pois

são a plataforma para o diálogo público, através do qual as pessoas definem quem são, o que querem e como consegui-lo, ao mesmo tempo que vão construindo a capacidade de resolver problemas de forma a alcançar a sustentabilidade social e o desenvolvimento (Fraser & Restrepo-Estrada-Estrada, 2002, p. 71).

O sucesso da transformação da audiência no protagonista reside na criação de programas baseados no seu acesso e na sua participação, refletindo os interesses especiais e as necessidades da comunidade. Embora a população seja chamada a participar na conceção, na produção das emissões e na avaliação, na realidade, devido à falta de meios, de competência e de disponibilidade, "a participação limita-se, muitas vezes, a intervenções em debates e a breves passagens em antena, através de jogos/passatempos, dedicatórias e outras mensagens pessoais” (Dieng, 2013, p. 6).

Nesta fase, em que fazemos uma revisão da literatura acerca das RC, as suas características e a sua contextualização no campo da radiodifusão, encarando-as como meios de comunicação do terceiro setor, díspares dos setores público e privado, é importante que percebamos também as diferentes realidades em termos de legislação.

De seguida, verificamos como, na Europa, o quadro legal das RC pode ser diferente entre países e, mesmo em alguns casos, até antagónico dentro de uma mesma Nação, variando de região para região.

4. Rádios Comunitárias e a legislação: uma Europa a várias velocidades

A nível internacional registaram-se vários esforços no sentido de pressionar os governos para a legislação do terceiro setor de radiodifusão, sobretudo da parte da UNESCO, da UE e da AMARC. O panorama internacional das RC é absolutamente diverso: perfeitamente conhecidas e enquadradas na lei em muitos países, as RC são praticamente desconhecidas noutras nações e em alguns casos até desenquadradas legalmente (CMFE, 2017)⁷⁶.

Na Europa, se analisarmos o panorama da UE a 28⁷⁷, encontramos uma lista de 14 países onde as RC são legais: Croácia, Dinamarca, Finlândia, França, Hungria, Irlanda, Itália, Lituânia, Malta, Roménia, Eslováquia, Eslovénia, Suécia e Reino Unido, aparecendo depois um conjunto de três países onde estas encontram enquadramento legislativo, embora com algumas condicionantes regionais, ou seja, podendo variar de Estado ou de região autónoma, como é o caso da Bélgica, Alemanha⁷⁸ e Espanha (Ribeiro, 2016).

Em países como a Áustria e a Letónia, apesar de não existirem leis que enquadrem as RC, as emissoras são reconhecidas e têm disponível um financiamento que, embora limitado, apoia o seu funcionamento (CMFE, 2017).

Sem qualquer legislação ou apoio financeiro encontram-se países como Bulgária, República Checa, Chipre, Estónia, Luxemburgo, Holanda, Polónia, Estónia, Grécia e Portugal, como se pode observar a vermelho na Figura 5, a seguir apresentada.

⁷⁶ CMFE – Community Media Forum Europe (2017). Community Media in Europe: First Country Ranking. Disponível em <http://cmfe.eu/?p=864>. Consultado a 28 de fevereiro de 2017.

⁷⁷ Estudo realizado antes do Brexit - saída do Reino Unido da União Europeia a 31 de janeiro de 2020.

⁷⁸ Na Alemanha, país onde a legislação varia consoante a região, no Estado de Saxônia-Anhalt as rádios comunitárias são reconhecidas pela lei. Pelo contrário, no Estado da Baviera este reconhecimento é negado (Brock & Malerba, 2012).

Legislação das Rádios Comunitárias na União Europeia

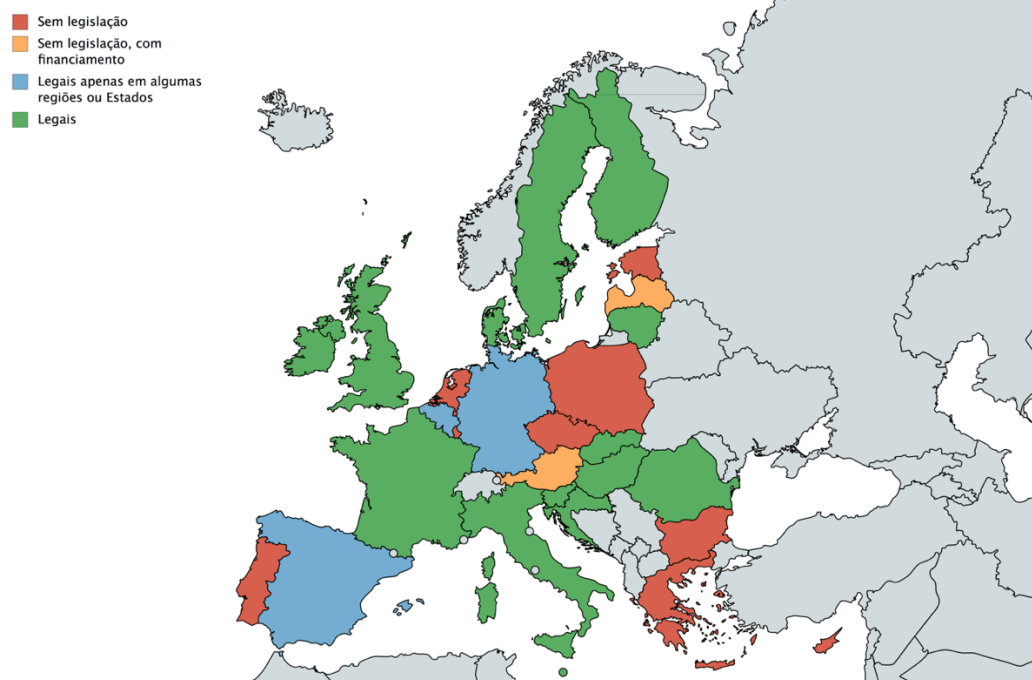


Figura 5. Fonte: adaptado de Fábio Ribeiro (2016)

Em 2012, o Fórum Europeu de *Media* Comunitários (CMFE) realizou o primeiro mapeamento dos *media* comunitários na Europa contabilizando 2237 RC e 521 Televisões comunitárias (TVC), estabelecendo o primeiro *ranking* do continente para o setor comunitário. Este *ranking* foi elaborado com a intenção de exercer pressão sobre governos, políticos e autoridades ligadas aos *media*, para que reconhecessem e proporcionassem condições para estes meios (CMFE, 2017). Neste mapeamento, os especialistas⁷⁹ mediram, numa escala de 1 a 10, o valor do compromisso de cada país para com o terceiro setor de *media* e os resultados obtidos podem ser verificado na Tabela 1. Nesta análise, foram considerados aspetos como a divulgação feita acerca dos *media* comunitários, a regulamentação existente, o apoio financeiro e governamental e a estrutura técnica destes *media*.

⁷⁹ Foram convidados pela CMFE para a realização deste primeiro mapeamento: Núria Jiménez, Cirian Murray, Salvatore Scifo, Kate Coyer e Arne Hintz.

Ranking dos media comunitários na Europa

Posição	País	Media comunitários em geral	Rádios comunitárias
1	Noruega	7,1	7,2
2	Dinamarca	7	6,6
3	Holanda	6,9	7
4	Áustria	6,4	6,4
5	Suécia	5,9	5,4
6	Alemanha	5,7	5
7	Irlanda	5,6	6,4
8	Reino Unido	5,5	7
9	Finlândia	4,9	4
10	Suíça	4,7	5,2
11	França	4,7	7,2
12	Bélgica	3,8	4,4
13	Espanha	3,4	3,6
14	Itália	2,9	3,2
15	Luxemburgo	2,9	5,8
16	Malta	2,8	5,6
17	Lituânia	2,4	2,4
18	Croácia	2	2,2
19	Sérvia	1,9	1,8
20	Polónia	1,7	4,8
21	República Checa	1,6	3,2
22	Hungria	1,6	3,2
23	Chipre	1,5	3
24	Roménia	1,4	1,4
25	Grécia	1,3	2,6
26	Estónia	1,2	2,4
27	Bósnia	1	2
28	Portugal	1	2
29	Macedónia	0,8	1,6

Tabela 1 - Fonte: CMFE – Fórum Europeu de Media Comunitários (2012).

Este *ranking* analisou 39 países europeus, Portugal inclusive. Deste grupo de 39 países analisados foram excluídos 10, por terem respondido ao inquérito como não tendo qualquer *medium* comunitário.

Destes resultados destaca-se uma maior implementação das RC nos países do Norte da Europa como a Noruega, a Dinamarca e a Suécia, sublinhando a CMFE (2012)

que a França, embora apareça no 10º lugar do ranking, obteria o primeiro lugar se, para esta análise, apenas fossem tidas em conta as RC e deixadas de parte as TVC.

Como se pode observar pela Tabela 1, Portugal aparece na 27ª posição, obtendo apenas 1 valor em 10, o que demonstra o fraco empenho no estabelecimento de um terceiro setor de radiodifusão no país.

Uma vez que em Portugal não existe qualquer regulação do terceiro setor de radiodifusão, para as RC ou para as TVC, resumimos os quadros legislativos de países europeus que podem ser tomados como exemplo e que lhes permitiu obter pontuações mais elevadas neste *ranking* do CMFE. Para o efeito escolhemos os países com melhor classificação, nomeadamente a Noruega e a Dinamarca. Depois, iremos ainda especificar o caso sueco, pelo considerável número de emissoras comunitárias que possuía já nesta altura (n=165) e a França por ter sido o primeiro país europeu a legislar o setor. Não podendo chegar a todas as realidades europeias atentaremos também na vizinha Espanha, pela proximidade geográfica e histórica com Portugal e porque este país renovou a lei geral da comunicação em 2010, incluindo nesta altura, pela primeira vez, o reconhecimento das RC, seguindo o exemplo da Irlanda que também o fez pouco tempo antes (Brock & Malerba, 2012).

De acordo com o CMFE (2012) existiam na Noruega 82 RC e apenas uma TVC. As primeiras rádios começaram a funcionar legalmente em 1981 e os grupos religiosos foram os primeiros a encará-las com particular interesse. Existem ajudas públicas destinadas a todo o setor de *media* locais, no qual estão legalmente inseridos os *media* comunitários, sendo que os valores rondam os dois milhões de euros anuais. Neste país existem duas leis que definem os audiovisuais: o *Act of broadcasting* (1994) e o *Provisions of Broadcasting* (1997), sendo nesta última que os *media* comunitários se encontram enquadrados (González, 2014).

As RC norueguesas são denominadas oficialmente de *nisjeradio*, que em tradução literal para português significa “rádio nicho” e a lei define que, anualmente, estas emissoras podem angariar até 16 mil euros de publicidade e patrocínios, não podendo este valor corresponder a mais do que 40% do total do seu financiamento. O período de licença é de sete anos, podendo ser aumentado através de um pedido enviado ao Ministério da Cultura (González, 2014).

Em 2012, na Dinamarca existiam 179 RC e 365 TVC (CMFE, 2012), sendo um dos países da UE onde a televisão comunitária está mais desenvolvida. As ajudas diretas do Estado ao setor rondam os seis milhões de euros anuais, dos quais 60% são

canalizados para as televisões. Quanto à rádio, as primeiras emissões comunitárias começaram em 1983, por intermédio do governo, com o intuito de criar uma alternativa ao setor público de rádio, o único que vigorava nesta altura neste país. Em termos de legislação, vigora a Lei da radiodifusão local (2009), o Decreto para o apoio à formação em atividades de rádio e televisão locais não comerciais (2013) e a Lei da Radiodifusão e Televisão (2011, com revisão em 2013), embora nesta última não existam menções diretas aos *media* comunitários. A licença é concedida por um período de cinco anos, sendo possível a atribuição de licenças por períodos mais curtos, não sendo permitido que as RC angariem publicidades. No entanto, a Lei de 2009 permite doações, patrocínios e ofertas similares, que não são considerados como publicidade (González, 2014, pp. 300-305).

Na Suécia, as RC iniciaram as suas emissões em 1978. González (2014) dá conta de que, em 2012, existiam 700 organizações ativas que se dedicavam a 165 estações de rádio de baixa potência, existindo também no país 10 TVC com emissões por cabo. Estas RC são geridas sobretudo por grupos de interesse local e por Organizações Não Governamentais (ONG), subsistindo à base do pagamento de quotas por parte de sócios e de doações diretas, denotando-se que é este sistema de financiamento que permite a existência de uma forte conexão deste terceiro setor de radiodifusão com a sociedade civil. As RC suecas podem ainda obter financiamento através de publicidade e de patrocínios e não existe um sistema de financiamento público para estes meios.

Quanto à legislação, existe apenas uma lei geral, a *Radio and Television Act* (2010), que define no seu capítulo 3º, na 1ª secção, que uma RC é uma “rádio local, que emite para associações e comunidades religiosas registadas”, considerando que estas associações devem ser sem fins lucrativos, devendo manter laços com a área de transmissão. Uma exigência que é extensível às organizações religiosas e às associações de RC. A mesma lei refere que a área de alcance de uma RC está restringida aos limites de um município, podendo estender-se um pouco mais fora das grandes áreas metropolitanas. Não existe um limite máximo ou mínimo de atribuição de licença, referindo a lei, no seu capítulo 12º, na secção 9, que “uma licença para emitir rádio comunitária é válida durante um período estabelecido”, sem definir qual. (González, 2014, pp. 305-311).

Na vizinha Espanha, a realidade é pautada pela heterogeneidade. O país está dividido em regiões autónomas e a realidade destes meios comunitários varia também consoante a região. Não obstante, existe uma legislação aprovada que vigora em todo o

país, a Lei 7/2010. Pela proximidade geográfica e cultural com Espanha importa aqui retratar a realidade com que se deparam as RC no país vizinho, um cenário que contrasta com o exemplo português onde ainda não existe enquadramento legal. A atividade pode ser prestada por entidades sem fins lucrativos, com o objetivo de atender às necessidades sociais e culturais, fomentando a participação civil (Brock & Malerba, 2012). Segundo a Lei 7/2010, as licenças são concedidas por um prazo de quinze anos e os gastos das RC não podem ser superiores a 50 mil euros anuais, exceto se houver autorização expressa da Autoridade Audiovisual.

Embora permaneça o enquadramento legal das RC, têm havido ameaças a esta conquista. Em 2015, o ministério da Indústria espanhol, responsável pelo setor dos audiovisuais, sugeriu eliminar o terceiro setor de radiodifusão da legislação espanhola, argumentando que não existem frequências suficientes para sustentar os pedidos de licenças, mas também associando os *media* comunitários a partidos radicais, sugerindo que estes *media* migrassem, em exclusivo, para a internet (CMFE, 2015). Uma ideia rejeitada e contestada pela *Red de Medios Comunitários*, composta por onze RC espanholas.

Para compor esta heterogeneidade da realidade europeia detalhamos também o contexto francês. A França aparece como o país onde existe maior estabilidade no setor comunitário dos *media* e no qual mais cedo se legislou na Europa, tendo inclusive uma das leis de radiodifusão comunitária mais antigas do mundo (1982) e reunindo também um quarto das RC de todo o continente europeu (Brock & Malerba, 2012). O setor é regulado pelo *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, que assegura que o espectro radiofónico tenha um número suficiente de frequências atribuídas para comunicação social de proximidade, favorecendo intercâmbios entre vários grupos sociais e culturais, contribuindo para o desenvolvimento local, a proteção do meio ambiente e o combate à exclusão social (Brock & Malerba, 2012). As RC francesas podem angariar publicidade e emitir mensagens publicitárias, desde que não ultrapassem os 20% do total do orçamento, existindo também um fundo de sustentabilidade à expressão radiofónica local, através de ajudas públicas, estabelecido pelo decreto de lei n.º 2006-1067, de agosto de 2006.

Outro bom exemplo europeu surge na Irlanda, que revogou a lei de meios em 2009 para enquadrar as RC e onde foi criado o CRAOL⁸⁰ - *The Community radio forum from*

⁸⁰ CRAOL, acessível em <https://craol.ie/>.

Ireland. Este fórum de RC adotou na íntegra as recomendações estabelecidas pela AMARC Europa, tem criado encontros entre as várias emissoras e estimulado a discussão de temáticas e de problemas inerentes às mesmas, tendo inclusive estabelecido o dia nacional da rádio comunitária (CRAOL, 2018). Também aqui estas emissoras devem ser detidas e controladas por organizações sem fins lucrativos, sendo a sua gestão, programação e operação efetuada por membros da comunidade, devendo refletir “os interesses especiais e as necessidades dos rádio-ouvintes” (Brock & Malerba, 2012, p. 5). A atribuição das licenças está dependente da obediência a critérios como a disponibilidade de frequências e entrevistas orais para verificar se a solicitação da licença cumpre com os padrões definidos pela *Policy on Community Broadcasting Ireland* (PCBI), estabelecida pela *Broadcast Authority of Ireland*⁸¹ (BAI). A licença é atribuída por cinco anos, sendo permitida publicidade num máximo de seis minutos de publicidade por hora, desde que estes conteúdos não ultrapassem 50% do total da atividade comercial. Além disso, esta publicidade tem de estar enquadrada em áreas como negócios, empregos e eventos, dizendo respeito ainda à área geográfica da rádio em questão (BAI, 2018).

Em suma, a Europa é um continente a várias velocidades no que respeita às RC e aos seus enquadramentos legais. Existem países com um histórico destas rádios mais antigo e onde a legislação se encontra em vigor e os *media* comunitários são reconhecidos e, por isso, em maior número. Um suporte legal e financeiro superior por comparação com os países onde a legislação é irregular, recente ou não contempla estes meios, onde não existe qualquer contrapartida financeira de apoio estatal.

De seguida, espelhamos como esta disparidade se estende a todo o globo. Encontramos uma Europa dispar e que tomou as rédeas do primeiro impulso para o estabelecimento destas emissoras, que contrasta com o continente africano, que está marcado pelo domínio do Estado, ou com a Ásia, onde o processo está ainda numa fase muito inicial.

⁸¹ A PCBI - *Policy on Community Broadcasting Ireland* - é a política estabelecida pela BAI - *Broadcast Authority of Ireland*, a entidade que regula o setor da radiodifusão na Irlanda, quer do serviço público, quer do serviço comunitário, bem como da atribuição de fundos de desenvolvimento e de investigação (BAI, 2018). Informação recolhida em <https://www.bai.ie/en/>

5. Diferentes contextos mundiais para as rádios comunitárias

A origem das rádios comunitárias (RC), nos anos 40 do século passado, está relacionada com uma experiência levada a cabo por um grupo de mineiros na Bolívia, em 1947. Tratava-se de um projeto de radiodifusão para comunicar as precárias condições de trabalho a que estavam sujeitos, sendo que o seu foco era o de unir a comunidade de mineiros e lutar por melhores condições de trabalho. No mesmo ano, também na América Latina, na Colômbia, aparecia a rádio *Sutatenza*, de ação cultural popular (Torres, 2009).

Nesta parte do estudo iremos detalhar a forma como as RC se foram propagando no mundo, tendo sobretudo em conta as diferentes geografias e as suas distintas realidades: a América do Sul e a Europa, onde a sua expressão é mais forte pela quantidade de emissoras existentes; África, pelo trabalho que desencadeiam em prol do desenvolvimento das comunidades locais; e ainda na América do Norte e na Oceânia, onde estão devidamente estabelecidas, reguladas e financiadas. Ainda assim, tendo em conta a dimensão destes territórios, dentro de cada uma destas geografias iremos debruçar-nos sobre os países ou regiões a tradição destes meios é maior ou haja uma maior proximidade cultural com Portugal, como por exemplo o Brasil, na América do Sul, onde anualmente são concedidas 600 novas licenças (Berti, 2013).

5.1 Europa: as primeiras emissões comunitárias

Embora os primeiros passos para a criação das RC tenham sido dados na América do Sul, foi na Europa que se transformaram num fenómeno vital, apresentando-se como alternativa crítica aos *media* hegemónicos ou *mainstream media* (Scifo, 2014).

A história das RC na Europa está fortemente ligada ao Reino Unido, sendo considerada a geografia onde teve início o movimento radiofónico livre europeu ainda nos anos 50 do século passado. Só depois este movimento se estendeu para a França⁸² e

⁸² Em França, o monopólio do Estado foi colocado em causa com as rádios piratas, sobretudo entre 1977 e 1981, com o seu aparecimento massivo em FM. A legalização destas rádios surge em 1982 e só no primeiro ano são criadas mais de 800 emissoras de cariz associativo, às quais estava recusado o acesso a fundos oriundos de publicidades, por forma a garantir a sua independência. Contudo, a sobrevivência destas emissoras que, em 1984, eram já mais de duas mil, estava posta em causa, até que, neste mesmo ano, a publicidade passa a ser permitida para as rádios locais de cariz comercial e passa a existir um fundo do Estado francês de apoio às rádios locais de cariz comunitário e associativo, que provinha das receitas publicitárias dos grandes *media* (Mathe, 1995, pp. 22-23).

para a Holanda⁸³ (Brock & Malerba, 2017; Mathe, 1995)⁸⁴. O caso inglês assume relevo pela prevalência e longevidade do serviço neste país, mas também por ter sido a última nação da UE a regular o setor e a adotar modelos de políticas públicas de apoio. O dia a dia destas emissoras de rádio, que se viam obrigadas a emitir a partir de barcos, era vivido com dificuldades logísticas, mas o número de ouvintes crescia ao longo da década de 60. Por exemplo, no Reino Unido estima-se que existissem 20 milhões de ouvintes de rádios-piratas, o que as colocou como assunto-chave para os governos da altura (Starkey, 2011).

Only three years into the great pirate adventure, the free market the offshore stations has created was winning the argument because the public were abandoning the BBC for the rising tide as commercial competition that Pilkington had tried to hold back (Starkey, 2011, p. 20).

Nos anos 50, estas emissoras que surgiram a partir do mar, através de barcos estacionados ao largo da costa, tinham intenção de terminar com a hegemonia das rádios públicas dominadas pelo Estado e saíam fortalecidas perante o fracasso de implementação de uma rede de rádios locais (Lewis & Booth, 1989).

In 1958 the first commercially-run ‘pirate’ radio station, Radio Mercur, transmitted into Switzerland and Denmark, setting a trend which later spread to the Netherlands, Belgium and Britain. The ship from which Radio Mercur (1958-1962) beamed its signal to the mainland and that had earned them an alleged turnover of six million kroner, was shut down by the authorities only to be sold to a new pirate, Radio Syd (1962-6), which broadcast into Sweden (Rennie, 2003, pp. 126-127).

A implementação destas emissoras era ainda fortalecida pelo impedimento estabelecido pelo Estado à obtenção de licenças por parte de companhias privadas⁸⁵ (Starkey, 2011; Mathe, 1995). Estas rádios piratas transmitiam conteúdos com influência norte americana, servindo áreas fora das grandes metrópoles, focando-se nas

⁸³ A partir de 2020 apenas designado como Países Baixos. Alteração efetuada pelo governo com o objetivo de “transmitir uma nova imagem do país, de forma a aumentar as exportações, o turismo e actividades desportivas, assim como divulgar a cultura, normas e valores holandeses” (Jornal Público, 2020).

⁸⁴ Embora avancem com esta informação, os autores brasileiros, que coordenaram a edição do livro *Rádios Comunitárias em Tempos Digitais*, publicado pela AMARC Brasil em 2017, acrescentam que há registo de emissoras de clubes de trabalhadores que surgiram na Áustria e na Alemanha no final dos anos 1920, e também transmissões clandestinas da *Résistance Française* durante a Segunda Guerra Mundial.

⁸⁵ Ronan O’Rahilly e Alan Crawford ancoraram os seus barcos rádio no estuário do Tamisa na década de 60. O’Rahilly foi o primeiro a oferecer aos ingleses um dia inteiro só de música.

regiões, em detrimento de uma cobertura de caráter nacional, estando ideologicamente ligadas a uma ala política conservadora⁸⁶ (Starkey, 2011).

O contra-ataque às rádios piratas que funcionavam nos barcos ao largo da costa inglesa e da Escandinávia iniciou-se através da legislação, tendo passado a ser ilegal desempenhar quaisquer funções nestas estruturas, mas também através da proibição de fornecer ou publicitar numa destas estações de radiodifusão. Embora estas medidas tenham sido acompanhadas por manifestações, sobretudo da população mais jovem, as dificuldades na obtenção de publicidades, no transporte de pessoal e de mantimentos para os barcos, levou à escassez de programação e à consequente perda de ouvintes. Em 1968 a Rádio *Caroline* desligou os seus transmissores. Embora nas décadas de 70 e 80 ainda tenham existido aparições esporádicas de rádios-piratas, as suas emissões deixaram de ser regulares (Starkey, 2011).

Ao longo da década de 70 do século passado, estas rádios foram-se mantendo à margem da lei, com estruturas proprietárias muito ambíguas e entrando no espectro ao lado de outras rádios já licenciadas e legalizadas. Muito embora ainda não fossem apelidadas de comunitárias, a sua atitude e a natureza da sua programação deixavam já antever aquilo que seriam as RC da década de 80.

Na primavera de 1977, no Reino Unido, formava-se o *Community Communications Group* (COMCOM), com o objetivo de criar ligações entre os diferentes setores da comunidade e os movimentos artísticos. A intenção do *Annan Committee*⁸⁷(AC) era a de criar um setor de RC que coexistissem com a BBC e as rádios locais sob os propósitos da autoridade de radiodifusão local. Uma proposta “previsivelmente oposta e fortemente contestada pelo duopólio” (Peter & Booth, 1989, p. 105) existente, formado pelas rádios comerciais e pela rádio pública inglesa.

No entanto, a pressão do COMCOM sobre o parlamento continuou e, em 1978, o AC enquadrou no plano de radiodifusão do Reino Unido a atribuição de frequências de transmissão de baixa potência “para serviços voluntários de rádio comunitária, situadas em pequenas comunidades” (Peter & Booth, 1989, p. 106). Em 1979, a publicação da Carta de Radiodifusão Comunitária, transformada depois em Código de Prática pela Associação de Rádios Comunitárias (CRA), inicia assim no Reino Unido

⁸⁶ Exemplo de Roger Gale, que fazia parte da Rádio Caroline como *disc-jockey* e era membro do partido conservador.

⁸⁷ O AC foi criado em abril de 1974, no Reino Unido, para discutir a indústria de radiodifusão, as novas tecnologias, o seu financiamento e o seu papel no financiamento da BBC - Autoridade Independente de Radiodifusão - bem como os *standards* da programação (Street, 2015).

um diálogo em *slow-motion* entre Estado, estudantes, radiodifusores por cabo, rádios piratas e o COMCOM.

De acordo com Rennie (2003) existiam nesta altura dois tipos de rádios piratas na Europa: as rádios piratas comerciais, que não encontraram legitimidade moral para requererem um estatuto legal e as rádios piratas sem fins lucrativos ou comerciais, que eram designadas de rádios livres⁸⁸. “Whether commercial or community, the pirate stations were a challenge to the control of the airwaves by top-down public institutions/corporations” (Rennie, 2003, p. 129).

Este movimento das “rádios livres” espalhou-se pela Europa Ocidental nos anos 70, havendo nesta altura milhares de estações piratas, em rebeldia contra o domínio do sistema de radiodifusão estatal (Girard, 2002), tendo sido refreado apenas aquando do início da regulação do espectro radiofónico na década de 80 na Europa⁸⁹. Nesta década, grande parte das emissoras clandestinas encerrara perante o domínio do Estado neste setor, acompanhado pelo forte crescimento das rádios privadas e comerciais. Este encerramento das “rádios livres” e rádios pirata conduziu ao surgimento de RC em vários países europeus, embora com significativas diferenças e características de país para país, acentuando-se esta diferença no Leste europeu (Girard, 2002).

Como exemplo, em Inglaterra, em 1985, o governo concedeu dois anos de licença experimental aos projetos comunitários de radiodifusão, que poderiam ser de dois tipos: *neighbourhood licenses*⁹⁰, para transmissão num raio de 5 quilómetros, e *community interest licenses*⁹¹, para transmissões que poderiam estender-se até 10km⁹². O financiamento para estes projetos advinha da combinação de publicidade, subvenções, subscrições ou donativos. Não havia qualquer exigência acerca dos conteúdos da

⁸⁸ A Itália foi disso exemplo nos anos 80, tendo o seu espectro radiofónico dominado pelo controlo político, as rádios comunitárias surgiram neste país como rádios locais clandestinas, dinamizadas por uniões de trabalhadores ou movimentos sindicais. (Rennie, 2003, p. 128).

⁸⁹ Portugal aderiu a este movimento europeu de legalização do setor após a entrada na CEE em 1986 (Paquete de Oliveira, 1992). Detalharemos mais à frente o contexto histórico e como decorreu o processo de legalização/regulação da radiodifusão nacional em 1988/1989.

⁹⁰ Tradução livre: licenças de vizinhança.

⁹¹ Tradução livre: licença de interesse comunitário.

⁹² Aquando deste experimento inglês apareceram 286 candidaturas de projetos de rádios comunitárias para 21 vagas. Um problema que o governo nunca chegou a resolver. Dá-se a sucessão de Douglas Hurd para o lugar de Leon Brittan e o assunto é-lhe levado em janeiro de 1986. Depois de seis meses de silêncio, sem qualquer resposta, em junho o governo anuncia o cancelamento desta experiência com as rádios comunitárias, justificando-se com a necessidade de colocar a questão em debate público e estabelecer uma nova política para a rádio, potenciando a implementação de diversos projetos comunitários que avançaram de forma ilegal (Rennie, 2003).

programação, mas as estações não deveriam ser religiosas ou de caráter político (Peter & Booth, 1989).

Esta abertura minimalista concedida pelo Estado inglês foi contestada pela Associação de Rádios Comunitárias (CRA), sobretudo porque não salvaguardava a representação das minorias étnicas, previa um espectro demasiado limitado e ignorava a aplicação do Código de Prática que tinha sido adotado pela ARC. O espaço de abertura à implementação de RC em Inglaterra também foi curto, pois o governo conservador liderado por Margaret Thatcher põe termo à Unidade de Desenvolvimento das RC, que tinha conseguido ser, em apenas três anos, “o melhor centro de recursos, de informação, conselho, pesquisa e financiamento no país” (Peter & Booth, 1989, p. 106) para estes meios comunitários.

Neste contexto de indefinição nasceu, em França, em 1986, a *Fédération Européenne de Radios Libres*, com o objetivo de estabelecer a ligação entre as diferentes rádios ativistas que existiam à época. O setor foi ideologicamente reconhecido com o aparecimento da AMARC Europa já na década de 90. A criação desta associação veio possibilitar a obtenção de financiamento para o setor e o desenvolvimento de programas em conjunto (Scifo, 2014).

Na entrada para o século XXI, a Inglaterra volta a realizar nova tentativa para a implementação de um setor de radiodifusão comunitária. David Price-Davis e Jo Tacchi (2001) desenvolveram, em 2001, para a Associação de *Media* Comunitários (CMA) um documento que viria a servir de ferramenta de trabalho para a criação do projeto piloto *Access Radio* (2002), criando uma base de critérios para o estabelecimento destas emissoras de rádio comunitárias. Neste relatório, os autores estabelecem a comparação entre seis países de diferentes geografias do globo,⁹³ onde este setor de radiodifusão já havia sido implementado antes da entrada no novo milénio. Para fatores de análise escolheram parâmetros como a definição de uma rádio comunitária na lei e regulamentação estabelecidas, a atribuição de licenças de funcionamento, a alocação de frequências e constrangimentos técnicos, a base económica do setor, as regras e fontes de financiamento, o setor dentro do mundo dos *media* e as características sociais inerentes à programação, audiência, trabalhadores e apoiantes. O projeto viria a ser

⁹³ África do Sul, Austrália, Canadá, França, Holanda e Irlanda.

regulado pela OFCOM⁹⁴ em 2004, passando a partir desta altura o maior desafio a estar relacionado com a sustentabilidade destes meios alternativos (Buckley, 2010).

Em 2007, Buckley (2010) dava conta de que as emissoras comunitárias na União Europeia eram de tendência maioritariamente urbana, sobretudo em países como a Dinamarca, Espanha, França, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Reino Unido e Suécia (Buckley, 2010), existindo uma relação direta entre as políticas de financiamento público e o enquadramento legal deste setor de radiodifusão com o desenvolvimento das RC na UE (Buckley, 2010; Price-Davis-Davis, 2001).

Nos países em que existia estatuto legal para a radiodifusão comunitária e estas eram apoiadas pelos governos existia também um maior número de RC. Exemplos disso eram a França, a Alemanha, a Holanda ou a Dinamarca, onde existia estatuto legal para estes meios de comunicação e uma política de fundos públicos de apoio ao seu funcionamento, como podemos verificar no Quadro 4, que apresentamos de seguida.

Rádios Comunitárias na União Europeia: estatuto legal e apoios públicos

Países	Número de RC	Estatuto Legal	Financiamento Público
Alemanha	304	S*	S
Áustria	12	N	N
Bélgica	11	S	S
Bulgária	3	N	N
Chipre	0	N	N
Dinamarca	175	S	S
Eslováquia	2	N	N
Eslovénia	3	N	N
Espanha	130	S	N
Estónia	0	N	N

⁹⁴ OFCOM é a entidade britânica que regula o setor da radiodifusão. Segundo esta entidade, as RC possibilitam uma nova voz para centenas de comunidades locais em todo o Reino Unido. Refletem um *mix* diverso de culturas e interesses e um *mix* variado de produção de conteúdos locais, apenas possível através do trabalho “árduo e entusiasmante de voluntários” (OFCOM, 2016). Na perspetiva da OFCOM, o trabalho das RC deve ser desenvolvido sob o princípio não lucrativo. No sítio internet do regulador é disponibilizado um guia para a criação de uma emissora comunitária, onde explica também o caminho para a obtenção da licença. Concede ainda informação sobre a regulação do setor. Existe ainda uma ligação para a lista de RC inglesas e para a lista das regiões onde ainda é possível apresentar candidatura para a abertura de emissoras. Segundo a lista, revista a 23 de Setembro de 2016, existiam à data, no Reino Unido, 242 emissoras de rádio comunitárias. Dados disponíveis em <https://www.ofcom.org.uk/home>.

Finlândia	5	N	N
França	683	S	S
Grécia	10	N	N
Holanda	264	S	S
Hungria	100	S	S
Irlanda	21	S	N
Itália	100	S	N
Letónia	0	N	N
Lituânia	0	N	N
Luxemburgo	1	N	N
Malta	38	S	N
Polónia	30	N	N
Portugal	30	N	N
Reino Unido	159	S	S
Roménia	10	N	N
Rep. Checa	3	N	N
Suécia	165	S	N

Quadro 4 - O estatuto legal e os apoios públicos às rádios comunitárias em vários países da Europa. Fonte: Elaboração própria, com base em Buckley (2010). *Varia consoante as regiões.

Pela análise ao Quadro 4 percebe-se ainda que mesmo nos países em que não existiam apoios financeiros públicos, mas em que existia um setor regulamentado e uma legislação que previa os *media* comunitários, o número de RC era significativo. Exemplo de países como Espanha, Irlanda, Itália, Malta e Suécia.

Na Europa, as RC operam num modelo de financiamento misto, com múltiplas fontes de financiamento públicas e privadas, que podem resultar de contratos de prestação de serviços, publicidade e patrocínios, quotas dos associados e apelos diretos de apoio realizados em antena. Em 2008, o próprio Conselho Europeu reconheceu o valor social dos *media* comunitários e passou a examinar a possibilidade de atribuição de fundos a nível nacional, regional e local, que apoiassem o setor, direta e indiretamente, tendo também neste mesmo ano sido criada uma resolução⁹⁵ para os *media* comunitários por parte do Parlamento Europeu (Buckley, 2010).

⁹⁵ Resolução adotada a 25 de setembro de 2008. Disponível *online* em www.europarl.europa.eu.

Atualmente, o maior interesse e o papel de maior relevo no apoio às RC tem sido desenvolvido pela UNESCO e pelo Conselho Europeu, embora, esporadicamente, também o Parlamento Europeu e a Comissão Europeia demonstrem interesse na temática, reconhecendo que o setor é uma importante fonte de diversidade de vozes nos *media* (Scifo, 2014).

5.2 África: o domínio do Estado

Em vários países africanos foram adotados os modelos europeus de radiodifusão: público e privado⁹⁶. Contudo, o controlo governamental mostrou-se mais forte e presente, impedindo que as rádios operassem de forma independente, utilizando-as em “favor dos seus objetivos políticos e para consolidar o seu poder” (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 7).

A forte implementação das RC em África fica a dever-se também à crise vivida no continente africano nos finais dos anos 70, época marcada politicamente pelo processo de descolonização, com vários países a conquistarem a sua independência. Uma crise que foi extensível aos *media* estatais: crise de identidade, crise de legitimidade e crise de eficácia. Estas crises conduziram à abertura da paisagem mediática africana nos anos 80/90 tornando-se uma realidade sociopolítica marcante, com a propagação da rádio a desenrolar-se de forma inigualável (Dieng, 2013). Assim sendo, como consequência da descolonização, surgem nos anos 80 as primeiras rádios comunitárias (RC) em África, em muitos casos dinamizadas e implementadas por ONG, focadas no *empowerment* da população, na alfabetização, nas localidades rurais e empenhadas no desenvolvimento local. O desenvolvimento deste meio comunitário no continente africano é indissociável da possibilidade que proporciona ao acesso por parte das populações mais isoladas e menos instruídas (Dieng, 2013).

No final do século XX, embora tenham surgido também as rádios privadas, mais voltadas para atividades comerciais e versando temas do interesse das populações urbanas, o processo de liberalização e democratização do espectro radiofónico, com a criação de RC, apresentou-se como oposição ao monopólio do Estado e da rádio pública. Uma oposição que ganhou força ainda na perda de afeto que as populações começaram a sentir em relação aos canais comerciais e às rádios privadas. Esta desafetação em

⁹⁶ A distinção entre estes dois modelos foi desenvolvida no ponto 1 deste trabalho.

relação ao monopólio está ainda associada a uma tomada de consciência da importância da informação em relação ao progresso económico e social, surgindo as RC como a “única forma de expressão, de formação, de informação e de divertimento disponível para os habitantes das zonas isoladas/das zonas do interior” (Dieng, 2013, p. 4).

Na perspectiva de Colin Fraser e Sónia Restrepo-Estrada (2002), a implementação das RC em África ficou a dever-se também à possibilidade gerada de desejo e energia para a mudança, devido ao seu potencial participativo, permitindo que as comunidades identifiquem, analisem e resolvam problemas que as afetam diretamente. Uma atitude que conduziria a uma transformação das comunidades, que passaram a ser mais proativas na busca da sua própria melhoria e forçando os governos a liberalizar as políticas de *media* a favor dos meios comunitários.

No Senegal, um território que continua marcadamente rural e analfabeto, a título de exemplo, a rádio surgiu como o meio mais indicado para sustentar a política de desenvolvimento do Estado, transmitindo informação, favorecendo a mudança de ideias, e possibilitando a criação de uma sociedade plural, diferenciada e de opiniões constantes e voláteis. Através da rádio, sobretudo das RC, tem sido possível revigorar as comunidades locais ameaçadas de desaparecimento, construindo solidariedades, investigando e testemunhando o absoluto, o “todo” de uma mesma comunidade.

As rádios comunitárias constituem desde logo os catalisadores de uma nova dinâmica social sobre as próprias práticas e representações sociais, a fim de estimular uma ordem social desejável (Dieng, 2013, p. 9).

Sendo os *media* tradicionais acusados de privilegiar uma determinada camada social, mais alfabetizada e urbana, em detrimento de outra, mais rural e analfabeta, as RC apresentam-se como uma alternativa comunicacional a esta realidade. Esta alternativa serve ainda como uma plataforma que permite que as comunidades isoladas tomem da palavra e que participem na gestão das suas próprias comunidades, debatendo questões sociais que lhes dizem respeito diretamente.

Cidadãos considerados até aqui como párias, por causa da sua pobreza ou do seu isolamento, ou dos dois ao mesmo tempo, debatem no meio local sobre questões sociais que lhes tocam, tais como as relações sexuais ou a luta contra o VIH/Sida, as técnicas agrícolas, ideias ou meios de melhorar a educação (Dieng, 2013, p. 10).

Este debate de questões que afetam diretamente a comunidade onde surgem os *media* comunitários alternativos favorece o surgimento da comunicação para o desenvolvimento, estudada nos países africanos pela investigadora portuguesa Patrícia Paula⁹⁷ (2016). Os *media* comunitários, em particular as RC, têm sido utilizados nos países africanos como instrumento privilegiado de comunicação para o desenvolvimento. Primeiramente, porque estes *media* fazem parte daquilo a que a investigadora apelida de “governo aberto”, que poderá conduzir a procedimentos governamentais transparentes, evidenciando também a comunicação interpessoal e a mediação social. São também os *media* comunitários que respondem a várias necessidades sociais da população, quer sejam de caráter cultural, religioso ou político, quer sejam de caráter económico, educacional ou ambiental.

Como já referido anteriormente, a propagação do número de RC fica a dever-se ao forte envolvimento das ONG na promoção destas emissoras, sobretudo nos anos 90, quando se impulsionou a participação das comunidades na produção de conteúdos, na programação, e também na propriedade do meio, gestão e operacionalização técnica.

Neste ponto do globo, a radiodifusão comunitária surge com a finalidade maior de divulgar assuntos relacionados com o bem-estar físico e a saúde da população, abordando temáticas relacionadas com as principais doenças que afetam as comunidades onde estão implementadas, mas também com vista ao *empowerment*, à autonomia e à participação dos cidadãos na vida pública (Paula, 2012). Um conceito relacionado com a identidade cultural do indivíduo, enquanto agente ativo da prática discursiva, permitindo a sua emancipação e o exercício pleno da cidadania (Hall & Gay, 2005).

Contudo, o desempenho destas organizações não está isento de críticas, pois embora seja legítima a ideia de encarar os *media* como uma ferramenta para o desenvolvimento, a perceção que existe é que se trata de um desenvolvimento “onde as pessoas foram sendo vistas como recipientes passivos de informação, num processo de comunicação pedagógica de *top-down*” (Pavarala, 2015, p. 15). Raramente as pessoas são a prioridade enquanto agentes ativos de comunicação e as ONG utilizam o meio para comunicar e divulgar os seus objetivos organizacionais, cedendo à pressão de quem as apoia financeiramente, o que tem como consequência a diminuição gradual das estruturas participativas, mantendo-se as notícias e os *current affairs* na lista de

⁹⁷ Patrícia Paula é investigadora no CES – Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, tendo realizado investigação na comunicação para o desenvolvimento em países africanos como Moçambique e Guiné Bissau, abordando as rádios comunitárias.

conteúdos proibidos nas RC (Pavarala, 2015). Um problema detetado também por Paul Ginsborg ⁹⁸(2008) que, não descurando que as ONG promovem a difusão do conceito de uma sociedade civil global, denota algumas lacunas no associativismo contemporâneo que, quando extrapoladas para a realidade conhecida das RC, podem indicar o surgimento de problemas no seio das organizações que criam e gerem estas rádios, havendo também dúvidas quanto à transparente vontade dos políticos em se ligarem a estes cidadãos mais ativos e participantes.

5.3 América do Norte: a origem indígena das rádios comunitárias

No último quartel do século passado, os norte-americanos registavam apenas 30 rádios comunitárias indígenas, enquanto no país vizinho do Canadá⁹⁹ eram mais de uma centena. As primeiras experiências de emissões de rádio comunitárias foram desenvolvidas pelo povo indígena, nunca encaradas com grande relevo por parte do governo norte-americano. Apenas a partir dos anos 60 do século passado se torna relevante o número de experiências com RC nos EUA. A primeira foi a KRAB, que surgiu em 1963¹⁰⁰. O crescimento destas foi acompanhado pela evolução tecnológica, nomeadamente ao nível das transmissões, do surgimento de formatos alternativos, com características e estruturas de gestão que envolviam as comunidades e com estratégias de angariação de fundos particulares (Lewis & Booth, 1989).

Em 1978 foi constituída a NFCB¹⁰¹ (*National Federation of Community Broadcasters*), com um grupo de 15 estações de rádio, à qual poderia aderir qualquer RC. Como condições para fazer parte desta federação, as emissoras tinham de ser

⁹⁸ Investigador da Universidade de Cambridge e da Universidade de Florença.

⁹⁹ O primeiro programa efetuado por uma comunidade indígena no Canadá foi realizado em 1960.

¹⁰⁰ A KRAB surgiu em Seattle, em 1963, e foi fundada por Lorenzo Milam. Informação disponível em: http://kser.org/download/Basic_Broadcasting_PDFs/Basic_Broadcasting_History_Of_KSER.pdf

¹⁰¹ Embora os autores Peter, M. L. & Booth, J. (1989) indiquem a sua constituição em 1975, no sítio internet desta federação (<http://nfc.org/about/>) pode ler-se que foi fundada em 1978, com a missão de dotar as organizações de media locais com serviços, que lhes permitam servir melhor as comunidades onde se inserem. Em 2016, a NFCB tem cerca de 200 membros, tem um quadro de dirigentes que foram eleitos juntos de todos os membros e a sua principal fonte de rendimento é o pagamento das quotas efetuado pelos seus membros. Por forma a garantir um conjunto de serviços específicos e essenciais às emissoras que compõem a Federação, a NFCB aderiu a duas organizações de *media* públicos: a LPRC – *Latino Public Radio Consortium* e a NPM – *Native Public Media*. Como principais serviços disponíveis para os seus elementos, esta federação americana realiza uma conferência nacional de media comunitários, um conjunto de seminários mensais, uma *newsletter* informativa, um blogue, um espaço de pesquisa e esclarecimento de dúvidas no site da federação, uma linha de atendimento telefónico, consultoria personalizada e atualizações constantes sobre políticas, tendências e dados do setor.

organizações sem fins lucrativos, geridas por um grupo representativo da comunidade que serviam, empenhadas no acesso do público à emissão, não privilegiando qualquer grupo específico, organização ou instituição, refletindo a divergência de cultura e opinião existente na comunidade.

A NFCB reconhecia o distanciamento em relação ao serviço público de radiodifusão, sobretudo pelo foco deste setor comunitário na descentralização. Esta federação, aquando da sua formação, reconhecia as RC como

o elemento de controlo da comunidade local, empenhado no acesso à comunidade, especialmente para aqueles que são excluídos pelos media de massa: mulheres, grupos étnicos, pessoas de cor, seniores ou jovens. Esta política implica o uso de voluntários e um programa de formação, onde assalariados e voluntários devem ter acesso à gestão (Lewis & Booth, 1989, p. 121).

Ainda na América do Norte, mas no Canadá, a origem das RC está intimamente ligada aos territórios e culturas marginalizadas, sendo a cultura indígena o exemplo principal. O país é bilingue e multicultural, pautado ainda pela existência de comunidades indígenas remotas, para as quais a rádio assume um forte papel no panorama das comunicações. Estas emissoras canadianas são maioritariamente desenvolvidas por voluntários e, nas comunidades indígenas, rádios como a *Inuit* começaram desde logo a colocar o ouvinte também no papel de emissor. Ainda assim, apesar da relevância que estas comunidades tiveram no desenvolvimento do terceiro setor de radiodifusão no Canadá, continuam “invisíveis” na história da rádio canadiana. “Even after several decades of running their own stations, the dominant literature omits their contribution”. (Alia, 2006, p. 80).

Os *media* canadianos recebem fundos do Estado, o que lhes permite garantir o seu funcionamento e os radiodifusores do terceiro setor são licenciados e reconhecidos pela lei desde 1971. Para as rádios indígenas em particular, o governo criou em 1973 o *Native Communications Programme*, com a finalidade de fortalecer o setor. Este programa permitiu estabelecer apoios financeiros regulares às rádios canadianas que viriam, mais tarde já nos anos 90, a sofrer os primeiros cortes financeiros. Para compensar estas quebras foi permitido às emissoras comunitárias sem concorrência obter financiamento através de receitas publicitárias, nomeadamente através de anúncios publicitários, que poderiam ir até aos 250 minutos por dia (Alia, 2006).

No Canadá, as RC revelaram-se um instrumento vital para garantir a diversidade cultural e linguística, e, em algumas comunidades, os programas desenvolvidos no

dialeto local tornaram-se a principal atração dos ouvintes, uma vez que possibilitavam também a realização de importantes fóruns de debate. Este potencial participativo não pode ser subestimado, uma vez que, no Canadá, a rádio se tem mostrado como o único e contínuo fio condutor das comunidades e a sua principal forma de conexão (Alia, 2006).

Uma gênese idêntica têm as rádios comunitárias da América do Sul, embora com especificidades muito próprias, que pretendemos abordar de seguida.

5.4 América do Sul: uma origem sindicalista e um cariz educacional

As primeiras experiências de RC no mundo, como já referimos logo na introdução deste capítulo, iniciaram-se na América Latina, mais concretamente na Bolívia, em 1947, precisamente no mesmo ano que na Colômbia surgia a *Rádio Sutatenza*, que utilizou as ondas hertzianas para passar a sua mensagem contra as baixas condições laborais. Este nascimento esteve diretamente ligado à forte vocação sindical do país naquela altura, sobretudo depois da revolução boliviana de 1952 (Torres, 2009).

Ao longo dos anos, as RC latino-americanas foram surgindo ligadas aos povos indígenas, sindicatos, universidades e Igrejas. Nas últimas décadas do século passado surgiram também várias emissoras dominadas por grupos populares, sobretudo no Peru (Girard, 2002). Em países como a Argentina surgem as *bocinas* (Girard, 2002), que no Brasil são apelidadas de “rádio altifalantes”, tratando-se da colocação de altifalantes em determinados pontos da comunidade, de forma a que esta possa dar voz a problemáticas que a afetam diretamente (Peruzzo, 1998).

O panorama da radiodifusão comunitária na América Latina está ainda marcado pelo seu cariz educacional (Meditsch & Betti, 2008), do qual Mário Kaplún¹⁰² é a referência principal e um dos seus principais impulsionadores, no desejo de um ouvinte

¹⁰² Mário Kaplún (1923-1998) foi jornalista, professor e investigador na área da Comunicação, nomeadamente na rádio e na televisão, dedicando-se sobretudo à análise do contexto latino-americano. Nasceu na Argentina, mas viveu no Uruguai e esteve em exílio político na Venezuela. Durante a sua passagem pelo Uruguai, entre 1977 e 1978, cria o programa Cassette-Foro, que começaria por aplicar com cooperativas de agricultores, definindo um sistema de comunicação comunitária e de educação de adultos, baseado na cooperação e organização popular, possibilitando uma maior interação entre os indivíduos que formavam esta comunidade. Kaplún esteve na vanguarda dos projetos de radiodifusão voltados para o cariz popular e alternativo, com grande responsabilidade no processo de desenvolvimento (Meditsch & Betti, 2008, pp. 1-12).

mais ativo e participativo, numa comunicação que deveria ser nas duas direções e com o ouvinte a assumir também o papel de comunicador.

Com as RC e o seu desenvolvimento na segunda metade do século XX passou a existir espaço para comunicar as carências da população na América Latina, transmitir valores, promover o desenvolvimento integral do indivíduo e da comunidade, elevando o nível de consciência, estimulando a reflexão e ainda sendo um agente ativo para a transformação natural, económica e social (Meditsch & Betti, 2008). Todavia, a concentração geográfica destas emissoras é díspar daquilo que iremos verificar na Ásia ou do que observámos anteriormente em África. As cerca de 3500 rádios que existiam na América Latina, já na década de 80, estavam sobretudo concentradas nas capitais destes países e nas grandes cidades, chegando de forma deficitária às zonas mais rurais, analfabetas e com um acentuado deficit educativo (Meditsch & Betti, 2008, p. 6). Exceção para o Equador, onde as RC surgiram sobretudo sob a alçada de organizações agrícolas (Girard, 2002).

Aquando do surgimento no Chile, as RC estavam mais voltadas para as minorias ou grupos marginalizados, como por exemplo as mulheres e, na Nicarágua, existia um domínio preponderante por parte da Igreja Católica. Já em países como El Salvador, estas emissoras comunitárias contribuíram para difundir as mensagens de libertação nacional e para clarificar a situação de luta de um povo.

Na Bolívia, as primeiras emissoras surgiram no seio de comunidades mineiras. A primeira surgiu no distrito mineiro de Catavi e a segunda terá surgido uns curtos dois anos depois, *La Voz del Minero*, fundada pela Federação Sindical dos Trabalhadores Mineiros da Bolívia. Estas rádios bolivianas nasceram desprovidas de apoios, quer institucionais, quer por parte de ONG internacionais ou mesmo agências de desenvolvimento governamentais. A sua origem está genuinamente ligada à população, que se juntou para fazer face à repressão provocada pelos governos militares autocráticos da época, num país onde as eleições eram decididas apenas por dez mil votantes, sendo excluída a população analfabeta, ou seja, a grande maioria (Gumucio-Dagron, 2005). Desde esta altura que o terceiro setor de radiodifusão boliviano ficou fortemente ligado ao setor sindical, mas com o tempo, sobretudo nos finais dos anos 80, a presença das RC estendeu-se também às zonas andinas da província e ao longo das regiões de fronteira, na região mais oriental e amazónica da Bolívia.

Conforme Gumucio-Dagron (2005), as RC bolivianas denotam a importância pela salvaguarda da língua nativa enquanto fator identitário, representam uma

indiscutível contribuição para a inovação tecnológica, criando espaços participativos e de manifestações culturais. Estas emissoras estão financeiramente dependentes de apoios locais e comunitários, estabelecendo um vínculo forte com valores e crenças tradicionais indígenas, organizando formas de ação coletiva e solidária. Características que contribuíram para que as RC se transformassem rapidamente num fenómeno social de relevância.

The stations quickly became the cultural, social and political center. Rather than going to the police with a complaint, people would go straight to the radio, even for matters involving family issues. (Gumucio-Dagron, 2005, p. 319).

Este crescimento e esta transformação social foram impulsionados pelo quadro histórico boliviano, devido ao impacto que a nacionalização do setor mineiro, em 1952, levada a cabo pelo *Movimiento Nacionalista Revolucionario*, teve junto dos trabalhadores. Só entre as décadas de 50 e 70 foram criadas trinta emissoras comunitárias, que eram integralmente geridas por mineiros, sendo de salientar que estes retiravam uma percentagem do seu ordenado para garantir os custos operativos. Nestas rádios, salvo raras exceções, os produtores de rádio eram selecionados localmente. Nos anos 80, qualquer união de mineiros tinha a sua própria rádio. Contudo, a quantidade nem sempre era acompanhada pela qualidade das emissões. Os transmissores eram quase sempre de (muito) baixa potência, que variava entre os 200KW (como mínimo) e os 2000 KW (como máximo). As infraestruturas físicas e as condições económicas destas emissoras eram muito limitadas e isso refletia-se na variedade da programação e na audiência. Embora a maior parte tivesse um auditório muito reduzido, também existiam casos excecionais, como a *Radio Vanguardia* (Gumucio-Dagron, 2005).

Perante este cenário de forte crescimento do setor comunitário de radiodifusão na Bolívia, sentiu-se necessidade de regular este setor dos *media* comunitários. A regulação acabou por acontecer nos anos 90 do século passado¹⁰³. Tal como foi o primeiro país a ter uma RC, a Bolívia também foi dos primeiros países da América do Sul a reconhecer

¹⁰³ O trabalho nesse sentido começou a ser desenvolvido pela Mesa Diretiva Nacional da AMARC, em parceria com várias instituições e a 25 de março de 1999 cria-se um Convénio Interinstitucional de Cooperação e Serviços, com os objetivos de fortalecer o setor das RC e com vista a facilitar e a regular o processo de atribuição de frequências. Posteriormente, e por influência da AMARC, foi possível criar um projeto de lei para a radiodifusão comunitária – o *Decreto Supremo para la Reglamentación de la Radiodifusión Comunitaria* - que, depois de diversas alterações e insistência por parte da AMARC, foi promulgado a 14 de dezembro de 2015.

oficialmente, através de legislação e convenções internacionais, a radiodifusão comunitária.

No Brasil, por exemplo, apesar de existirem milhares de emissoras comunitárias e de estas estarem enquadradas na legislação vigente, o seu funcionamento é condicionado por fatores políticos, económicos e sociais, como aliás teremos oportunidade de explanar no capítulo dedicado ao Brasil. quando falarmos das RC no espaço da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Na Ásia, onde o processo de criação de RC está ainda em construção na grande maioria dos países asiáticos, o cenário é pautado por diversos problemas burocráticos e sem grande adesão voluntária por parte das comunidades. Consideramos por isso relevante que, no próximo subcapítulo, se trace algumas linhas acerca dos caminhos que estão a ser percorridos neste campo no continente asiático.

5.5 Ásia: o domínio político de um processo em construção

Com a análise elaborada até este momento, verifica-se que as razões que levam ao aparecimento do movimento de rádios comunitárias (RC) varia de continente para continente e de país para país. Na América do Sul, os fundamentos estão ligados sobretudo a razões sindicais e à precariedade do trabalho; na América do Norte à valorização das culturas minoritárias, como por exemplo a indígena; na Europa, ligados à valorização das minorias e em África relacionadas com as questões de desenvolvimento e de saúde pública. Agora, importa percebermos a realidade asiática.

Ao contrário de África ou da América do Sul onde a expansão foi significativa e repentina, na Ásia o processo é lento e no início do novo século estava ainda a sair das sombras (Seneviratne, 2012), um movimento “continuamente em construção, como se fosse algo malcozido, uma revolução em pausa” (Pavarala, 2015, p. 15). O seu potencial nunca foi realizado na totalidade devido a consideráveis obstáculos, como a burocracia na obtenção das licenças, os custos associados às tecnologias, o desaparecimento do espectro para as RC e o declínio no apoio por parte dos voluntários (Seneviratne, 2012; Pavarala, 2015).

Em 2012 existiam no continente asiático pouco mais de 300 emissoras comunitárias identificadas e reconhecidas. As que surgiram até esta altura tinham o auspício de dar voz a culturas minoritárias e enfrentavam duros obstáculos em termos

de legalização e de regulação do setor. A heterogeneidade do setor das RC neste continente espelha a diversidade política, económica, social e cultural desta região do globo (Seneviratne, 2012).

Por exemplo, no Nepal as primeiras RC surgiram em 1996 e em 2015 existiam 250 emissoras, mas ainda não estava definida uma política que regulasse o setor. Esta ausência de regulação possibilitou a politização das rádios, que apareceram com ligações a forças políticas estabelecidas. Um cenário que encontra semelhanças também no Butão (Pavarala, 2015).

A primeira RC asiática surgiu no Sri Lanka em 1981 e foi a *Mahaveli Community Radio*¹⁰⁴, tendo o seu aparecimento inspirado o surgimento de outros exemplos no país (Seneviratne, 2012).

Nas Filipinas não há legislação que garanta o serviço comunitário de rádio e o setor é marcado por emissoras comerciais, que exercem um forte serviço de proximidade, muitas vezes até mesmo comunitário (Seneviratne, 2012). Para Kalinga Seneviratne (2012), a dimensão do país, associado ao elevado número de rádios e às baixas condições económicas, permite que isso aconteça. O final dos anos 90 do século passado fica marcado pela proliferação de rádios comerciais e, em 2012, eram já mais de 400 as emissoras com este cariz, interligadas pela *Manila Broadcasting Corporation*. O sistema de *media* asiático mais liberal é o Filipino, caracterizado pelo modelo PPPPPP - “profit, propaganda, power, politics, privilege and prestige”¹⁰⁵ (Seneviratne, 2012, p. 2).

No Bangladesh, apesar de haver vontade para implementar uma rede de emissoras de rádio comunitárias, o governo continua a olhar para elas com “forte potencial de oposição e dissidência” (Pavarala, 2015, p. 16), agravando-se a situação pela forma como as ONG, suportadas por entidades internacionais, se apoderam também deste meio de comunicação comunitário para, através de donativos, fazerem gestão de catástrofes. “Existe um perigo real que as ONG se transformem naquilo que Geoffrey Wood (1997) chama de *franchise state*, com a perda da sua vantagem política radical e autonomia de voz” (Pavarala, 2015, p. 16).

¹⁰⁴ Surgiu através da cooperação internacional, numa construção de esforços tripartidos entre: a *Sri Lanka Broadcasting Corporation* (SLBC) com o apoio da UNESCO e da *Danish International Development Agency* (DANIDA). Cf. David, M. (2002, p. 103).

¹⁰⁵ Tradução livre: “lucro, propaganda, poder, política, privilégio e prestígio”.

Este mesmo argumento do receio pela potencial possibilidade de abrir um canal de oposição ao governo é utilizado pelo Sri Lanka para não reconhecer a necessidade da existência deste terceiro setor de radiodifusão.

Nos países asiáticos onde existe reconhecimento legal o ambiente continua a ser restritivo. Exemplos que permitem conferir que, em vários países do continente asiático, o principal problema que se opõe ao desenvolvimento dos projetos de RC não é técnico, mas sim político. A monopolização da radiodifusão por parte do Estado é a norma em grande parte dos países em vias de desenvolvimento. Colin Fraser e Sónia Restrepo-Estrada referiam este aspeto já em 2001.

Muitos governos, especialmente em países com múltiplos grupos étnicos ou línguas, sentem que a identidade nacional e a unidade podem sair reforçadas com uma única voz de radiodifusão, centralizada, promovendo um idioma nacional (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001, p. 10).

Esta centralização da decisão e o controlo político dos governos, com a complicada burocratização do sistema, dificultam a criação de uma rede coesa de RC na Ásia. Uma realidade que contrasta profundamente com o continente vizinho da Oceânia, onde o fenómeno destas emissoras começou consideravelmente mais cedo e está já mais estruturado, estando legalizado desde 1992 e havendo, inclusive, dados referentes ao número de ouvintes das emissoras comunitárias.

5.6 Oceânia: rádios comunitárias maioritariamente rurais

Dedicamos esta parte do trabalho à realidade de dois dos maiores países que compõem a Oceânia, a Austrália e a Nova Zelândia, e onde estas emissoras comunitárias estão fortemente implementadas.

As primeiras rádios comunitárias (RC) australianas surgiram em 1970 e pautavam-se por possibilitar a participação das populações locais na produção e gestão dos *media*, reforçando a proximidade com a cultura e os aspetos da vida local, bem como a independência dos conteúdos. A estas características, acrescenta-se ainda o facto de o setor das RC na Austrália contribuir para a diversidade mediática, a inclusão e a coesão social, proporcionando dar voz às comunidades e ser uma plataforma para diferentes pontos de vista (CBAA, 2019).

Estas são algumas das características mais evidenciadas e um pouco por todo o território australiano existem emissoras comunitárias, criando uma rede que trabalha em oposição direta aos setores público e privado de radiodifusão, uma vez que este terceiro setor reflete a diversidade linguística e cultural do país.

Em 2018 existiam 356 licenças permanentes atribuídas (CBAA, 2019), mais oito do que as que existiam em 2010 (CBF, 2010), e estavam ainda também emitidas 102 licenças temporárias.

A audiência destas rádios tem tido um crescimento consistente nos últimos 15 anos e as RC têm mais ouvintes que nunca. Em 2018, atingiram o record de seis milhões de ouvintes, dos quais 16% eram mesmo exclusivos, ou seja, não ouviam qualquer outro tipo de rádio que não fosse comunitária (CBAA, 2019). Dados da *Community Broadcasting Foundation* (CBF)¹⁰⁶, de 2010, indicavam cerca de quatro milhões de ouvintes, que significava uma subida de 17% face a 2004. Ou seja, entre 2004 e 2010, as RC australianas ganharam mais 680 mil ouvintes, e entre 2010 e 2018 mais cerca de dois milhões. Destes destacam-se os ouvintes das comunidades rurais.

Community radio serves a large and diverse national audience. People from every state & territory listen to community radio. 1784 millions of these listeners are in non-metropolitan areas. 28% of non-metropolitan population aged 15+ years (CBAA, 2019, p. 4).

As RC australianas funcionam com base no princípio de serem sem fins lucrativos, embora o setor dê emprego a mais de mil pessoas, contando com um forte suporte de voluntários¹⁰⁷ (Order, 2013).

No que respeita às questões legais, as RC estão reguladas desde 1992 pelo *Broadcasting Services Act* (BSA), o que veio possibilitar a obtenção de licenças de radiodifusão. Os serviços de radiodifusão são regulados pela *Australian Communications and Media Authority* (ACMA), que estabelece um *Código de Prática*¹⁰⁸ (CP), que todos os órgãos do setor devem respeitar.

¹⁰⁶ Organização sem fins lucrativos de apoio aos *media* comunitários, na Austrália. Em 2020, a CBF informava que este apoio era extensível a 216 organizações comunitárias de todo o território australiano. <<http://cbf.org.au>>

¹⁰⁷ De acordo com a CBF, em 2010, eram 23 mil voluntários. Em 2018 seriam já 26 mil (CBAA, 2019).

¹⁰⁸ Este respeito deve compreender os seis princípios estabelecidos por ambas as entidades: (1) promover a harmonia e a diversidade, contribuindo para a criação de comunidades inclusivas, coesas e culturalmente diversas; (2) pretender alcançar princípios de democracia, acessibilidade e equidade, especialmente para pessoas e temáticas que não consigam espaço nos outros media; (3) realçar a diversidade da programação disponível aos ouvintes e dos diferentes pontos de vista; (4) demonstrar independência editorial, de

Em termos de âmbito de ação, as RC australianas são bastante diversas, pois existem estações de rádio indígenas, rurais, étnicas, de migrantes, de defesa da justiça social, de diversos tipos de música, de estudantes ou de grupos minoritários. Existia um ponto em comum entre todas, nomeadamente os interesses destas comunidades não estavam devidamente representados nos *media* comerciais ou estatais (CBF, 2010).

Community radio offers Australians access to a unique range of services and programs that support a diversity of voices, provide opportunities to contribute to and reflect an Australian identity and support effective participation in society (CBAA, 2019, p. 6).

Identidade esta que pode ser geográfica ou de interesses. De referir o facto de a CBF reconhecer que existe uma divisão entre emissoras comunitárias geograficamente definidas, ou seja, confinadas a um determinado espaço do território, mas também baseadas em comunidades de interesses, com uma aproximação cultural e não meramente geográfica¹⁰⁹. De acordo com dados recolhidos por esta fundação, em 2010, 47% das RC australianas estavam direcionadas para comunidades geográficas, enquanto 53% das emissoras existiam com base numa comunidade de interesses. Neste último grupo, incluem-se as rádios de vocação étnica, educacional, indígenas, para jovens, baseadas em interesses musicais, para *gays* e lésbicas, artísticas ou religiosas (CBF, 2010). Este último grupo, rádios de cariz religioso, ocupava 72% do espectro dedicado a estas emissoras e eram maioritariamente cristãs.

Contudo, é significativa a predominância das emissoras que estão localizadas na ruralidade ou fora das grandes áreas metropolitanas, como mostra a figura 6.

programação e de gestão; (5) apoiar e proporcionar o desenvolvimento de música e diferentes artes locais; (6) impulsionar o envolvimento da comunidade no serviço de radiodifusão.

¹⁰⁹ É pertinente que aqui se estabeleça uma ponte com o que abordámos na construção teórica deste nosso objeto de estudo, no primeiro capítulo desta tese, nomeadamente o relacionamento com as comunidades geográficas e as comunidades imaginadas de Benedict Anderson.

Distribuição das rádios comunitárias australianas no território

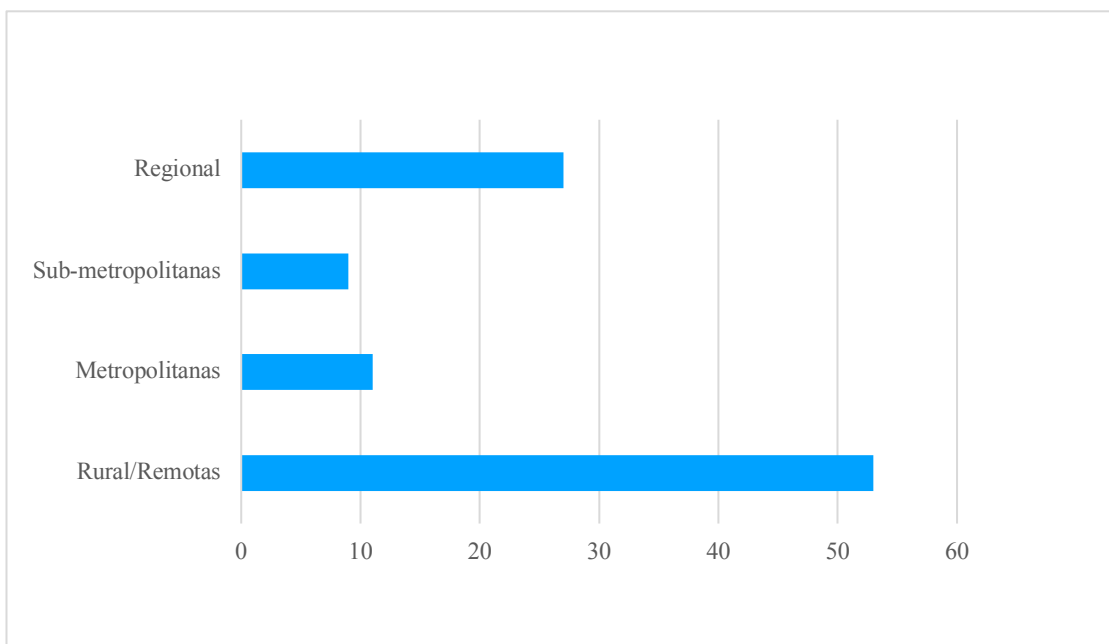


Figura 6 - A distribuição das rádios comunitárias no território australianas. Fonte: adaptado de CBF - Community Broadcasting Foundation, 2010.

Importa falar-se também sobre os motivos pelos quais os australianos ouvem as RC. A principal razão pela qual o fazem prende-se com a oferta de notícias de âmbito local. De acordo com a *Community Broadcasting Association of Australia* (CBA) 49% dos australianos ouvem as emissoras comunitárias por este motivo e só depois por emitirem música especializada (34%) ou por darem voz às personalidades locais (34%).

As RC australianas têm acompanhado o progresso do setor desde 1970 e atualmente têm migrado com facilidade para o serviço digital, transformando-se, na grande maioria, em *media* multiplataforma, possibilitando a formação anual a cerca de oito mil australianos que adquirem competências para a sua participação, produção de conteúdos e gestão destes meios. No setor tecnológico prestam serviços por via analógica e via digital, permitem a audição *online* das emissões e disponibilizam programas em *podcast* (CBF, 2010).

Para finalizar a caracterização do terceiro setor de radiodifusão australianas importa resumir as principais formas de financiamento ou fontes de receita das emissoras. O facto de serem estações sem fins lucrativos implica que este ramo consiga a sua sustentabilidade através de patrocínios, inscrições de membros e donativos, que variam consoante a comunidade.

Fontes de financiamento das RC australianas (2007-2008)

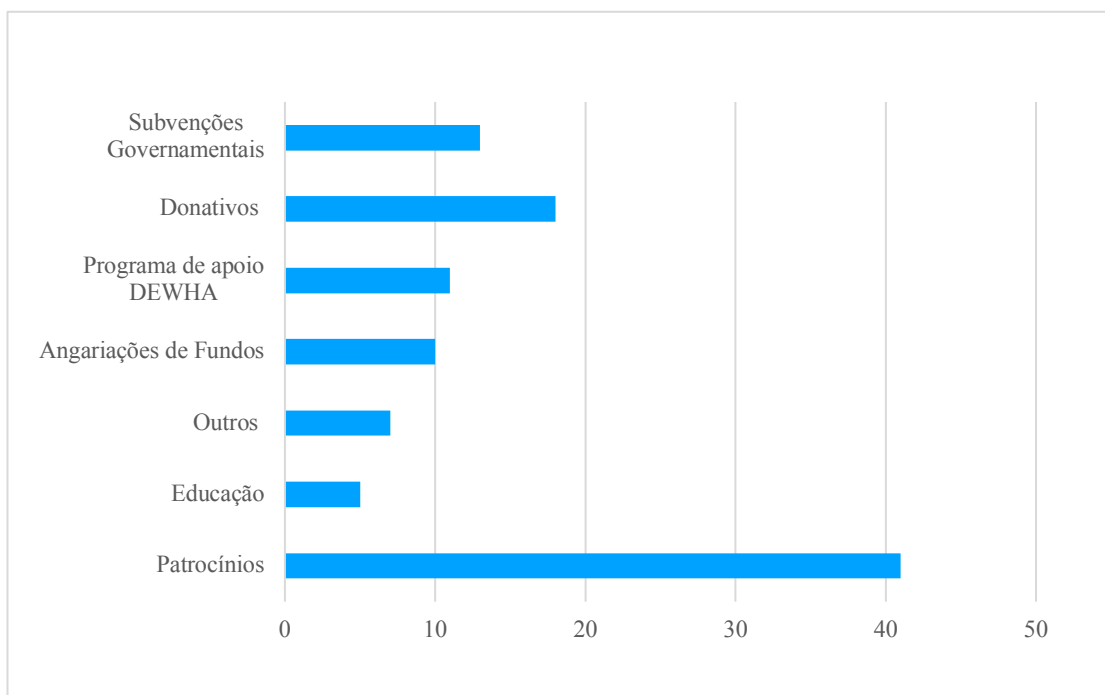


Figura 7 - As fontes de financiamento das rádios comunitárias australianas. Fonte: adaptado de CBF - Community Broadcasting Foundation, 2010.

Pela análise à Figura 7 percebe-se que a modalidade de financiamento mais utilizada na Austrália era o recurso a patrocínios. Contudo, os relatórios da CBF (2010) e da CBAA (2019) mostram que as formas de financiamento são diversas. Embora os fundos federais e estatais não sejam a principal fonte de financiamento, o departamento de comunicações e de economia digital do Estado australiano proporcionava a candidatura a fundos governamentais, que eram depois distribuídos pela própria CBF e, desde 2007, as emissoras comunitárias indígenas podem recorrer também a suporte financeiro exclusivo (que na Figura 7 corresponde ao Programa de apoio DEWHA), através do departamento do ambiente, água, património e artes. A tendência atual, como veremos de seguida, continua a manter-se com a maior parte da receita a provir da angariação de fundos, dos patrocínios e das quotas cobradas aos associados.

The sector is largely independently funded, with three quarters of total revenue generation throughout fundraising, sponsorship, member and subscription fees (and other sources of income including access fees, training fees and production fees). The remaining quarter of the sector's total funding is via grants, including Federal, State and Local government grants, philanthropic organizations and educational institutions (CBAA, 2019, p. 15).

Também neste país, as emissões das RC são majoritariamente produzidas por voluntários: em 2018 eram cerca de 26 mil, 17% com menos de 26 anos e cerca de metade das emissoras eram inteiramente dinamizadas por estes, sem qualquer assalariado (CBAA, 2019).

Na Nova Zelândia, embora as RC existam em menor número, a realidade é idêntica. A *Community Access Media Alliance*¹¹⁰ (CAMA), que representa as 12 emissoras comunitárias existentes no território neozelandês, existe com o objetivo de promover, desenvolver e proporcionar o acesso à radiodifusão comunitária neste país, de exercer *lobbying* e de organizar recolhas de fundos para apoiar as suas rádios (CAMA, 2020).

Também aqui as comunidades desempenham um papel de relevo na criação e manutenção destas emissoras.

Community access broadcasting is by, for and about the community. CAMA stations provide a platform for people to get their voices heard. Programs are made by diverse people and groups who aren't traditionally given a large amount of coverage by mainstream media (CAMA, 2020).

Estas emissoras, que dão voz a quem não tem espaço para tal nas rádios privadas, são organizações sem fins lucrativos, que obtêm a frequência de rádios regionais e comunitárias não comerciais, através do Ministério da Cultura e do Património, e que recorrem a várias fontes de receita para garantirem a sua sobrevivência.

It can generate income from a limited amount of advertising per hour, seeking program sponsorship, by collecting donations directly from the public, by seeking community-based funding from charities, councils and other non-for-profit groups and it can charge program makers for airtime and/or delivering podcasts (Mollgard, 2018, p. 6).

De acordo com Mollgard (2018), em algumas zonas do país, estas emissoras são mesmo o único *media* verdadeiramente local, proporcionando serviços de informação de proximidade, valorizando a arte e a cultura locais.

Estes conteúdos são abordados num contexto de rádio multiplataforma, uma vez que estas têm *website*, com emissão em direto e com *podcasts*, sendo que, em alguns casos, esta última solução é mesmo a única forma de comunicação (Mollgard, 2018).

¹¹⁰ <https://www.cama.nz>

5.7 Síntese: uma realidade mundial díspar

Sintetizando a exposição que fizemos anteriormente, percebe-se que existem diferentes velocidades um pouco por todo o mundo, no que diz respeito à criação e ao desenvolvimento das emissoras de rádio de cariz comunitário. Estamos perante um *puzzle* europeu heterogéneo. A realidade dos países nórdicos, que reconhecem, financiam e proporcionam o desenvolvimento destes meios comunitários, contrasta com a realidade dos países da Europa ocidental, onde as RC têm menor força de implementação, existe uma maior burocratização e, em casos como o português, o contexto é de ausência de legislação que regule o setor e que possibilite a convivência destas emissoras com as rádios privadas e as rádios públicas.

Quando olhamos o continente africano percebemos que estas emissoras comunitárias surgiram sobretudo depois do processo de descolonização, estando a sua implementação fortemente ligada a agências de desenvolvimento internacionais, um pouco daquilo que se passa também na Ásia, embora a um ritmo consideravelmente mais reduzido.

De seguida sistematizamos as realidades dos seis continentes, tendo em conta a contextualização destes meios, a sua origem, os objetivos e fundamentos, a legislação (in)existente e os seus modelos de financiamento.

Sistematização das realidades das RC nos seis continentes

Geografias	Contextualização	Origem	Objetivos e fundamentos	Legislação	Modelos de financiamento
África	Surgem no contexto rural e com apoio internacional, muito voltadas para temáticas relacionadas com a pobreza e com a saúde.	Anos 80, em muitos casos foram implementadas e dinamizadas por ONG.	Criar potencial participativo e transformação comunitária; proporcionar o desenvolvimento local.	Na maior parte dos países não existe, mas há reconhecimento oficioso da sua importância.	Subvenções internacionais, através das ONG.
América do Norte	O setor está francamente estabelecido, pretende ser uma opção que fomenta a diversidade linguística e cultural estadunidense e canadiana.	A primeira surgiu em 1963, em Seattle (EUA).	Distanciar-se do SP de radiodifusão; proporcionar a descentralização da informação e dos meios; dar voz às minorias; proporcionar diversidade cultural e linguística.	Existe reconhecimento legal desde 1970	Maioritariamente por fundos do Estado com apoios financeiros regulares

América do Sul	A quantidade de rádios comunitárias não acompanha a qualidade das emissões. Atravessam graves dificuldades económicas. Embora tenham surgido primeiro na Bolívia é no Brasil que existem em maior quantidade, quer legalizadas, quer ilegais. Surgiram com forte vocação sindical e estão muito voltadas para os problemas sociais.	1947 - Na Bolívia, através de uma comunidade de mineiros.	Fundamento de cariz educacional; impulsionar o desenvolvimento local; fomentar a transformação económica e social.	Varia consoante o país.	Apoio integral das comunidades, desprovidas de quaisquer apoios estatais ou internacionais (ONG e agências de desenvolvimento).
Ásia	Processo lento e em construção. Setor muito politizado, fortemente dominado pelo Estado, encarando oposição governamental.	Sri Lanka, em 1981.	Dar voz às minorias, que não encontram espaço na radiodifusão pública e privada.	Inexistente, inclusive nas Filipinas, país considerado como o caso asiático de maior sucesso.	Internacionais, através de ONG e agências de desenvolvimento.
Europa	Disparidades significativas de país para país, quer ao nível das características, quer ao nível da regulamentação do setor. As RC são maioritariamente urbanas e existe uma relação direta entre o número de rádios e a existência ou não de legislação.	1958 - Criação da “rádio-barco” <i>Mercur</i> .	Quebrar o monopólio das rádios públicas dominadas pelo Estado e proporcionar uma alternativa aos conteúdos das rádios privadas.	O primeiro país a legislar o setor foi a França em 1982. A legislação varia muito consoante o país e existem países como a Alemanha, onde varia consoante a região.	Misto: múltiplas fontes de financiamento público e privado, resultando de prestação de serviços, publicidade, patrocínios, subvenções estatais e pagamento de quotas.

Oceânia	Existem centenas de licenças atribuídas a RC e o setor é muito pautado pelo trabalho voluntário. São reconhecidas rádios comunitárias limitadas a um espaço geográfico, mas também rádios comunitárias baseadas em comunidades de interesses. Existe uma predominância de emissoras localizadas no mundo rural.	A primeira RC surgiu em 1970.	Estabelecer uma proximidade com a cultura e a vida local; apresentar-se como uma alternativa aos setores público e privado de radiodifusão; representar interesses que não estão representados nos <i>media mainstream</i> .	Existe legislação desde 1992 e existe inclusive um Código de Prática que deve ser seguido.	Patrocínios, quotas e fundos governamentais.
----------------	---	-------------------------------	--	--	--

Quadro 5 - síntese acerca das diferentes realidades das rádios comunitárias no mundo.
Fonte: elaboração própria.

Depois desta imagem geral das RC nos seis continentes, retratada no Quadro 5, iremos analisar a realidade dos países que fazem parte da CPLP, que mantêm laços com Portugal, por razões históricas e culturais, uma vez que foram até à segunda metade do século XX colónias portuguesas, continuando, atualmente, ligados por uma língua comum e por várias nuances culturais. No que confere às RC, iremos tentar perceber que consonâncias e dissonâncias existem dentro deste conjunto de países que ao longo do tempo estabeleceram e estabelecem troca de experiências, informações e culturas entre si, acompanhadas por uma mobilidade acentuada de pessoas e mercadorias numa rede de relações dentro desta comunidade. Para esse efeito, identificaremos as emissoras de rádio comunitárias que existem nestes territórios, excluindo as que possam existir na diáspora, tentando perceber como o processo tem sido implementado nestes países.

6. As rádios comunitárias na CPLP: a proximidade cultural com Portugal?

O 25 de abril de 1974 colocou fim a uma política de ditadura e a um regime autocrático em Portugal e impulsionou o processo de descolonização iniciado em 1973 com a declaração unilateral de independência da Guiné. Todavia, foi mantida a ligação histórica e ao património comum entre os países das ex-colónias e o povo anteriormente colonizador, sobretudo pela partilha da mesma língua e de valores miscigenados¹¹¹. Estes países mantêm uma ligação histórica e linguística com Portugal, formalizada pela constituição da CPLP¹¹². Foi com foco nessa realidade que decidimos explorar o contexto das rádios comunitárias em cada um destes locais. O objetivo primordial é perceber se existem realidades semelhantes ou dissemelhantes entre estas nações, mesmo reconhecendo que esta comunidade é um espaço pouco homogêneo, bastante díspar e com vários dos seus países fortemente ligados a outras comunidades estrangeiras, sobretudo devido à sua geografia dispersa, como lembra Adriano Moreira (2001).

Portugal pertence à União (política) Europeia, Cabo-Verde, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe são atraídos para a área do franco, Angola fica abrangida no espaço liderado pela África do Sul, Moçambique entrou para a comunidade britânica, e o Brasil dinamiza o Mercosul, e não pode evitar o projeto hegemônico do continente americano conduzido pelos Estados Unidos (Moreira, 2001, p. 19).

¹¹¹ A miscigenação é um conceito trabalhado por Boaventura Sousa Santos (2003), em *Entre o próspero e Caliban – Colonialismo, pós-colonialismo e interidentidade*, onde o investigador refere a subalternidade do colonialismo português, quer nas práticas, quer nos discursos, tendo sido um colonialismo pouco capitalista, muito marcado pela condição semiperiférica de Portugal. Boaventura Sousa Santos considera que os portugueses são mais emigrantes do que colonizadores nas suas colónias. Por exemplo, em termos identitários, Portugal nunca negou totalmente a identidade do outro, com Boaventura Sousa Santos a referir que a visão de Portugal colonizador é a de um “próspero incompetente” e de um “próspero benevolente”. Os portugueses foram “apanhados nas malhas de Caliban, canibalizados, vivendo segundo costumes e línguas locais” (Santos, 2003, p. 35). No caso da colonização portuguesa foi o “próspero” que assimilou as tradições e costumes do colonizado, tendo os portugueses permitido a miscigenação.

Com a descolonização, apesar de pressionado internacionalmente para isso, Portugal nunca conseguiu abandonar a interidentidade estabelecida entre “próspero” e “caliban”, ou seja, a ligação cultural forte que foi estabelecida não foi cortada com a separação física dos países (Santos, 2003, p. 45).

¹¹² Foi criada a 27 de julho de 1996, num tratado assinado no Centro Cultural de Belém, reunindo sete Estados membros: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal e São Tomé e Príncipe. Na altura, aguardava-se ainda pela formalização da independência de Timor para concretizar também a sua adesão a esta comunidade, o que viria a acontecer em 2002. Apesar de ter encontrado resistência de alguns países, entre os quais Portugal, (em 2010 na cimeira de Luanda e, em 2012, em Maputo), o grupo de países da CPLP fica fechado em 2014 com a entrada da Guiné-Equatorial.

Esta dispersão pode ser minimizada pela questão da língua e da cultura¹¹³, possibilitando a cooperação técnica e científica, a formação e a segurança, no processo de construção da paz em África, centrada no objetivo de fortalecer as solidariedades horizontais. Um processo ainda em desenvolvimento e que tem sido marcado “pela lentidão e falta de recursos disponíveis” (Moreira, 2001, p. 20).

O conceito de lusofonia¹¹⁴ une estes países e remete para o conceito da interculturalidade, uma vez que no espaço lusófono coexistem pessoas diferentes, com culturas dissemelhantes e que “mutuamente reconhecem o seu direito a viver uma língua comum” (Ferronha, 2001, p. 124), que lhes confere comunicabilidade dentro da diferença.

No que confere às RC, os contextos, a história e o desenvolvimento destas emissoras parece-nos distinta de país para país estando o processo mais evoluído no Brasil, tendo em conta o número de emissoras existentes, mas também em Moçambique, onde apesar de terem surgido há menos tempo estão implementadas e com uma função social relevante ou na Guiné-Bissau onde surgiu a primeira RC numa ex-colónia portuguesa.

6.1 Angola

O panorama angolano de radiodifusão comunitária é caracterizado pela indecisão. O setor, embora conste do Projeto de Lei de Radiodifusão criado em 2009, continua por definir e as rádios apelidadas de comunitárias que têm surgido no país estão sob o controlo do Estado e sob gestão da Rádio Nacional de Angola (RNA), refletindo pouco os interesses das populações locais.

O Ministério da Comunicação Social angolano tem demonstrado publicamente que estas emissoras são fundamentais para “reforçar a unidade, a reconciliação, a coesão nacional e a educação da população para a cidadania”¹¹⁵, denotando que este meio de

¹¹³ De acordo com Ferreira, A.T. (2001), enquanto comunidade, a CPLP está ainda distante de ser uma instituição consolidada. Só poderá haver convergência de comportamentos quando existir estabilidade de objetivos, encontrando depois um caminho para a cooperação dentro deste espaço de comunidade. Segundo este autor, falta ainda encontrar um realismo geopolítico para a CPLP, no contexto mundial, por isso considera frágil pensar que a língua e a história possam suportar a existência da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, desde que assente apenas nestes pressupostos.

¹¹⁴ Por esta questão deixámos de fora a Guiné Conacri, membro da CPLP desde 2014, por considerarmos que o elo através da língua e da cultura não existe, sendo a sua adesão explicada como uma decisão meramente política.

¹¹⁵ Declarações à ANGOP, a agência de notícias angolana, em maio de 2013.

comunicação é essencial para que os cidadãos sejam mais participativos nas decisões que envolvem a comunidade onde se inserem (ANGOP, 2013)¹¹⁶.

Embora em 2013 o ministério da Comunicação Social tenha criado um programa de expansão das rádios comunitárias (ANGOP, 2013), o governo angolano ainda não deu seguimento ao projeto de lei, nem reviu ainda a legislação vigente para os meios de comunicação.

A primeira RC angolana surgiu em 2011, na província de *Bié*, no município de *Nharea*, com uma torre de 40 metros, com um emissor de 250 watts. Uma rádio que foi criada sob a alçada da administração local, em parceria com o Ministério da Comunicação Social. Não obstante, esta rádio surgiu controlada pela RNA, tal como as rádios comunitárias *Kazenga*, a *Rádio Escola*, do Cefojor, o centro de formação de jornalistas, e a *Rádio Viana*, situadas em Luanda (ANGOP, 2015)¹¹⁷.

A ONG *Development Workshop* disponibilizou-se em 2012 para apoiar projetos com vista à criação de estações de rádio comunitárias em Angola, abordando “especificamente questões de interesse social, político, cultural, religioso ou outro, desde que estejam ligadas à vida de uma determinada comunidade” (Voaportugues, 2012), contrariando o modelo de RC que tem vindo a ser estabelecido pelo governo angolano, que consiste na descentralização da RNA, passando a informação de que as mesmas são comunitárias.

Felizardo Epalanga, da Fundação *Open Society Angola* afirma que existe um esvaziamento do verdadeiro papel deste tipo de rádio em Angola, notando ser de extrema importância a aprovação da Lei de Radiodifusão, uma vez que este terceiro setor aparece enquadrado e definido no documento (Voaportugues, 2012).

No Projeto de Lei da Radiodifusão da República de Angola (2009) está definido no ponto três do artigo 4º o âmbito comunitário do setor de radiodifusão, restringindo a emissão a apenas um emissor local (art.5º), estando a escolha dos produtores de conteúdos diretamente relacionada com a proximidade cultural e com a localidade onde a rádio exerce a sua missão (art.6º). Neste projeto de lei existe uma secção

¹¹⁶ Informação obtida em http://www.portalangop.co.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2013/7/35/Radios-comunitarias-reforcam-unidade-coesao-nacional-Lourdes-Lima_f2a2d78f-812d-4855-9172-89e762b01a5a.html e ainda em http://www.portalangop.co.ao/angola/pt_pt/noticias/politica/2013/4/22/Calandula-ganha-primeira-radio-comunitaria,2677bc32-8a4c-43df-91df-dce97925ed76.html. Consultados a 17 de abril de 2015.

¹¹⁷ Informação obtida em http://www.portalangop.co.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2015/4/20/Moxico-Municipes-Luacano-querem-radio-comunitaria,6afd1d1b-46f4-4af2-8900-9341021e3b66.html. Consultado a 27 de maio de 2015.

exclusivamente dedicada à radiodifusão comunitária, definindo quem a pode exercer, quais os seus objetivos e a duração das licenças, atribuídas pelo Ministério da Comunicação Social. De evidenciar que o artigo 12º salienta que este tipo de radiodifusão concede aos cidadãos o direito de se informar e de ser informado, mas também o direito de se colocar no papel de informador.

A 12 de maio de 2015, a agência de notícias angolana, *Angola Press* (ANGOP), noticiou a vontade do município de Luacano de ter uma RC e não uma “repetidora da Rádio Nacional de Angola, instalada desde fevereiro último”, uma vez que a emissão realizada “não satisfaz o desejo da população local, emitindo apenas o canal A e o Ngola Yetu”. Acrescenta a agência que

o interesse dos munícipes passa em ouvir não só a realidade do país e do mundo, mas também a emissão de programas com assuntos de interesse local, para valorizar a língua, hábitos e costumes, e reforçar a cidadania (ANGOP, 2015).

Em suma, Angola é um país onde o Estado controla os meios de comunicação social, incluindo o processo de implementação das emissoras comunitárias, estando estas impedidas de surgirem genuinamente no seio das comunidades.

6.2 Brasil

No Brasil, as rádios comunitárias tiveram origem em movimentos populares, nas rádios “altifalantes”, também conhecidas como “rádio poste” ou “rádio popular” (Peruzzo, 2009). Encontramos nestas designações várias tipologias de rádio, que podem ser incorporadas num grupo maior denominado por Peruzzo (1998; 2009) como rádios livres (RL). Uma RL é uma rádio que entra “no ar” sem permissão, ocupando uma determinada frequência sem autorização, ou seja, uma rádio pirata. Estas RL foram sendo apropriadas pelas comunidades e pelas lutas coletivas populares e assumem o estatuto de rádios livres comunitárias (RLC). Mais tarde, em 1998, passam a designar-se apenas por RC, quando o Brasil regulou o setor de radiodifusão, abrindo espaço ao seu enquadramento legal.

Apesar de ter sido o último país da América do Sul a legislar este setor, a 19 de fevereiro de 1998, com a aprovação da Lei n.º 9.612, o Brasil instituiu o serviço de radiodifusão comunitária em FM. Nesse sentido, definiu que a potência de transmissão legal é de 25 *watts* e que a antena não pode ser superior a 30m, acrescentando que, pela

lei, só pode existir uma emissora por localidade, sendo vedada a possibilidade de qualquer transmissão em rede.

Quanto aos conteúdos da programação, a lei brasileira define que não podem existir anúncios publicitários, delineando que, para atribuir uma licença de funcionamento, é obrigatório constituir um conselho comunitário, sendo apenas possível conceder licenças em nome de fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, tendo o pedido de autorização que ser submetido por cinco entidades que sejam associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores.

Os primeiros dez anos de funcionamento da lei ficaram marcados pelo aumento do número de emissoras fechadas, de prisões e de incriminação das lideranças populares, que desenvolveram esforços por criar emissoras comunitárias. A lei brasileira padece também de lacunas que se prendem com o próprio âmbito da mesma, uma vez que restringe o serviço apenas a comunidades territoriais, ignorando comunidades baseadas em afinidades identitárias (Peruzzo, 2009).

No Brasil, as políticas dos *media* são também “implícitas e favoráveis aos grandes grupos de *media* e ao mercado das comunicações do ponto de vista prioritário de negócio” (Peruzzo, 2009, p. 9), sendo notório que a ausência de legislação durante muitos anos fez com que as RC ficassem marcadas com os estereótipos de rádios piratas e clandestinas. Para agravar a situação, muitas estações foram absorvidas pelas Igrejas ou pelos partidos políticos e um considerável número de emissoras enveredou também por um cariz mais comercial, perdendo a sua génese comunitária.

Há, portanto, casos de apropriação privada de um serviço legalmente estabelecido como de uso público e participativo por comunidades, o que contribui para gerar distorções e incompreensão por parte da sociedade (Peruzzo, 2009, p. 5).

Dados da Agência Nacional das Telecomunicações (ANT) brasileira, de 2013, mostravam que existiam 3905 emissoras de RC licenciadas. No entanto, estima-se que o número possa ser de 12 mil rádios comunitárias clandestinas. “Um número extremamente significativo considerando que, oficialmente, é maior do que o número de rádios comerciais autorizadas” (Gomes, G., Imbuzeiro, C., Santos, M., Souza, S., & Pinheiro, S., 2013, p. 4). Todavia, os números são contraditórios, pois dados do Observatório da Comunicação Comunitária (Obscomcom, 2015) indicam que são 3.836 as emissoras comunitárias brasileiras, sendo que o Estado de Minas Gerais é o que detém

o maior número de emissores (636) e o Estado de Roraima é aquele que menos frequências comunitárias possui (4). Números que ficam aquém das 10.000 emissoras brasileiras não legalizadas identificadas por Peruzzo (1998) ou as 30.000 indicadas nos números informais de Berti (2013). Também em menor número que as 4.758 emissoras legalizadas indicadas pelo Ministério das Comunicações em 2013.

No Brasil, existe a noção de que as necessidades de uma comunidade ganham visibilidade e projeção pública com a constituição de uma RC, sendo visível que este terceiro setor de radiodifusão exerce um movimento contra-hegemónico, possibilitando colocar na esfera pública, ideias, informações e posições políticas, que de outra forma não encontrariam divulgação, sendo pouco provável a sua difusão pelos *media* de massa brasileiros. Estas rádios sobrevivem sobretudo nos pequenos meios urbanos, uma vez que nos grandes centros são perseguidas e o seu funcionamento é criminalizado, porque o setor de radiodifusão é “predominantemente ocupado pelas atividades comerciais e lucrativas” (Berti, 2013, p. 5).

Conforme Gomes et al. (2013), no conjunto dos principais problemas com que as RC se deparam no Brasil encontra-se a demora e a burocracia na obtenção da licença, a crescente criminalização das emissoras e dos seus dirigentes (por exemplo só nos anos de 2011/2012 foram fechadas 1638 emissoras), a obtenção de financiamento e a manutenção do seu funcionamento. Devido a estas dificuldades defendem que o Estado aumente a publicidade institucional das empresas estatais e coloque termo à proibição de anúncios por parte de pequenos comerciantes, redefinindo o significado de apoio cultural, que é permitido pela legislação. Acrescentam ainda que as RC deveriam ficar isentas de pagamento de direitos de autor.

Há ainda a referir os impedimentos técnicos e políticos no direito à liberdade de expressão, que é observável na baixa potência de transmissão permitida e no fecho arbitrário de emissoras, bem como o impedimento de criarem redes entre RC e que sejam estabelecidas concessões políticas a parlamentares e a Igrejas que deturpem a génese da criação de uma estação de rádio comunitária (Berti, 2013; Gomes et al., 2013; Peruzzo 1998; Peruzzo 2009).

6.3 Cabo Verde

O aparecimento da primeira rádio comunitária acontece em 2003 com o nome de *Vos di Ponta D'Água*, tendo sido criada na zona de Ponta D'Água, na cidade da Praia, financiada pelo *Citi-habitat* e pela Fundação Portugal-África, após uma visita de trabalho de uma delegação da ONG cabo-verdiana *Citi-habitat* em 2000 à Guiné Bissau (Custódio, 2010), país que serviu de exemplo também para a implementação das RC moçambicanas e que abordaremos de seguida.

Até 1992, Cabo Verde era um país de rádio única. A primeira emissora surgiu em 1945, na cidade da Praia, com o nome de Rádio Clube de Cabo Verde (RCCV), informalmente chamada de Rádio Praia, muito embora tenham existido outras experiências prévias que terão começado na década de trinta (Custódio, 2010), como por exemplo as emissões da Emissora Nacional que, nesta altura, chegavam aos cabo-verdianos a partir de Lisboa, em onda curta (Oliveira, 1998).

No caso concreto da RCCV, para além da sua função radiofónica específica, a emissora servia ainda como clube recreativo, “onde eram organizados bailes e recitais, por iniciativa dos sócios e que era uma forma de dinamizar aquele espaço muito frequentado na altura” (Custódio, 2010, p. 29).

Em 1946 surge a Rádio Clube do Mindelo, que mais tarde se passou a chamar Rádio Sotavento (Oliveira, 1998), e em 1955 é criada a Rádio Barlavento, com emissões diárias, mas apenas de uma hora ao final do dia. Depois de 19 anos de emissão, esta rádio foi tomada pela população a 9 de dezembro de 1974, tendo sido anunciado em direto por Elisa Andrade que a mesma se passaria a chamar de Rádio Voz de São Vicente (Custódio, 2010).

Alguns meses mais tarde, com o lançamento da Rádio Nacional de Cabo Verde (RNCV), dá-se a extinção da Rádio Voz de São Vicente, tendo a radiodifusão nacional dominado este setor até ao surgimento do setor privado de rádio neste país, em 1992.

Anos antes, em 1976/1977, com o apoio da UNESCO, surgia um projeto de rádio educativa e rural (RER), com o objetivo de criar uma rede nacional de emissores, estendendo este serviço mais próximo das populações a todo o território cabo-verdiano. Com o RER dá-se início às primeiras formações técnicas para produtores de rádio, mais concretamente em 1979 na Praia e no Mindelo.

A finalidade do RER era a de “levar conhecimentos e novas técnicas e estabelecer entre as populações dispersas um intercâmbio de culturas, tradições e experiências” (Custódio, 2010, p. 33). À rádio educativa competia-lhe a promoção da educação e da formação pessoal e profissional dos ouvintes.

6.4 Guiné-Bissau

A Guiné-Bissau foi o primeiro PALOP - País Africano de Língua Oficial Portuguesa - a iniciar experiências com rádios comunitárias. Em 1994, a Associação de Moradores do Bairro de Quelélé, com o apoio da ONG *Ação para o Desenvolvimento* criou a *Rádio Voz de Quelélé*¹¹⁸. As primeiras experiências de radiodifusão foram feitas com uma consola e uma antena que cobria um raio de 4km, abrangendo assim o bairro, com cerca de 100 mil habitantes, mas também os bairros limítrofes de *Cumtum*, *Bairro Militar*, *Bor* e *Bra*.

Os jovens terão sido os primeiros a aderir em força a este novo meio, que trouxe ao bairro uma nova e maior dinâmica, mas também autoconfiança e noção de identidade, transformando-se gradualmente num “instrumento útil de desenvolvimento coletivo” (Rádio Voz de Quelélé, 2016).

A sua abertura coincidiu com o momento de eleições presidenciais na Guiné-Bissau, tendo o governo ordenado o seu encerramento logo de seguida. Contudo, uma epidemia de cólera em outubro de 1994 foi o mote para que fossem retomadas as emissões. A *Rádio Voz de Quelélé* assumiu um papel preponderante no combate à cólera, através das suas emissões diárias, apenas durante o período da tarde, tendo sido este o bairro menos atingido pela doença em Bissau.

As rádios comunitárias têm-se revelado instrumentos eficazes no apoio à execução de campanhas práticas de vacinação, de educação sanitária e de combate às grandes epidemias” (Rádio Voz de Quelélé, 2016).

O setor de radiodifusão guineense está tripartido em rádio pública, com o serviço assegurado pela Rádio Difusão Nacional (RDN), rádios privadas e as rádios comunitárias, espalhadas pelas nove regiões do país, incluindo o arquipélago de Bijagós.

¹¹⁸ <http://radio-voz-quelele.blogspot.pt/>

De acordo com a investigadora Patrícia Paula (2011), os cerca de 30 emissores comunitários que existem na Guiné-Bissau focam as suas linhas editoriais em áreas como a informação, a cultura, a formação e a recreação, sendo que é nesta última área que aposta a maioria das estações.

Em 2001 foi criada a Rede Nacional de Rádios Comunitárias (RENARC)¹¹⁹ que, segundo os seus estatutos, assume que os seus objetivos se centram na promoção do uso das rádios comunitárias como uma ferramenta de “desenvolvimento, paz, justiça e solidariedade”, percorrendo um caminho que contribua para a “democratização da comunicação” (RENARC, 2004).

O mesmo documento expressa que são admitidos na RENARC projetos de radiodifusão de índole comunitária, o que significa que se trata de “um emissor não lucrativo, que oferece um serviço à comunidade na qual se encontra ou à qual serve, enquanto promove a expressão e a participação na comunidade” (RENARC, 2004, p. 2).

As RC na Guiné-Bissau estão implementadas, funcionam em rede, com parcerias de programas, temáticas e formação de recursos humanos, estando vocacionadas para um serviço social e educativo, nomeadamente ao nível da saúde.

6.5 Moçambique

À semelhança do que observámos atrás na Guiné-Bissau, também em Moçambique existe uma rede de rádios comunitárias (RC) implementada no território. Quanto ao panorama da radiodifusão moçambicana é de observar que existe a rádio pública e a rádio privada e no setor de proximidade existem as rádios locais estatais, que estão inseridas nos Centros de *Media* Comunitários (CMC), desenvolvidos pela UNESCO e pelo Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane (CIUEM) e as estações comunitárias, que também podem estar ligadas aos CMC.

Quando estas emissoras não estabelecem a ligação a estes centros, detidos e controlados pelo Estado moçambicano, Patrícia Paula (2016) denota que a diferença em condições materiais de funcionamento é significativa. As que estão ligadas aos CMC recebem mais incentivos financeiros, o que possibilita, por exemplo, a compra de novos

¹¹⁹ Estatutos da Rede Nacional de Rádios Comunitárias da Guiné-Bissau. Disponível em http://renarc.adbissau.org/wp-content/uploads/2011/03/Renarc_Estatutos.pdf. Consultados a 23 de agosto de 2016.

materiais. Por sua vez, as rádios que não têm esta ligação vivenciam situações de maior dificuldade.

Em 2004 foi constituído o Fórum das Rádios Comunitárias (FORCOM), englobando 51 emissoras e com presença física na cidade de Matola, em Maputo. Em 2016, este fórum contava com 45 membros, assumindo o objetivo de mudar “todo o dia de forma positiva a vida das comunidades” e apresentando como missão: “representar e defender os interesses das RC, sem discriminação geográfica, étnica, religiosa, política, cultural e de género” (FORCOM, 2016)¹²⁰. O FORCOM apresenta como prioridades temáticas, a defesa dos direitos da criança, o combate aos casamentos prematuros e à prevenção da fistula obstétrica, o direito à informação, a discriminação de pessoas com albinismo, a monitorização pós-eleitoral, a transferência de fundos e a capacitação e produção de conteúdos.

O relatório de atividades de 2013 deste fórum mostra a aposta que tenta implementar na formação de voluntários e assalariados dessas emissoras, tendo concretizado um total de 30 formações, sendo que 21 foram dedicadas ao tema da deficiência, seis à temática das eleições e as restantes à área da produção de programas e da gestão de RC. Nesse ano, a formação abrangeu sobretudo jornalistas e produtores de programas, tendo havido formação de formadores, através do *Media Training Center*, da África do Sul. O ano de 2013 foi de eleições autárquicas em Moçambique e o FORCOM sentiu necessidade de formar os jornalistas das RC para garantir uma maior e melhor cobertura noticiosa do ato eleitoral, conferindo também maior proteção legal aos jornalistas durante o período eleitoral.

A aquisição de credenciais para jornalistas das rádios para cobertura das eleições autárquicas de 2013 e o processo de inscrição de jornalistas no Sindicato Nacional de Jornalistas foram ações de capital importância para a proteção e legitimação de jornalistas durante as eleições e o reconhecimento do jornalista comunitário como agente de comunicação social (FORCOM, 2013, p. 2).

Neste mesmo relatório ficam expostas as fragilidades técnicas das estações de rádio comunitárias moçambicanas. Em várias, existem problemas relacionados com o

¹²⁰ Informação obtida no relatório narrativo anual da FORCOM. Disponível em <http://forcom.signusmz.com/wp-content/uploads/2016/05/Relatorio-Actividades-2013.pdf>. Consultado a 23 de agosto de 2016.

equipamento, apresentando-se obsoleto, sendo este para o FORCOM o principal desafio ao longo dos anos.

Além de pretender melhorar as condições técnicas para uma recolha de informação com qualidade, este fórum de rádios pretende ainda na área da comunicação.

trazer a Voz das Comunidades sobre a sua perceção quanto a prestação de serviços públicos nas áreas de acesso a informação, acesso à saúde, à educação, aos recursos locais, bem como aos financiamentos locais e influenciar os Governos Locais a prestarem contas as comunidades locais sobre a governação e a gestão local (FORCOM, 2013, p. 7).

O FORCOM reconhece que, na primeira década de existência, conseguiu o aumento do número de programas sobre governação (democracia e eleições) e uma maior abertura à existência de parcerias entre as RC e os governos locais.

Em síntese, poderemos afirmar que as RC estão implementadas em Moçambique, indiretamente dependentes de fundos estatais que podem levar ao seu controlo, estando vocacionadas para temáticas como a ruralidade e a saúde. Funcionam em rede, o que, entre outros aspetos, permite uma formação conjunta dos recursos humanos. Uma realidade bem diferente daquela que vamos encontrar, de seguida, em São Tomé e Príncipe.

6.7 São Tomé e Príncipe

O estado dos *media* em São Tomé e Príncipe é de subdesenvolvimento, imperando ainda a falta de condições materiais e financeiras, bem como a baixa preparação profissional, que conduz à autocensura dos profissionais e à influência dos partidos políticos no poder sobre os meios de comunicação (Salgado, 2014). Exemplo deste atraso tecnológico e de acesso à informação é o impacto dos *media online* e da utilização da internet que, ao contrário do que acontece nos restantes países africanos de língua portuguesa, tem sido quase nulo em São Tomé e Príncipe (Salgado, 2014).

Em concreto no contexto da rádio, a radiodifusão nacional é assegurada pela Rádio Nacional de São Tomé e Príncipe, existindo depois, no setor privado, duas rádios a difundir em AM e quatro em FM. Em 2008, com o apoio do *Alerta Internacional* e da UNICEF, foram criadas duas RC: a rádio *Tlachá* e a rádio *Anguéne*, sendo que esta última estava inoperante em 2016. A rádio *Tlachá* é gerida por um comité de gestão e

o trabalho diário é realizado por voluntários, membros da comunidade, que receberam formação de gestão e formação técnica¹²¹.

Em agosto de 2015, surge em São Tomé e Príncipe a RC *Yogo*, na região sul da ilha, abrangendo as populações de Porto Alegre, Vila Malanza, Ilhéu das Rolas e Ponta Baleia. O nome *Yogo* resulta do nome da baía que banha estas quatro comunidades. Esta RC surge por iniciativa da federação das ONG de São Tomé (FONG-STP) e da Associação de Cooperação entre os Povos (ACEP), com o apoio da UE e da UNICEF e emite numa sala do antigo hospital da roça de Porto Alegre, debruçando-se sobre as questões ambientais, saúde e educação (Telanon, 2015).

Segundo a ACEP (2016), esta rádio nasceu para unir as comunidades de pescadores, agricultores e vinhateiros, distanciadas da capital, mas também para permitir às populações trilharem melhores caminhos para o progresso. A rádio *Yogo* desenvolve-se enquadrada no projeto “Sociedade Civil para o Desenvolvimento”, com o objetivo de contribuir para “melhorar a capacidade de intervenção das organizações da sociedade civil e dos cidadãos, no diálogo político e social” (ACEP, 2016). Outro dos aspetos a que esta rádio se propõe é a manutenção dos diferentes crioulos existentes nestas comunidades.

De acordo com Alexandre Santos (2016), diretor da *Yogo*, em declarações na conferência internacional sobre Sociedade Civil, que decorreu em junho de 2016, em São Tomé e Príncipe, este meio comunitário veio dar voz às pessoas que, só agora, depois da criação e participação neste meio de comunicação, conseguem expressar as suas opiniões e contribuir para a resolução de problemas que envolvem a sua comunidade.

A 11 de julho de 2015, São Tomé e Príncipe viu aparecer mais uma emissora de rádio comunitária na ilha, a *Rádio Comunitária de Lobata*, que estava ainda em fase experimental. Esta RC foi criada com a finalidade de servir a comunidade de pescadores e agricultores, a maioria da população de Lobata, mas de acordo com Filomena Monteiro (2015), membro da comissão instaladora da rádio, está ao serviço do poder político local e falta-lhe liderança comunitária.

¹²¹ Declarações de Sebastião Pires, diretor da rádio comunitária *Tlachá*, da província das Neves, na conferência internacional sobre Sociedade Civil e Governação em São Tomé e Príncipe, organizada pela ACEP – Associação de Cooperação entre os Povos, e pela Federação das ONG em São Tomé e Príncipe, no âmbito do projeto Sociedade Civil pelo Desenvolvimento, a 28 e 29 de junho de 2016.

6.7 Timor – Leste

O nascimento do setor de radiodifusão comunitária em Timor-Leste está fortemente ligado às ONG e às comunidades definidas em termos geográficos. Existem 16 rádios comunitárias (RC) para 13 distritos no país, como podemos ver na Figura 8. Estas RC não servem todo o distrito onde estão localizadas, mas apenas as suas capitais, assim sendo, o seu âmbito de cobertura não corresponde às fronteiras da região com a qual se identificam.

A implementação das RC em Timor-Leste ocorreu de duas formas: um grupo de rádios surgiu sob a alçada da UNESCO e da Agência Internacional de Desenvolvimento (AID), que se articularam com outras instituições, como a *Internews* e a Intercooperação e Desenvolvimento (INDE) – que serviram de *training agencies*. Ao mesmo tempo o Banco Mundial possibilitou a criação de oito emissoras, através do *Community Empowerment Project (CEP)* (David, 2006).

Rádios Comunitárias em Timor-Leste



Figura 8 - A distribuição das rádios comunitárias no território de Timor-Leste. Fonte: ARKTL - Assosiasaun Radio Komunitade Timor-Leste (2013)

Em ambos os casos, as RC foram implementadas segundo o modelo de criação da UNESCO, isto é, envolvendo os membros da comunidade. Para isso, em cada comunidade foi encontrado um líder ou um grupo de liderança para encabeçar o projeto.

After those members, in the name of the community, accepted the support to establish a station, radio sets were distributed to the communities while the stations were furnished with the basic production and broadcasting equipment, i.e. a mixer, an antenna, a transmitter, a computer, a generator, microphones, tape-recorders and mini-discs (David, 2006, p. 70).

As entidades internacionais que suportaram a criação das emissoras proporcionaram o treino e a formação dos voluntários a vários níveis, mas sobretudo técnico e com princípios básicos de jornalismo, com especial foco nos jovens entre os 18 e os 30 anos. No campo da formação, a Guiné-Bissau assumiu um papel de relevo. Por várias ocasiões, elementos de RC guineenses visitaram e formaram as rádios que foram criadas através do INDE. Simultaneamente à criação das RC, os atores internacionais foram estabelecendo ligações e parcerias com estas, tendo sido criado em 2002, pelo Banco Mundial, o Centro de Rádios Comunitárias (CRC), com a finalidade de supervisionar a implementação destas emissoras em Timor-Leste, que providenciou a formação dos voluntários com profissionais da comunicação social timorense (David, 2006).

O CRC e a Associação de Rádios Comunitárias de Timor-Leste¹²² (ARKTL), criada em 2001, tornaram-se nas principais forças de *lobby* no país, capazes de chegar junto dos governantes que, apesar de se mostrarem recetivos à criação das rádios, não avançaram com qualquer legislação para o setor (David, 2006).

Após 2004 houve uma quebra considerável nos donativos e apoios das organizações internacionais, coincidente com o fim do CEP. Foi neste momento em que as RC se viram forçadas a voltarem-se para o financiamento proveniente de publicidade, bem como da realização de programas de divulgação de eventos e organizações. Depois deste corte nos fundos, acompanhado pela saída de várias ONG do país, algumas estações comunitárias foram forçadas a encerrar e rapidamente se extinguiu o CRC. As que não fecharam juntaram-se à ARKTL e tornaram-se mais ativas na procura de fundos e de formação técnica (David, 2006).

Em 2005, também a *Internews* deixou Timor-Leste e abandonou os projetos que permitiam às emissoras comunitárias a garantia de assistência técnica e de formação das equipas. Como consequência, mais alguns projetos terminaram nestas rádios, como por

¹²² O nome original da ARKTL é Assosiasaun Radio Komunidade Timor-Leste. Mais informação disponível em <https://arktlenglish.wordpress.com/>. Consultada a 26 de maio de 2016.

exemplo, o *Media Training for Women Journalists* e o *Community Radio Business Development Project* (David, 2006).

Os custos operacionais mostraram-se insuportáveis para muitas rádios, especialmente ao nível dos equipamentos, que começaram a representar a maior parte destes custos, sobretudo aquando da necessidade de efetuar reparações de material.

Nesta altura, com este quadro de desapoio, as emissoras começaram a perder parte dos voluntários. Este desinteresse pelos projetos comunitários aconteceu em paralelo com a saída de várias ONG de Timor-Leste, o que levou a que outros projetos que apoiavam as comunidades tenham também terminado e feito com que muitos voluntários, que suportavam as rádios, tivessem de procurar trabalho remunerado para garantir o seu sustento.

Em concordância com David (2006), o trabalho das RC em Timor-Leste encontrava-se, nesta altura, condicionado por três fatores. O primeiro prendia-se com a necessidade de criar projetos para obter financiamentos. “If there is no project, there is no money” (David, 2006, p. 83). Com o desapoio direto das entidades internacionais foi necessário reforçar a criação de programas em parceria, que possibilitassem o financiamento das emissoras. Uma programação que implicava uma formação prévia e voluntários mais experientes, sendo que o formato mais utilizado passou a ser o documentário. O segundo aspeto é uma consequência do primeiro: a transmissão da informação às audiências fica limitada e condicionada e a situação agrava-se ainda mais quando as Nações Unidas em Timor-Leste (UNTAET) terminaram com a distribuição gratuita de jornais, dificultando o acesso das RC à informação que também era difundida fora das comunidades. Por último, o impasse no quadro legal, já que a legislação se tem mantido pouco clara. Em 2006, Maria Inês David dava conta de situações em que a rádio pública timorense ocupava a frequência de emissoras comunitárias para difundir os seus programas, temporariamente, impedindo assim a emissão das RC e sem que houvesse qualquer fiscalização ou regulação do setor. Contudo, em maio de 2014, o Parlamento Timorense aprovou, com 53 votos a favor e quatro abstenções, a lei de imprensa, que regula também o setor da radiodifusão, sendo o artigo 23º dedicado a meios de comunicação social sem fins lucrativos. “Os meios de comunicação social comunitários, associativos, confessionais e doutrinários, são regulados por lei” (Proposta de lei n.º 9/III - Projeto de Lei de Imprensa Timorense, 2014). Porém, o único artigo dedicado aos *media* comunitários não desenvolve o âmbito de funcionamento dos mesmos.

Ainda no plano da formação, em 2014, a ARKTL e a SAPO TL assinaram uma parceria de cooperação e formação na área do *online*. O objetivo foi “ajudar todas as rádios comunitárias a utilizarem os media *online*”, para “partilhar informações de forma rápida e permitir o acesso a muitas pessoas” (Sapo TL, 2014)¹²³. A ARKTL considerou também que esta oportunidade servia para preparar as RC para o futuro.

6.8 Síntese: a realidade das rádios comunitárias da CPLP

As rádios comunitárias (RC) dentro do espaço da CPLP vivem, igualmente, realidades muito díspares. Logo à partida salta à vista a diferença na quantidade de emissoras existentes em cada um dos sete países analisados. No Brasil há cerca de quatro mil estações de rádio identificadas e legalizadas, o que contrasta com Angola onde só existem três ou mesmo Cabo Verde onde não nos foi possível aferir o número de emissoras comunitárias existentes, pela dificuldade em distingui-las das rádios locais, que neste país têm um acentuado cariz comunitário e de proximidade.

Em quatro países da CPLP existem redes estabelecidas entre as várias RC existentes e denotamos que correspondem aos países onde existe um maior número de estações, nomeadamente Brasil, Moçambique, Guiné-Bissau e Timor, como se pode verificar no Quadro 6 que aqui apresentamos e que serve de sistematização destas sete realidades distintas.

Características das rádios comunitárias no espaço da CPLP

Países	Angola	Brasil	Cabo Verde	Guiné Bissau	Moçamb.	STP	Timor
N.º de rádios	3	3836	NI	28	51	4	16
Rede	NI	Abraço	NI	RENARC	FORCOM	NE	ARKTL
Data de Origem	2011	NI	2003	1994	1995	2008	2002
Local	Bié	N	Voz Di Ponta D'Água	Voz de Quelelé	Xai Xai	Tlachá	NI

¹²³ A Associação das Rádios Comunitárias de Timor-Leste estabelece parceria com o SAPO TL. A informação está disponível em <http://noticias.sapo.tl/portugues/info/artigo/1380092.html>. Consultada a 26 de agosto de 2016.

Legislação	Projeto-Lei 2009	Lei n.º 961	Lei n.º 50/2010	NE	Dec. Lei n.º 9/93	NE	Lei n.º 21/2010
Tipologia	NI	GCM ICM	LCM	CM	LCM CME	CM	CM
Origem da Criação	RNA	População	População	ONG	CMC UNESCO	UNICEF ONG	ONG UNESCO
Temática	Desenv. Local	Diversos	Educação Desenv. rural	Igualdade de género Desenv. rural	Direito das Crianças Saúde	Desenv. local	Desenv. e cultura local
Problemas	Domínio do Estado	Repressão Pressão Setor privado	Problemas de distinção	Recursos financeiros	Controlo indireto do Estado	Financiamento Formação	Abandono das ONG

Quadro 6 - Síntese das características das rádios comunitárias no espaço da CPLP. Fonte: elaboração Própria. Legenda: NI - Não Identificado; NE - Não Existe; CM - Comunitária; LCM - Local Comunitária; GCM - Generalista Comunitária; CME - Comunitária Educativa; ICM - Intercultural Comunitária; ONG - Organização não Governamental; RNA - Rádio Nacional Angola; STP - São Tomé e Príncipe.

Através desta análise aos países da CPLP, consegue-se perceber que o processo se iniciou em 1994 na Guiné-Bissau, com a abertura da Rádio *Voz de Quelelé*. Todavia, neste que foi o país pioneiro a implementar o setor de radiodifusão comunitária não existe um enquadramento legal específico para emissoras comunitárias ou um reconhecimento destas pela lei geral de radiodifusão. Existe apenas uma validação oficiosa da sua importância dentro do espaço da CPLP, uma vez que o país e a RENARC serviram de exemplo e partilharam ensinamentos com outros países, como Timor e Moçambique. Esta ausência de legislação ou mesmo de intenções em legislar os *media* comunitários apenas é partilhada com São Tomé e Príncipe e, como veremos mais à frente neste estudo, também com Portugal.

A designação maioritária que encontramos para estas emissoras é de “comunitárias”, embora possamos também encontrar designações como “generalistas comunitárias” no Brasil, ou “locais comunitárias” em Cabo Verde e em Moçambique.

A população está na origem das RC na CPLP, ou seja, iniciam-se no seio das comunidades, mas em países como a Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe e Timor existiu um papel de relevo desempenhado pelas ONG. Em Angola, o setor está ainda em desenvolvimento e é controlado pelo Estado.

Embora as temáticas que abordam sejam diversas e dissonantes de país para país, o assunto que mais se destaca é o desenvolvimento local ou o desenvolvimento cultural local, sendo que o principal entrave que encontram em relação ao seu funcionamento é o financiamento do setor, um dado que é transversal a estes sete países analisados. As emissoras comunitárias no espaço da CPLP vivem com consideráveis dificuldades financeiras e com fracos recursos. Não obstante, em Moçambique e em Angola juntam-se a estas dificuldades o controlo, direto ou indireto, do Estado. No Brasil, estes constrangimentos convivem com uma forte repressão causada pelo poder político e económico e ainda pelo *lobby* exercido pelo setor privado, as rádios comerciais.

Seguidamente analisamos a realidade portuguesa, elemento fundamental desta tese. Por este motivo, iniciaremos uma caracterização dos *media* de proximidade em Portugal, nomeadamente ao nível da radiodifusão local pela sua pretensa proximidade com as comunidades, as suas culturas e a sua forte ligação ao local. Neste campo, pretendemos ainda abordar o potencial espírito comunitário de algumas destas emissoras locais, avançando com a possibilidade de existência, em Portugal, de um terceiro setor de radiodifusão. Esta possibilidade é o cerne do estudo que desenvolvemos e que nos levará, posteriormente, a uma identificação e caracterização dos projetos portugueses de cariz comunitário.

7. Portugal: do poder autoritário do Estado à legalização das rádios piratas

As primeiras emissões regulares de rádio em Portugal ocorreram em 1924. A primeira estação a conseguir a regularidade das emissões foi o CT1AA¹²⁴, de Abílio Nunes dos Santos Júnior. Tratavam-se de transmissões de concertos musicais de pequenas bandas, muitas vezes em direto das salas do concerto e da transmissão de palestras. Na década de 20-30 a preocupação principal nas emissões de rádio era a questão técnica, mais do que o aspeto estético das emissões. “A transição para um novo modelo de gosto radiofónico” (Santos, 2015, p. 22) ocorre apenas em 1929, por intermédio da estação CT1BO, a Rádio Hertziana.

Nesta época, a rádio portuguesa ficou caracterizada por não ter continuidade na programação, chegando mesmo a fechar para férias no verão. As emissões eram maioritariamente noturnas, apenas com duas a três horas diárias e eram pautadas por um caráter marcadamente cultural e educacional. Não havia ainda publicidade nestas emissoras (Santos, 2015).

Na década de 30, com a mudança para o regime do Estado Novo, a maioria das estações amadoras encerrou. Em 1933 foi criada a Emissora Nacional (EN), que começa a emitir em 1934. As suas emissões eram ainda esporádicas e quase sempre em direto e só em 1935 chegaram as emissões regulares. Nesta altura, Henrique Galvão encabeça a EN e coloca-a ao serviço do Estado Novo como instrumento de propaganda política (Santos, 2015). Apesar da forte vigilância por parte da censura e da sua utilização estratégica para a manipulação da opinião pública em defesa dos valores do Estado Novo, a rádio espelhava a transformação da sociedade portuguesa, mesmo sendo alvo de baixo investimento publicitário e de falta de credibilidade (Paquete de Oliveira, 1992).

O Estado Novo proporcionou a remodelação de orquestras na EN e a organização de programas musicais, mas a programação definia-se pela comunicação das palestras políticas inerentes ao governo autoritário. A utilização da rádio como meio de propaganda foi de tal forma intensa que António Ferro, que liderava o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), órgão de propaganda do Estado Novo, também dirigiu a EN entre 1941 e 1949. “A Emissora Nacional tinha de apontar para o futuro e para a nação e não acompanhar o gosto do público” (Santos, 2015, p. 23).

¹²⁴ Código atribuído à estação de rádio pelos Correios e Telégrafos que, à altura, era a entidade responsável pela atribuição das frequências de emissão.

Não obstante, a década de 40 fica marcada pela crescente popularidade das rádios privadas, como o RCP¹²⁵, a RR¹²⁶, e a Rádio Peninsular¹²⁷, que surgiram numa oposição ao serviço tradicional realizado pela Emissora Nacional (Santos, 2012). Em Portugal, ao contrário de países como a França ou a Inglaterra, as rádios privadas, embora controladas, foram sempre sendo mantidas (Santos, 2015). Este conjunto de rádios ensaiavam uma “rádio nova” para públicos que não se tinham rendido à televisão e que “gostavam de informação, música nova e conversa com o locutor ou animador¹²⁸” (Santos, 2012, p. 6).

Os anos 50 ficaram marcados por dois cenários distintos. Se por um lado a rádio estava no seu período de maior desenvolvimento, impelido pela permissão de publicidade e a abertura da antena a pequenos produtores independentes, por outro tratou-se de uma fase política marcadamente negativa e de reforço da censura aos programas de rádio (Santos, 2015).

Ao longo da década de 1950, houve aumento significativo de horas de programação, o que trouxe mais publicidade, locutores e técnicos de som. Com o prolongamento de emissão ao longo da noite, as estações dotaram-se de equipamentos de registo sonoro, já disponibilizados no mercado, proporcionando uma renovação tecnológica significativa. As estações Rádio Clube Português e Rádio Renascença principiaram, em 1959, dois programas bandeira: *23ª Hora* e *Meia-Noite*. (Santos, 2015, pp. 25-26).

Nesta fase, os folhetins, os programas desportivos e as radionovelas ganham mais audiências para as rádios privadas. As emissões contínuas (24h sem interrupção) surgem em agosto de 1963 por intermédio do RCP e só se iniciam na EN e na RR nos anos 70. Rogério Santos (2015) refere-se à década de 60 como um período de “evolução rápida”, porque fica marcado por uma

¹²⁵ O RCP - Rádio Clube Português - nasceu em fevereiro de 1931, tendo começado a emitir em novembro seguinte. Desde o seu arranque foi uma rádio muito ativa, tendo marcado o I Congresso Nacional de Radiotelefonia, organizado pelo jornal O Século, em julho de 1932. Fundada por Jorge Botelho Moniz, que a classificou como “verdadeiro acontecimento de nacionalismo, que tem por fim acabar com o silêncio de Portugal através das ondas hertzianas” (Santos, 2003, p. 52).

¹²⁶ A RR - Rádio Renascença - nasceu da revista *Renascença*, uma revista quinzenal católica que foi publicada pela primeira vez em 1931. Durante os primeiros seis anos da revista, o padre Lopes da Cruz escreveu ininterruptamente sobre o objetivo de “tornar possível em Portugal a existência de uma emissora católica de radiotelefonia” (Miguel, 1992, p. 31), o que viria a acontecer a 1 de janeiro de 1937, com emissões diárias das 20h15 às 22h.

¹²⁷ Fundada a 10 de junho de 1933, por Amadeu Rodrigues da Silva Laranjeira e por Fernando da Silva Laranjeira (irmãos). Funcionava todos os dias das 20 às 23h e aos domingos das 15h às 19h (Maia, 1995).

¹²⁸ Rogério Santos (2012) dá o exemplo de programas como o *Página 1* e a *23ª Hora* (RR), *1-8-0* (Rádio Alfeta) e *PBX, Meia Noite*, e *Sintonia 63* (RCP).

produção musical de massas, crescimento de horas de emissão e entrada de novos produtores e locutores levaram a uma dinâmica nas estações comerciais, enquanto a Emissora Nacional perdia impacto, muito devido às dificuldades sentidas pela propaganda em favor da presença de Portugal nas colónias africanas, onde rebentara uma guerra (1961-1974) (2015, p. 29).

A rádio portuguesa ficou também na história pelo seu papel decisivo na Revolução de 25 de abril de 1974, por ter sido o meio de mobilização das forças militares.

A RR acabou por ser também a estação de radiodifusão escolhida para a emissão da senha que viria a pôr em marcha as unidades militares que participaram no 25 de Abril. O significado da senha era totalmente desconhecido pelos responsáveis da Emissora Católica. Além dos militares, só alguns elementos do programa "Limite" sabiam o que estava para acontecer. No entanto, não deixa de ser curioso o facto do jornal República ter publicado, na véspera, um artigo de opinião chamando a atenção dos leitores para o programa "Limite". Muito provavelmente, o texto foi fruto do envolvimento de elementos do República nos contactos estabelecidos entre os militares que viriam a liderar o golpe e os homens da rádio (Ribeiro, 2000, p. 270).

Após o 25 de abril de 1974 e com o fim da ditadura do Estado Novo e do controlo apertado que os governos liderados por António de Oliveira Salazar e, posteriormente, por Marcelo Caetano exerciam sobre os meios de comunicação, particularmente sobre a rádio nos anos 50 e 60, Portugal conheceu o fenómeno das rádios livres, também conhecidas como rádios piratas. Este fenómeno, projetado pela extinção da polícia política, a abolição da censura e o restabelecimento da democracia, foi apenas uma das consequências da transformação da sociedade portuguesa e, conseqüentemente, da rádio, no pós 25 de abril. A partir desta altura, a rádio passa a ser “mais agressiva, opiniosa, e bate largamente as audiências da imprensa e da televisão” (Paquete de Oliveira, 2012, p. 1003).

Depois da Revolução dos Cravos a radiodifusão nacional passou por três fases (Cordeiro, 2003): primeiramente, assistiu-se a um processo de nacionalização das rádios em Portugal marcado por um duopólio entre RDP (rádio estatal) e RR (privada, ligada

à Igreja Católica)¹²⁹. Posteriormente, a inexistência de regulação e a ausência de atribuição de frequências a entidades privadas, que levam ao surgimento de rádios livres ou rádios piratas por todo o país. Estas rádios, embora não mostrassem grande definição ou preocupação com as expectativas dos ouvintes em termos de conteúdos programáticos, souberam inovar e experimentar novos formatos e com mais criatividade. Estas emissoras privilegiaram as notícias de caráter local, espaços que tinham sido deixados em aberto pelo duopólio que referimos anteriormente. Nesta fase, a rádio ganhou “novas ideias, novo dinamismo e novos profissionais” (Cordeiro, 2003, n.p.).

A primeira rádio livre terá surgido, em 1977, com a designação de *Rádio Juventude*, em Lisboa, e emitido até 1981 (Reis, 2014). A forte adesão das comunidades ao meio de comunicação levou ao desenvolvimento e aparecimento gradual, mas intenso, de emissoras clandestinas. Pedro Costa (2017) fala num setor “tomado pela falta de ordenamento, que transformou o espectro radioelétrico num campo de intervenção anárquico” (Costa, 2017, p. 24). Deste contexto saíam dois tipos de RL: umas mais amadoras, pouco estruturadas e que refletiam a voz do cidadão; outras mais ordenadas, com infraestruturas e conhecimentos, que lhes permitiriam uma mais fácil adaptação à fase de legalização (Costa, 2017). Em 1986, existiam 700 rádios piratas em antena (Paquete de Oliveira, 1992). Um forte crescimento explicado por

fatores políticos, como a própria liberdade de opinião e expressão nascida em abril de 1974, a necessidade de afirmação e expressão por meios próprios por parte do poder local e das forças partidárias correlacionadas com esse poder, a resposta das organizações religiosas ou da própria igreja local a não querer perder a hegemonia tradicional nos media escritos, um certo fenómeno de mimetismo enquadrado num clima de bairrismo (Paquete de Oliveira, 1992, p. 1003).

Este desordenamento, com emissoras a sobreporem-se na FM, mostrava a eminente necessidade de regulamentar o setor e a entrada na CEE veio impor esse reordenamento do espaço radiofónico. Embora existisse a Lei da Rádio de 1979 (Decreto-lei n.º 248-I/79, de 10 de agosto), a regulamentação do livre serviço de radiodifusão só ocorreu quase uma década depois quando o Estado avançou com o

¹²⁹ Ainda que Paula Cordeiro (2003) associe este duopólio entre rádio do Estado e rádio da Igreja ao período logo após o 25 de abril, Paquete de Oliveira (1992) indica que esta liderança por parte da RDP e da RR se manteve até à adesão de Portugal à CEE em 1986.

Decreto-lei n.º 87/1988, de 30 de julho¹³⁰. Esta primeira tentativa de regular o setor trouxe consigo a legitimação do papel das rádios locais e o seu carácter de serviço próximo das comunidades (Bonixe, 2012; Bonixe, 2017; Costa, 2017; Costa e Silva, 2014; Ribeiro, 2014), com o Plano de Genebra a destinar para Portugal 430 frequências¹³¹, tendo o governo português criado um mapa de 402 frequência locais em finais de 1988 (Costa e Silva, 2014).

Contudo, nem todas estas rádios amadoras conseguiram, com sucesso, a passagem para rádios locais, através do lançamento de concurso público e a consequente atribuição de licença. “Muitas calaram-se para sempre” (Costa, 2017, p. 25), após esta tentativa de reorganizar o setor de radiodifusão, porque esta legislação exigia a “adaptação a um modelo concorrencial que implicava a sobrevivência económica de cada estação emissora” (Cordeiro, 2003, n.p.). A partir de 1989, o governo português autorizou o funcionamento e a emissão de 314 rádios locais (Costa e Silva, 2014).

Apenas uma década depois, com a revisão da lei em 2001 (Lei n.º 4/2001), a regulamentação do setor de radiodifusão passa a incorporar a classificação das rádios portuguesas quanto à sua cobertura, dividindo-a em: nacional, regional e local¹³². Nesta fase, altera-se o esquema de negócio do produto radiofónico e o cenário da radiodifusão nacional fica pautado por três realidades coexistentes. Por um lado, com operadores de pequenas dimensões com quadros de pessoal pouco qualificados e profissionalizados, com fracos conteúdos e pouca preocupação estética. Por outro, operadores privados, que absorvem a identidade da estação local para ampliarem os seus *shares* de audiência¹³³. Por último, um operador público com recursos bastante superiores aos disponíveis nos parceiros privados, mas que não se traduz diretamente em programação diversa e de melhor qualidade.

¹³⁰ A lei n.º 87/1988, de 30 de julho foi aprovada no XI Governo Constitucional, sendo Aníbal Cavaco Silva o primeiro-Ministro. A Lei da Rádio, em Portugal, surge em 1987 (Lei n.º 8/87, de 11 de Março, alterada e republicada em anexo à Lei n.º 2/97, de 18 de Janeiro). Todavia, só a aprovação de um novo diploma — Lei n.º 87/88, de 30 de Julho — permitiu o aparecimento de rádios locais, enquadradas na lei. Este diploma vigorou durante doze anos e foi revogado pela Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro, que, por sua vez, foi revogada pela Lei n.º 54/2010, de 24 de Dezembro, agora em vigor (Portal da Comunicação Social, 2018), consultado a 27 de março de 2018.

¹³¹ Cf. Paquete de Oliveira, 1992, p. 1003.

¹³² Nesta altura abre-se também uma cláusula de exceção para permitir o aparecimento e legalização das rádios universitárias.

¹³³ O número de pedidos de alteração de programação aumentou após a aprovação da Lei n.º 54/2010. Em junho de 2012, a Entidade Reguladora para Comunicação (ERC) já tinha aprovado 10 pedidos de alteração de programação e preparava-se para analisar mais cinco (Bonixe, 2012).

De seguida focamo-nos no setor de radiodifusão local que surgiu após a reorganização de 1988/1989, abordando também algumas das consequências advindas das revisões à lei da radiodifusão, que facilitaram os pedidos de alteração da programação das rádios locais, conduzindo a um processo contínuo da compra destas emissoras por parte de grupos económicos e a sua concentração em cadeias de rádio nacionais, nomeadamente com a Lei n.º 4/2001 e, mais tarde, a Lei n.º 54/2010.

Antes disso, importa que façamos um enquadramento daquilo que podem ou devem ser os *media* de proximidade, de âmbito local num contexto global, com o objetivo de explorar a sua ligação às raízes locais, embora com um novo significado que lhe possa ser atribuído com a globalização.

Neste campo, pretendemos delinear a ligação identitária criada por estes *media* com o local, assim como o sentimento de pertença e de identificação com as comunidades, uma vez que podem apresentar-se como uma alternativa aos meios de comunicação de massa.

8. Os *media* de proximidade e o setor de radiodifusão local em Portugal

Os *media* locais, considerados como *media* de proximidade, estão já há algum tempo desafiados pelo contexto da aldeia global (McLuhan, 1994)¹³⁴ e da desterritorialização (Camponez, 2017¹³⁵; Lipovetsky & Serroy, 2016), que se intensificaram com a chegada do “admirável mundo novo” (Jerónimo, 2017) das tecnologias digitais como a internet. Este novo contexto tecnológico provocou uma mudança no pacto comunicacional, pois a relação entre os *media* e o público alterou-se com a convergência multimédia e multiplataforma proporcionada por estas tecnologias.

A ideia de local está ligada às raízes culturais específicas, que advêm das relações de proximidade entre os indivíduos, “que se conhecem e reconhecem numa comunidade” (Camponez, 2003, p. 29). Assim, o território, assumido como um espaço de identidade e de residência, surge também como o espaço da criação de uma história e de um tempo memorial. Porém, este conceito de espaço e de território geográfico sofreu uma acentuada transformação com a globalização, sobretudo pelo processo de desterritorialização (Camponez, 2017; Lipovetsky & Serroy, 2016) e descentralização (Herreros, 2001) que esta provoca e que afeta a vida social, mas também os processos identitários do indivíduo, com a comunicação local e de proximidade a surgir como contracorrente, libertadora e defensora das identidade cultural e social dos povos (Herreros, 2001).

A globalização altera a noção de espaço, permitindo atribuir-lhe um novo significado, uma nova noção de território, caminhando no sentido da multiespacialidade, que vai para além das implicações geográficas (Camponez, 2003). Esta dilatação da noção de espaço trouxe também consequências ao nível das relações sociais, nomeadamente o aumento das relações em rede.

Neste território organizado pela comunicação global, os *media* locais e regionais estão assentes em raízes ainda tradicionais, que podem levar a que estes sejam “pensados

¹³⁴ *Aldeia Global* é um conceito criado por Marshall McLuhan, que defende que as tecnologias digitais diminuem as distâncias e a comunicação estabelecida à escala planetária tende a ter semelhanças com a que ocorre numa aldeia. A expressão ganhou força na obra “A Galáxia de Gutenberg”, editada pela primeira vez em 1962, mas também em “Os meios de comunicação como extensão do homem”, editada em 1964, na qual nos baseámos para o entendimento deste conceito, nomeadamente na edição inglesa *Understanding Media: the extensions of man*, editada pelo MIT Press em 1994.

¹³⁵ O uso intensivo que faremos da obra de Carlos Camponez (2003) acontece devido ao facto de à exceção do livro “Jornalismo de proximidade” deste professor e investigador da Universidade de Coimbra, publicado em 2003, existir “um quase vazio de investigação continuada e consistente. Ainda que estejamos a falar num setor para o qual trabalha ou colabora parte significativa dos jornalistas existentes em Portugal” (Jerónimo, 2017).

como formas de resistência aos processos de globalização” (Ferin, 2008, p. 382). No entanto, pelo contrário, estes *media* locais e regionais podem representar uma complementaridade cultural que vai ao encontro das expectativas das comunidades onde se inserem e que representam (Ferin, 2008; Starkey, 2011), ancorados em dois tipos de regionalismos. Um primeiro baseado na língua, na cultura e na história, um segundo conotado com a convivência dentro de um determinado espaço geográfico, havendo proximidade física entre os elementos que compõem a comunidade.

A imprensa local e regional reforça o processo identitário com o local, o sentimento de pertença e a identificação com a comunidade, sendo por isso um meio de “continuidade cultural” (Camponez, 2003, p. 30), privilegiando a afirmação e o fortalecimento das comunidades, as suas culturas locais e os seus valores culturais (Santos, 2007). Um reforço e valorização da localidade que não significa ser periférico ou excluído no mundo global que conhecemos, uma vez que os limites territoriais estão em constante evolução, sendo os *media* locais e regionais um espaço complementar à globalização e não um espaço opositor ao processo, apresentando-se mesmo como uma resposta alternativa à hegemonia cultural e temática trazida pela globalização (Nobre-Correia, 2004).

Num primeiro momento, esta comunicação de carácter local e regional permite conservar tradições, todavia pode também ser geradora dessas mesmas tradições. De acordo com Pedro Costa (2017), no contexto português, a rádio tem sido um fator de proximidade e tem constituído “um laço invisível de cumplicidade”. A nível das emissões locais existe ainda “um sentimento de pertença e de familiaridade” (2017, p. 21). As emissoras de rádio locais contribuem para a “promoção da identidade nas comunidades onde atuam, convocando para o discurso mediático temáticas e vozes que antes pouco ou nenhum espaço tinham” (Bonixe, 2017, p. 47).

Um compromisso e uma cumplicidade que Carlos Camponez (2003) já apontava ao conceito de proximidade, no contexto da imprensa regional. Uma proximidade que pode ser estabelecida a partir das quatro vertentes enumeradas pelo investigador: geográfica, temporal, psicoafetiva e social. Dentro da proximidade social, que tem inerente toda a envolvente psicoafetiva do indivíduo, encontram-se as temáticas como a família, o trabalho ou a ideologia política, mas também podemos encontrar aqui os *media*, que permitem fazer a ligação entre todas estas dimensões e a apreensão da realidade social local.

A proximidade tem a ver também com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia. E essa realidade só pode ser apreendida pela imprensa local e por uma abordagem bastante segmentada dos públicos (Camponez, 2003, p. 119).

A comunicação social local¹³⁶ apresenta-se também como uma alternativa aos meios de comunicação de massa, baseando-se em modelos de informação comunitária, onde os *media* se assumem como líderes comunitários e permitem reorganizar o espaço público, exercendo resistência à massificação dos modelos culturais (Camponez, 2003) e retirando vantagens do *hiperlocal*¹³⁷ (Camponez, 2017) num contexto *glocal*¹³⁸ (Herrerros, 2001). A sua proximidade física, temática e cultural, até mesmo a sua proximidade comercial, especialização e diferenciação dos conteúdos, conferem-lhe a “credibilidade, o rigor da seleção, a sua utilidade e a facilidade de utilização” (Camponez, 2017, p. 19). A componente hiperlocal dos *media* de proximidade é vantajosa face aos *media* de massa nacionais, que se apresentam com conteúdos mais generalistas e menos direcionados.

Esta proximidade espelhada na escala comunitária dos *media* locais e regionais denota a forma como a informação local está interligada com a noção de território, pertença e identidade, determinada pelo contexto local ou regional e pelas relações próximas que são mantidas com as instituições locais e que são sempre de maior intensidade quando comparadas com outros tipos de *media*. Outro aspeto que determina as temáticas e os interesses dos meios de comunicação locais e regionais é a vivência comum de uma dada comunidade (Camponez, 2003).

Um contexto que, quando cruzado com as potencialidades trazidas pelos sistemas de comunicação em rede, possibilita uma comunicação mais personalizada, segmentada e interativa, que leva ao aparecimento de “grupos desmassificados que se constituem enquanto comunidades, que mantêm contacto entre si, por via da partilha de interesses comuns” (Camponez, 2003, p. 110), como tivemos oportunidade de detalhar na primeira parte deste trabalho.

¹³⁶ “Pode entender-se por local a informação que cobre a vida de um bairro urbano ou de uma associação bem determinada e aquela que cobre as cidades de menor dimensão, cantões, comunas e aldeias do interior do país, em suma, tudo o que está claramente localizado do ponto de vista geográfico ou sociológico” (Camponez, 2003, pp. 108-109).

¹³⁷ O conceito de hiperlocal terá surgido pela primeira vez num artigo publicado em 1991 no Washington Post, que afirmava a necessidade de complementar os noticiários nacionais da TV com conteúdos específicos dirigidos às comunidades/telespectadores dos subúrbios das grandes cidades americanas.

¹³⁸ O conceito de *glocal* surge em Cebrián Herrerros (2001) como a junção do pensamento global e as ações locais, numa aproximação da aldeia global e o universo local. Cf. Herrerros, 2001, pp. 131-142.

Em síntese, conforme Carlos Camponez (2003), existem seis funções desempenhadas pelos órgãos de comunicação de proximidade: 1) servem de elo com a comunidade onde se inserem; 2) são um complemento à experiência diária do seu público; 3) respondem a questões banais da atualidade; 4) funcionam como enciclopédia, proporcionando conhecimentos diversificados e superficiais; 5) funcionam como banco de dados; 6) assumem uma função de recreio e de psicoterapia social.

Uma vez que este trabalho se centra na rádio enquanto *medium* é importante que se pormenorizem os impactos deste mundo global, fortificado pelas tecnologias digitais, neste meio de comunicação social, dando relevo ao contexto português, uma vez que é nesta geografia que pretendemos centrar o nosso estudo voltado para a radiodifusão de proximidade, nomeadamente as rádios comunitárias.

8.1 Caracterização das rádios locais portuguesas

Em Portugal, as rádios locais contribuíram para uma das maiores transformações dos *media* no pós 25 de abril (Bonixe, 2017). A existência destas rádios locais é justificada pela proximidade com as comunidades envolventes, todavia este objetivo inicial de proximidade com as comunidades onde estas estão inseridas tem sido “claramente abandonado” (2017, p. 47) e ameaçado pela “falta de economia de escala nas rádios locais, mimetismo na programação e desequilíbrios regionais” (Costa e Silva, 2014, p. 44).

Existe um sentimento de afeto nas rádios locais portuguesas, tal como nas rádios comunitárias, provocado pela proximidade para com as populações, que, de acordo com Luís Bonixe (2012), os ouvintes não sentem quando se trata de rádios nacionais ou de outros meios de comunicação. Esta ligação sai reforçada com o facto de as emissoras locais se apresentarem como alternativas em conteúdos e participativas, no sentido de possibilitarem a participação dos ouvintes (Azevedo, 2001).

É também com as rádios locais que nasce um sentimento de identidade regional, de pertença e de localidade, estando estas rádios capacitadas para serem meios de incrementação da cidadania e da democracia, criando estratégias de programação que se identifiquem com a audiência.

As rádios locais representariam assim um meio de comunicação social voltado para as populações, consubstanciado no acompanhamento das pulsões sociais das comunidades, na efetiva realização de uma grelha de programação onde a tradição e a história locais seriam pontos fortes tal como a prática de um jornalismo de proximidade (Bonixe, 2012, p. 7).

No entanto, apesar desta capacitação, a rádio local tem-se demitido do papel de promoção da localidade devido a três fatores: as reduzidas dimensões do mercado local, a reduzida dimensão das empresas de radiodifusão e as políticas públicas adotadas (Bonixe, 2017). Estes três fatores conduzem a uma situação contemporânea polarizada entre, por um lado, as rádios dominadas por grandes grupos económicos, que acabam transformadas em rádios musicais e sem ligação às comunidades e, por outro, as rádios que tentam manter essa ligação, mas que enfrentam graves problemas económicos (Bonixe, 2017; Costa, 2017; Costa e Silva, 2014). Esta segunda realidade faz com que as rádios locais portuguesas sejam cada vez menos locais e que haja uma subtração desta “densidade local” (Oliveira, 2017, p. 9), como referimos no ponto anterior.

O relatório do Observatório da Comunicação (Obercom), apresentado em 2018, dava conta disso mesmo. Aproximadamente uma centena destas emissoras fazia retransmissões de outras rádios maiores, o que resultava na diminuição do número efetivo de rádios locais.

Devido a problemas de sustentabilidade económica, nomeadamente a partir deste milénio assistiu-se a uma maior concentração de propriedade por parte de grupos de comunicação maiores, aproveitando, como se verá, a formalização por lei no que diz respeito aos domínios dos operadores e às licenças nos municípios, num quadro de retransmissão em cadeia (Obercom, 2018, p. 29).

Nos finais dos anos 80, como vimos, foram autorizadas cerca de 400 emissoras locais em Portugal. Em 2015, segundo dados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), eram 324 as rádios locais registadas¹³⁹, um número reiterado pelo Obercom em 2018. Apesar de nem todas realizarem o exercício de um serviço para e através da comunidade, criando uma informação e programação local, com a participação dos cidadãos que se identificam diretamente com essa comunidade na criação dos seus conteúdos, o último estudo da ERC (2009) acerca da caracterização do setor de radiodifusão local mostra que a maioria dos operadores recorre à

¹³⁹ Dados fornecidos pela ERC a 25 de maio de 2015.

programação externa ou a programas de autor. Esta produção externa inclui “o produto acabado e resultante do trabalho de colaboradores pontuais e regulares que não pertencem aos quadros da estação” (ERC, 2009, p. 78). Uma tendência que assume maior expressividade nas rádios que se situam fora das duas maiores áreas metropolitanas do país (Lisboa e Porto), com 64% da programação a ser realizada com recursos humanos externos à rádio.

A imagem de um quadro de pessoal enfraquecido nas rádios locais sai reforçada com os números apresentados pelo Obercom (2018), que mostram que das cerca de 320 rádios inquiridas para o relatório, 9,8% não tinham um jornalista e 46,1% tinham apenas um profissional desta área, o que agrava a frágil ligação à comunidade local. Este relatório sublinhava que a diminuição do número de jornalistas nas rádios locais tem sido uma realidade ao longo dos últimos anos e salientava a importância destes profissionais num projeto de rádio local “que se queira ligado ao local e à dinâmica da sua comunidade” (Obercom, 2018, p. 13).

Em 2009, a ERC dizia que as rádios locais portuguesas eram sobretudo generalistas, com grande parte (86%) a contemplar conteúdos de carácter cultural na sua grelha.

Verifica-se um maior peso de programação temática entre os operadores situados fora dos distritos de Lisboa e Porto, sobretudo a nível dos programas dedicados ao público infantil e juvenil, às comunidades portuguesas no estrangeiro, ao público feminino, às crenças religiosas e ao ambiente (ERC, 2009, p. 78).

Neste conjunto, existem rádios locais com emissões voltadas para as comunidades africana, brasileira e dos países da Europa do Leste, realçando a ERC (2009) que um terço dos operadores locais afirma ter programas dedicados às comunidades estrangeiras em Portugal, havendo ainda rádios que assumem emissões com conteúdos para as comunidades portuguesas no estrangeiro, nomeadamente em França e na Alemanha, embora numa percentagem inferior.

Todavia, os dados do Obercom (2018) mostram uma nova tendência: existiam cada vez mais pedidos para alterações de projetos para rádios de temática musical, “o que se deve, em parte, a questões financeiras e económicas” (Obercom, 2018, p. 10). Este mesmo relatório mostra que o cariz musical das emissões estava presente em 82,4% das rádios analisadas, seguido depois da informação generalista em 64,7% e o interesse por programas de participação com ouvintes a surgir em 46,1% destas emissoras.

A construção programática contava também com uma participação acentuada de voluntários. A própria ERC reconhecia a existência de um significativo número de colaboradores voluntários nas rádios locais que “por gosto ou por *hobbie* fazem animação de rádio sem qualquer contrapartida remuneratória” (ERC, 2009, p. 136).

Segundo este mesmo estudo, as rádios locais têm acompanhado a tendência da evolução tecnológica, tendo adaptado as suas emissões ao *online*, devido ao desenvolvimento do projeto Roli¹⁴⁰, iniciado em 2005, desenvolvido pela Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR) e financiado pela União Europeia.

Estas características que agora identificamos nas rádios locais são muito próximas daquelas que evidenciámos no capítulo sobre as RC e que são traços definidores e substanciais na caracterização do setor dos *media* comunitários. Contudo, a legislação portuguesa nunca previu a existência de RC como veremos a seguir.

8.2 A legalização das rádios locais e a ausência de regulação para o setor comunitário

O primeiro concurso para a atribuição de alvarás de licenciamento¹⁴¹ para rádios locais ocorreu em novembro de 1988¹⁴² e estabeleceu o exercício de radiodifusão sonora local em frequência modulada, para cobertura radiofónica local, ao qual se podiam candidatar “pessoas coletivas de direito público ou operadores privados” (Lei n.º 87/88, de 30 de julho do Diário da República, 1988). Os primeiros constrangimentos financeiros surgiram logo no processo de candidatura, que estava sujeito ao pagamento prévio de uma taxa destinada à cobertura dos encargos inerentes à apreciação do processo (Decreto-Lei n.º 338/88, de 28 de setembro do Diário da República, 1988). Esta candidatura previa o pagamento de 50.000\$ no ato da entrega do requerimento de alvará de emissão e uma prova de demonstração financeira e económica da entidade que apresentava a respetiva candidatura. No caso de aprovação, aquando da atribuição do

¹⁴⁰ O projeto ROLI (Rádios Online) foi cofinanciado pelo FEDER – Fundo Europeu do Desenvolvimento Regional, da União Europeia, e pelo Estado português, ao abrigo do POS – Programa Operacional Sociedade do Conhecimento e promovido pela APR. O principal objetivo consistia na colocação na internet das emissões da maioria das rádios portuguesas. Durante a fase de implementação alcançou 220 rádios.

¹⁴¹ O prazo para a entrega de requerimentos terminou a 03/01/1989.

¹⁴² Segundo o Portal da Comunicação Social, consultado a 27 de março de 2018.

alvará, a mesma entidade ficava sujeita ao pagamento de uma taxa de 500.000\$¹⁴³ à Direção Geral da Comunicação Social (Portaria n.º 691/88, de 15 de outubro do Diário da República, 1988).

A estes constrangimentos económicos a que as rádios livres ou piratas estavam sujeitas para a obtenção de uma licença de emissão, acrescentava ainda uma descrição detalhada da atividade que se propunham desenvolver, o horário da emissão e o mapa da programação, sendo rejeitadas as candidaturas que fossem apresentadas por

associações ou partidos políticos, organizações sindicais, patronais ou profissionais, por autarquias locais ou suas associações, bem como por entidades em que qualquer destas pessoas jurídicas detenha participação de capital (Lei n.º 87/88, de 30 de julho do Diário da República, 1988).

Durante o processo de legalização, as rádios piratas estavam proibidas de emitir e inerente a este processo de legalização estava uma pesada carga burocrática e financeira, que levou ao desaparecimento de vários projetos clandestinos surgidos nas comunidades.

Os esforços regulatórios desprezaram, de um modo geral, o papel das comunitárias, não só pela reduzida ou inexistente expressão destes projetos em vários países, mas também pela ausência de um debate público inclusivo nesta matéria (Ribeiro, 2014, p. 114).

Este contexto pode justificar o atraso português no quadro do setor comunitário dos *media* comparativamente com o que se passa na Europa. Este vazio deixado aquando da legalização do setor de radiodifusão local em 1988/1989 consiste na primeira oportunidade perdida para possibilitar a criação de rádios comunitárias em Portugal.

A lei n.º 87/1988, de 30 de julho, veio permitir o exercício de atividade de radiodifusão por parte de entidades públicas, privadas ou cooperativas¹⁴⁴, sendo finalidade da atividade privada e cooperativa de cobertura regional e local: a) alargar a programação a interesses de índole local e regional; b) preservar e divulgar as culturas regionais e locais; c) difundir informação de particular âmbito geográfico da audiência,

¹⁴³ A moeda que vigorava em Portugal na década de 80 do século passado era o Escudo. Na moeda corrente, o Euro, a entrega do requerimento do alvará e emissão corresponde a cerca de 250€ e no caso de concessão do alvará o pagamento corresponde a cerca de 2.500€.

¹⁴⁴ ponto 1, do artigo 2º.

d) incentivar as relações sociais da comunidade onde se insere¹⁴⁵. Esta lei vigora durante mais de uma década até ter sido revogada pela Lei n.º 4/2001 de 23 de fevereiro, que por sua vez foi revogada pela Lei n.º 54/2010 de 24 de dezembro.

Nesta última são eliminadas as restrições existentes à alteração da tipologia das rádios locais, de generalistas para temáticas musicais. Como consequência, esta alteração tem levado ao desaparecimento da sua génese local, de proximidade com as comunidades onde estão instaladas e das culturas inerentes a estas (Bonixe, 2012).

8.3 O espírito comunitário das rádios locais.

A rádio local é um “gigante adormecido” (Starkey, 2011, pp. 1-26)¹⁴⁶ quando considerado o seu potencial capaz de “promover o enriquecimento das audiências locais” (Starkey, 2011, p. 25), através da oportunidade que pode ser dada às instituições de participarem nestas rádios, por forma a que sejam as grandes impulsionadoras das comunidades onde se encontram inseridas.

Em Portugal, aquando da reorganização do setor em 1988, com a promoção da lei n.º 87/1988, de 30 de julho, as rádios locais “deram literalmente voz a comunidades afastadas dos grandes centros urbanos. Estava-lhes na massa do sangue um espírito de localidade” (Oliveira, 2017, p. 8). Espírito este que, pela falta de recursos económicos, humanos e materiais, está atualmente colocado em causa (Bonixe, 2017).

Quando observamos os trabalhos de categorização das RC no Brasil, efetuados por Leal e Ribeiro (2007) e os que Luís Bonixe (2012; 2017) tem vindo a realizar com as rádios locais em Portugal, percebemos que a realidade de muitas rádios locais portuguesas, se encaixa na descrição que encontramos na categoria de *rádios comunitárias generalistas*¹⁴⁷ (Leal & Ribeiro, 2007) brasileiras.

Na linha de que as RC são meios de comunicação de proximidade que permitem dar voz às comunidades, agregando cidadãos com interesses e vivências comuns, que

¹⁴⁵ Estes quatro pontos foram adaptados com base no ponto 2, alíneas a), b), c) e d), do artigo 6º.

¹⁴⁶ Guy Starkey (2011) descreve, na sua obra, *Local radio going global*, a conflituosa implementação da radiodifusão local no Reino Unido, centralizada e dominada pela BBC, refere-se ao manifesto “*A better tomorrow...*”, de Edward Heath, como uma ferramenta que poderá ainda atualmente ser colocada em prática para despertar a rádio local para o seu potencial adormecido.

¹⁴⁷ Sayonara Leal e Lavina Ribeiro (2007) definem rádios comunitárias generalistas como “emissoras que seguem o formato padronizado das rádios comerciais, mas têm projetos radiofónicos orientados pelos interesses públicos da localidade, apresentam emissões e conteúdos de interesse apenas local” (p.83).

participam nestes meios para ajudar a construir e a manter a emissora, Bonixe (2012) descrevia que, em Portugal

as rádios locais pretendiam representar um corte com o centralismo do Estado, construindo a sua identidade a partir da delimitação do território. (...) O local é visto como território de proximidade que fornece o elo de ligação entre a rádio e os seus ouvintes. (...) A ligação dos indivíduos à rádio acarreta um grau de emotividade, afetividade e sentimento de partilha (Bonixe, 2012, p. 4).

No panorama das rádios locais e regionais portuguesas, a informação de proximidade assume uma importância cultural e social de relevo em vários locais, contribuindo para o “desenvolvimento económico, a coesão social e o reforço ou reactualização da identidade” (Ferin, 2008, p. 395).

Esta aproximação, geográfica e emocional, surge pela ligação forte que se estabelece entre o meio de comunicação social e a comunidade local, sendo que os públicos se identificam com conteúdos que lhes são próximos em termos culturais, informativos, ou mesmo por tradição. Nesse sentido, a rádio consegue em alguns contextos ser o meio mais próximo das populações porque impõe menos obstáculos físicos, intelectuais e requisitos técnicos (Costa, 2017; Muñoz & Gil, 2002).

Todavia existam todas estas possibilidades de aprofundamento da esfera pública e do potencial para gerar informação de proximidade, o panorama destas rádios locais encontra-se numa encruzilhada, provocada pelas dificuldades financeiras e pela absorção destas emissoras em grandes grupos com emissões em cadeia, como veremos a seguir.

8.4 A subtração da densidade local nas rádios locais

Atualmente, as rádios locais portuguesas estão marcadas por um contexto de falta de recurso económicos e humanos, o que coloca em causa a ligação com as comunidades. Esta relação é também ameaçada pelas emissões em cadeia e pelas concentrações e integrações das rádios locais em grandes cadeias nacionais, através da compra de emissoras locais por grupos de *media* e pela possibilidade de parcerias de retransmissão (Costa, 2017; Costa e Silva, 2014; Oliveira, 2017).

Esta tendência das emissões em cadeia intensificou-se nos anos 90, mas foi a Lei n.º 4/2001 de 23 de fevereiro, que abriu a maior brecha à possibilidade de emissões em

cadeia e concentrações. Com esta revisão à lei passou a ser possível uma pessoa individual ou coletiva deter participação em cinco operadores de rádio locais, sem que fosse quantificada essa participação. Esta mesma lei facilitou as associações e retransmissões, estabelecendo como quatro o máximo de associações de programas temáticos.

Não obstante, a mudança legislativa seguinte, a Lei nº 54/2010, não corrigiu esta situação, pelo contrário, agravou-a. Ao abrigo desta lei, o número máximo de licenças, que uma pessoa individual ou coletiva pode possuir cresceu de cinco para trinta, tendo diminuído também as restrições geográficas. Neste caso, passou a ser possível deter 50% das licenças atribuídas num determinado concelho, área metropolitana, regiões autónomas ou área de cobertura (Costa e Silva, 2014).

Com o cenário de emissões em cadeia, a ligação da comunidade local ao meio de comunicação é fortemente abalada, mesmo que, em antena, seja mantida informação de caráter local, pois na realidade, esta informação passar a estar centralizada.

Na verdade, este afastamento acarreta consigo o desaparecimento da verdadeira emissão local e, conseqüentemente, a diminuição ou extinção da produção e informação locais, essenciais na divulgação de conteúdos que, normalmente, não fazem parte da edição dos noticiários nacionais.

Ainda que o localismo na rádio não se meça apenas pelo nível da propriedade local das emissoras, é óbvio que esta condição não deixa de ser importante. E, nesse sentido, as rádios estão, cada vez mais, a deixar de ser locais (Costa e Silva, 2014, p. 57).

Em suma, a concentração das rádios locais e as emissões em cadeia representam uma realidade dual. Se, por um lado, assim se garante a sustentabilidade financeira e a dimensão técnica das emissoras, por outro, isso representa uma perda de identidade local na programação e na informação das emissoras, limitando o pluralismo das duas emissões.

Contudo, não pretendemos com os argumentos anteriores apresentar um cenário fatalista das rádios locais portuguesas, pois quando não integram qualquer tipo de cadeia de rádios, as emissoras locais continuam a ser meios de comunicação privilegiados na interação com as comunidades dispersas, servindo-as com informação de proximidade, permitindo reforçar a(s) sua(s) cultura(s) e permanecendo como o elo entre estas e as

elites políticas, mobilizando-as em torno de assuntos locais e contribuindo para a sua discussão aprofundada no espaço público.

Prospectam-se os media regionais como instrumentos de diálogo, comutadores de novas entidades e de novas formas de cidadania e participação pública, capazes de evitar nostalgias regressivas e a fixação de identidades essencialistas (Ferin, 2008, p. 410).

A rádio local deve existir para manter uma relação de proximidade e isso apenas é conseguido quando existe uma cobertura dos acontecimentos locais que não é efetuada por parte dos operadores nacionais. Quando esta cobertura local não existe, impulsionada pela legislação que veio permitir que a rádio local seja produzida fora do concelho a que pertence, o que consequentemente a afasta das questões locais (sociais, políticas e culturais), a rádio local está em crise (Costa, 2017), abrindo espaço para outro tipo de rádios, como as rádios comunitárias.

9. O terceiro setor de radiodifusão em Portugal: uma possibilidade com presença marcadamente *online*.

A manter-se este contexto de crise no setor, Portugal corre o risco de poder ficar quase sem rádios locais no futuro, por dois motivos, referidos já anteriormente e que aqui sintetizamos: primeiro, por causa da concentração levada a cabo pelos grandes grupos de *media* nacionais; segundo, porque podem não ter forma de sobrevivência por falta de sustentabilidade económica¹⁴⁸. Os últimos anos têm sido marcados não só pela concentração em grandes grupos (económicos) de *media*, como vimos, mas também pelo encerramento de várias emissoras por falta de capacidade financeira. Tendo em conta esta realidade, com toda uma abordagem local dos *media* que deixou de existir, João Paulo Meneses defende que deve agora repensar-se, uma vez mais, a legislação da radiodifusão, para que se preveja "outro tipo de rádios – talvez rádios comunitárias – lançando uma nova linha de rádios de proximidade" (Costa, 2017, p. 2).

Em Portugal, como verificámos previamente, a legislação não prevê a figura da rádio comunitária (RC). No entanto, há muito que se percebeu que as características do setor local tornaram essa discussão uma das possíveis saídas para o inexorável declínio do setor (Peter, M. L. & Booth, J., 1989). Falta perceber o que são os autoproclamados projetos comunitários que já existem por todo o país e como relacionar esta vocação comunitária com o trabalho de proximidade feito pelas rádios locais.

A ausência de uma legislação adequada aos *media* comunitários está a proporcionar que esta “nova” rádio tenda a desenvolver-se “à margem de enquadramentos legais próprios (...) com a vantagem competitiva de não estarem espartilhados pelo aparato legislativo que condiciona a atividade radiofónica tradicional” (Ribeiro, 2015, pp. 194-195). Esta rádio “episodicamente comunitária” (2015, p. 195), que em Portugal encontra sobretudo espaço na internet, sem reconhecimento legal ou enquadramento na atual Lei da Rádio, pode possibilitar repensar o setor da rádio em Portugal (Santos, 2015).

Também para Luís António Santos (2015), que detalha que a regulação do setor da rádio em Portugal fica marcada por uma leitura política, ficou esquecido o modelo de rádios comunitárias, não tendo sido considerado o seu enquadramento legal, que seria

¹⁴⁸ Estes dois motivos que ameaçam o futuro das rádios locais portuguesas são apontados por Ana Isabel Reis em entrevista a Pedro Costa na segunda parte do seu livro *Teias da Rádio* (2017), onde são apresentadas dez reflexões sobre a mudança das rádios locais nacionais.

necessário para facilitar o seu aparecimento a nível local. Assim, neste momento torna-se necessário repensar a reorganização do setor radiofónico em Portugal.

Talvez importasse dar um primeiro passo para enfrentar os desafios do digital, recentrando a missão, objetivos e modelos de negócio de um número substancial de projetos à volta de ideias mais próximas das de um meio de comunicação comunitário (Santos, 2015, p. 97).

Na terceira parte deste trabalho, nomeadamente no estudo empírico que desenvolveremos, propomos-nos precisamente abordar os projetos portugueses de rádios, potencialmente, comunitárias, caracterizando-as e ensaiando perceber como funcionam neste quadro de vazio legal. Isto porque, ao longo dos anos foram sendo desenvolvidos alguns projetos que se intitulam de comunitários. Entre estes projetos, implementados em comunidades específicas e normalmente sem fins lucrativos, Fábio Ribeiro (2014) elencou os seguintes: *Rádio Zero* (Lisboa 2004), *Rádio Manobras* (Porto 2011), *Stress FM* (Lisboa 2011), *Quase FM* (Lisboa 2011), *Rádio Ás* (Aveiro 2014), *CC FM* (Porto) e *Engenharia Rádio* (Porto 2007)¹⁴⁹. Esta ausência de enquadramento legal leva a que este investigador defenda que o caminho possível para as RC nacionais passe pela emissão e dinamização destas estruturas exclusivamente *online*, reforçando a ideia de Downing (2001), que aponta a internet como uma extraordinária oportunidade para a difusão global de conteúdos áudio interativos e radicais.

Todavia, parece-nos que este é um cenário redutor, no sentido em que impede que se evolua legalmente e que se perca o *lobby* que pressiona a regulamentação deste terceiro setor de radiodifusão, mas também discriminatório (tendo em conta a natureza tendencialmente acessível da rádio), no sentido em que, dentro de uma determinada comunidade, nem todos têm acesso à internet e veem-se impedidos de chegar a estes meios de comunicação comunitários que, por princípio, deverão estar abertos e acessíveis a toda a comunidade.

No contexto nacional, com a internet a ser um meio privilegiado para o desenvolvimento destes projetos (Brites, Santos, Jorge e Navio, 2014), as RC existentes ancoram-se sobretudo nas emissões *online* e em *podcast* (Portela, 2011; Ribeiro, 2014; Santos, 2015). Ao ter em conta que a proximidade é uma dimensão exclusiva dos *media* locais, em Portugal, o enquadramento dos *media* comunitários implica também uma

¹⁴⁹ Esta informação é referente ao local onde se localiza o projeto de RC e o seu ano de nascimento.

análise atualizada ao setor das rádios locais e ao seu relacionamento próximo com a comunidade. Isto partindo do pressuposto de que é essa proximidade que constitui o seu *ethos*.

O caminho para aproximar o setor radiofónico de uma comunicação comunitária passaria pela alteração do foco da programação, a alteração do tipo de propriedade e de controlo, o aumento do espaço produzido por não profissionais e a implementação de um modelo de negócio claramente não-comercial, com formatos não padronizados e garantindo a maior participação da população.

Para que a rádio local portuguesa possa enveredar por um caminho comunitário, Santos (2015) traça algumas linhas orientadoras para estes modelos de rádio. Estas rádios locais teriam de afastar-se de uma programação orientada para o lucro, abandonando o modelo de negócio tradicional e adotando uma estrutura de custos partilhada. Além disso, teriam também de envolver os destinatários na produção da rádio e adaptar as temáticas aos interesses das comunidades culturalmente próximas e daquelas que estão geograficamente afastadas. A sua presença na *web* deveria ser reforçada através da presença nos espaços sociais, nos quais se gera o debate e não a mera utilização como repositório de conteúdos.

A rádio de hoje necessita “adaptar-se com urgência a um universo em que a centralidade é transferida para o ouvinte/membro da comunidade” (Santos, 2015, p. 199), mantendo em permanência esta relação da rádio com o ouvinte, pela relevância que os conteúdos têm para este.

É neste contexto de rádios locais que vão perdendo gradualmente a sua essência de localidade e de proximidade, com o seu elo às comunidades locais cada vez mais enfraquecido e com o surgimento de projetos de rádio *online* com potencial comunitário, que desenvolvemos o estudo que se segue. É um estudo que pretende ser o primeiro mapeamento e caracterização dos projetos portugueses de rádio com cariz comunitário, que funcionam maioritariamente *online*, no quadro de vazio legal que a lei da rádio portuguesa lhes confere.

**TERCEIRA PARTE – Estudo empírico – mapeamento das rádios comunitárias
portuguesas**

Introdução

Nesta parte pretendemos, primeiramente, apresentar o modelo metodológico seguido para estabelecer o mapeamento das emissoras de rádio comunitárias portuguesas e a sua caracterização. Na escolha do caminho metodológico, depois de uma revisão de literatura focada na investigação em ciências sociais e, especificamente, nas ciências da comunicação, construímos uma sólida base a partir dos trabalhos de Bryman (2004), Pickering (2008), Quivy & Campenhoudt (1995), Maxwell (2009) e Umberto Eco (2017).

Quando alcançamos esta fase do estudo, depois de termos apresentado o contexto e enquadramento teóricos essenciais à construção de um modelo comunitário de radiodifusão, já deixámos atrás toda a etapa que Quivy & Campenhoudt (1995) chamam de fase de rutura.

Os primeiros capítulos, enquadrados nesta fase da rutura, correspondem à etapa da exploração: das leituras e das entrevistas exploratórias sobre a temática em análise (Quivy & Campenhoudt, 1995). Aqui, definimos e explorámos as principais bases teóricas que enquadram a investigação, designadamente comunidade, proximidade, *empowerment*, poder e participação. Realizámos também uma revisão da literatura acerca das RC, os *media* alternativos e contra-hegemónicos e o terceiro setor de radiodifusão, estabelecendo a sua distinção para com os setores público e privado.

Neste momento, pretendemos apresentar as metodologias selecionadas para a realização do mapeamento, que permitirá identificar e caracterizar os projetos portugueses de rádio com potencial comunitário. Nesta investigação dedicamo-nos somente àqueles que têm presença *online*, excluindo por isso as “rádios escola”, que possam existir em comunidades escolares do ensino básico e secundário de todo o país, e também as rádios universitárias com presença em FM, que são reguladas pela Lei n.º 54/2010 e que se incluem no grupo de rádios generalistas com emissão local.

Embora já tenhamos evidenciado na introdução, reforçamos aqui que este estudo pretende fazer um mapeamento dos projetos de RC que existem em Portugal e que se apropriam do *online* para desenvolverem as suas emissões e partilharem os programas com as comunidades com que estão ligadas. Em segundo lugar, pretendemos perceber como estas RC marcam presença no espaço digital e que ferramentas utilizam para permitir a partilha de informações e de opiniões com as suas comunidades, nomeadamente emissão em direto, *streaming*, *podcasts*, fóruns de discussão, redes

sociais, entre outros. Analisaremos ainda se é possível identificar a comunidade de interesses inerente ao projeto de rádio comunitária *online*, quais as temáticas abordadas e as afinidades que unem determinada comunidade à volta do projeto.

A pesquisa destes projetos de rádio, efetuada em motores de busca entre 2015 e 2018, possibilitou chegar a uma listagem de 35 projetos comunitários de áudio. Após esta identificação inicial, com base nas leituras efetuadas para a contextualização teórica e a revisão da literatura foi elaborada uma tabela de características definidoras das RC, que apresentaremos na terceira parte. Esta tabela foi criada cruzando os estudos de investigadores nacionais e internacionais que se debruçam sobre as temáticas acerca dos *media* de proximidade, o terceiro setor de radiodifusão e a rádio comunitária.

A finalidade deste estudo consiste em observar, analisar e questionar a missão destas estações de rádio, a sua programação, o seu funcionamento e caracterizar as suas equipas. No fundo, perceber como funcionam e como subsistem no quadro de vazio legal, mas também chegar a uma definição de RC portuguesa, uma vez que as definições e as nomenclaturas existentes variam consoante a geografia do globo onde estas são desenvolvidas.

Nas próximas páginas detalharemos a estratégia criada para alcançar os objetivos a que nos propomos, salvaguardando o contexto em que a investigação é realizada e o envolvimento do investigador na temática (Pickering, 2008), a utilização de uma metodologia mista, com métodos qualitativos e quantitativos para que haja uma complementaridade da informação (Barrañano, 2008; Quivy & Campenhoudt, 1995), numa lógica de múltiplas perspetivas (Bryman, 2004).

A junção destas perspetivas metodológicas justifica a escolha do mapeamento como modelo de investigação, pois esta técnica permite uma melhor organização do conhecimento, facilita o processo de exploração e de comparação da informação (Voniati, Doudaki & Carpentier, 2018). Assim, estas abordagens permitem a realização de um estudo de caso descritivo (Barrañano, 2008; Quivy & Campenhoudt, 1995; Yin, 2003) e, desta forma, identificar estas emissoras comunitárias portuguesas, descrevendo-as, caracterizando-as e mostrando como funcionam e qual a sua finalidade.

1. Perguntas de partida

No quadro desta investigação, a aplicação do método de pesquisa que explicámos anteriormente é o caminho para encontrar resposta às perguntas de partida que norteiam esta investigação. As questões que se colocam no início de uma pesquisa deste género servem como linhas de orientação, que apoiam na forma como a investigação vai ser conduzida, condicionando as leituras, as entrevistas exploratórias e a construção do modelo de análise (Quivy & Campenhoudt, 1995).

Quando corretamente estabelecidas (claras, exequíveis e pertinentes), as perguntas de partida conseguem transmitir uma ideia segura do objetivo a alcançar e da problemática que o investigador pretende compreender melhor.

Nesse sentido, embora tenhamos indicado as perguntas de partida na introdução desta tese, consideramos pertinente que se reforcem, aqui, as linhas orientadoras desta investigação e as perguntas para as quais procuramos resposta com este estudo.

A pergunta de partida central desta investigação consiste em saber se existem emissoras de rádio comunitárias em Portugal. Contudo, esta pergunta é formulada sob a hipótese¹⁵⁰ de que possa ser comprovada a sua existência. Só formulando esta hipótese é depois possível enunciar o restante conjunto de questões.

Procuramos, pois, com esta investigação questionar quais são as principais características destas emissoras comunitárias e qual a sua missão e objetivos. Depois de confirmada a sua existência, é importante perceber como funcionam no quadro do vazio legal atual e porque se mantém esta forma de funcionamento à margem da legalidade. Por que motivos não são enquadradas legalmente?

Nesta análise buscamos ainda respostas para compreender quais são as principais temáticas abordadas nos seus conteúdos, que comunidades representam, quem são aqueles que participam na produção dos seus programas e na dinâmica diária das rádios.

Tratando-se de RC, importa ensaiar um esclarecimento sobre as comunidades que estão representadas nestas rádios e verificar se, à semelhança do contexto internacional, este setor é composto, maioritariamente, por assalariados e voluntários.

Ainda no sentido de melhor perceber este setor de *media* alternativo e comunitário, parece-nos relevante que algumas das nossas perguntas de partida para este estudo se

¹⁵⁰ Judith Bell (2004) considera que muitos projetos de pesquisa se iniciam com a colocação de uma hipótese, ou seja, um palpite do investigador sobre o problema a investigar. A hipótese trata-se de uma linha de orientação, uma aventura especulativa ou uma conceção prévia imaginativa, que permitirá ao investigador saber sobre o que vale ou não vale a pena investigar.

direcionem para as rádios locais portuguesas. Continuam as rádios locais fiéis à sua matriz de proximidade com as comunidades e o seu espírito de localidade e de valorização das culturas locais continua implícito ao seu funcionamento?

2. Reflexão acerca do mapeamento como método de investigação

A dedicação à investigação dos *media* comunitários tem sido maior num passado relativamente recente, mas as metodologias adotadas têm sido pouco discutidas e documentadas. O mapeamento como método de investigação está ainda parcamente trabalhado e existe um vazio reflexivo acerca dos princípios e procedimentos a adotar ao longo do desenvolvimento deste método (Voniati, Doudaki & Carpentier, 2018).

A diversidade dos *media* comunitários e o seu caráter, muitas vezes informal, complicam o mapeamento destes meios de comunicação. Também não existe muita literatura que suporte o mapeamento como método, pelo menos aquele que vai além da simples cartografia ou inventário, pois deve tratar-se de uma análise sistemática de uma entidade social em particular. (Voniati, Doudaki & Carpentier, 2018).

Um mapeamento usa variados meios de pesquisa e Voniati, Doudaki e Carpentier (2018), que realizaram o mapeamento dos *media* comunitários no Chipre, referem que existem cinco características fundamentais que devem fazer parte desta técnica de pesquisa e que procurámos que estivessem presentes também neste mapeamento das RC portuguesas. Primeiro, a definição clara do objeto de estudo, da área geográfica abrangida e do período de análise; segundo, a incorporação de todas as unidades de análise, ou seja, a população e não apenas uma amostra; terceiro, a criação de um *Mapping Index Card* (MIC), um instrumento de registo, que permita anotar a informação recolhida; quarto, devem ser usadas múltiplas fontes e técnicas de recolha de dados, como por exemplo: entrevistas, análise documental, de arquivos e de *websites*; e, por último, os conteúdos recolhidos devem ser tratados como dados, analisados com técnicas qualitativas e quantitativas, tornando o mapeamento numa fonte geradora de informação, algo mais que uma simples contagem (Voniati, Doudaki & Carpentier, 2018).

2.1 Estratégia operacional com o mapeamento como instrumento de recolha de dados

No caso deste estudo, procurámos identificar projetos portugueses *online* com potencial de rádios comunitárias, em todo o território português, continente e ilhas, entre 2015 e 2018. Logo no capítulo inicial desta terceira parte explicaremos quais foram os conceitos primários e secundários utilizados para a identificação dos projetos e os respetivos motores de busca onde a pesquisa foi efetuada. Esta identificação foi também

complementada com pesquisa bibliográfica de autores nacionais e internacionais que investigam a rádio em geral e as rádios comunitárias em específico.

Embora tenhamos encontrado posteriormente alguns critérios de exclusão, que serão apresentados ao longo do estudo, mas que resumimos no final deste ponto na Figura 9, considerámos todos os projetos que nos surgiram na pesquisa que durou, sensivelmente, três anos. Partimos de uma listagem inicial de 35, afastando da análise posterior aqueles que não reuniam uma essência comunitária ou que não possuíam qualquer informação que nos permitisse analisá-los, tendo, por isso, sido excluídos, como explicaremos nessa fase do estudo empírico.

Tendo em conta que o mapeamento deve ser acompanhado por um instrumento de registo, por forma a documentar a informação recolhida, foram elaboradas várias grelhas de análise, o nosso MIC - *Mapa Index Card*. Estas grelhas permitiram perceber a localização, a data de fundação, a comunidade inerente, o foco de intervenção, a presença nas redes sociais, a existência de emissão *online, streaming, podcast*, anúncios e publicidade, o tipo de propriedade, os recursos financeiros, os objetivos, a gestão e, ainda, a tipologia de programas que compõem as emissões destes projetos e os modos de produção.

No mapeamento que desenvolvemos foram analisados todos os *sites* e redes sociais dos projetos de rádio em análise. Esta pesquisa foi ainda complementada com a realização de 21 entrevistas¹⁵¹ a membros destas emissoras: voluntários, coordenadores, diretores ou fundadores.

¹⁵¹ Rádio Zero - (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, Agosto, 2018)
Rádio Manobras - (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, Junho, 2015)
Stress Fm - (Nuno Torres, Entrevista Pessoal, julho 5, 2018)
Engenharia Rádio - (Filipe Borges Teixeira, Entrevista Pessoal, julho, 2019)
Rádio Aurora - (Nuno Faleiro Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018)
Rádio Autónoma - (João de Sousa, Entrevista Pessoa, janeiro, 2020).
ESCSFM - (André Maia, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018)
ESECSFM - (Larissa Silva, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020)
Rádio Radical - (Helder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018)
Rádio Radical - (Sofia Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020)
RUBI - (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho 24, 2018)
NRC - (Emanuel Magalhães, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018)
CCFM - (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018)
Cascais Net Rádio - (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018)
Rádio Lusitânia - (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, maio 9, 2018)
Rádio Lusitânia - (Carmen Dolores, Entrevista Pessoal, janeiro 2020)
RadioActive101 - (Maria José Brites, Entrevista Pessoal, maio 10, 2018)
Rádio Baixa - (Daniel Lopes, Entrevista Pessoal, Julho 2018)
Rádio Escuta - (Ricardo J. Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020)
Rádio Transforma - (José Carlos Tinoco, Entrevista Pessoal, novembro, 2019)
Rádio Miúdos - (Verónica Milagres - Entrevista Pessoal, janeiro, 2020)

Os guiões das entrevistas, com vista à recolha de conteúdos, basearam-se nas principais características das RC, que sistematizamos no Quadro 10, criado com base nas leituras efetuadas na fase inicial da pesquisa, reunindo autores como Alia (2006), Dieng (2013), Fraser & Restrepo-Estrada (2001), Paula (2016), Peruzzo (2009), Price-Davis & Tacchi (2001) e Zuculoto (2005); e entidades como: a AMARC (2015), CMFE (2012), FORCOM (2013) e NFCB (2016).

A recolha de dados é apresentada para cada um dos projetos individualmente e por partes. Num primeiro momento apresentamos cada uma das emissoras, identificamos os seus proprietários e a tipologia de propriedade e quais as suas fontes de receita; de seguida, debruçamo-nos sobre quais são os seus objetivos e como é feita a gestão destes projetos de rádio com tendência comunitária; num terceiro momento analisamos os seus conteúdos, nomeadamente a tipologia dos programas que compõem as suas emissões, em direto, em *streaming* ou em *podcast*. Para este efeito, criámos uma grelha de análise com base nas tipologias de programas de rádio identificados por Beaman (2006), Bonini, T., Fesneau, E., Perez, J., Luthje, C., Jedrzejewski, S., Pechoia, A., Rohn, N., Sellas, T., Strakey, G., & Stiernstedt, F. (2014) e Fleming (2009), e ainda das tipologias de programas de rádio *online* que surgem em radioking (2019), radiotoolkit (2019) e spacio (2019). Posteriormente, ainda nos referimos à participação e acessibilidade da comunidade a estes projetos, tentando perceber quem são os produtores dos seus conteúdos e se existe algum tipo de formação (técnica ou de conteúdos) dada aos elementos que os compõem.

Fluxograma de inclusão/exclusão dos projetos online potencialmente comunitários

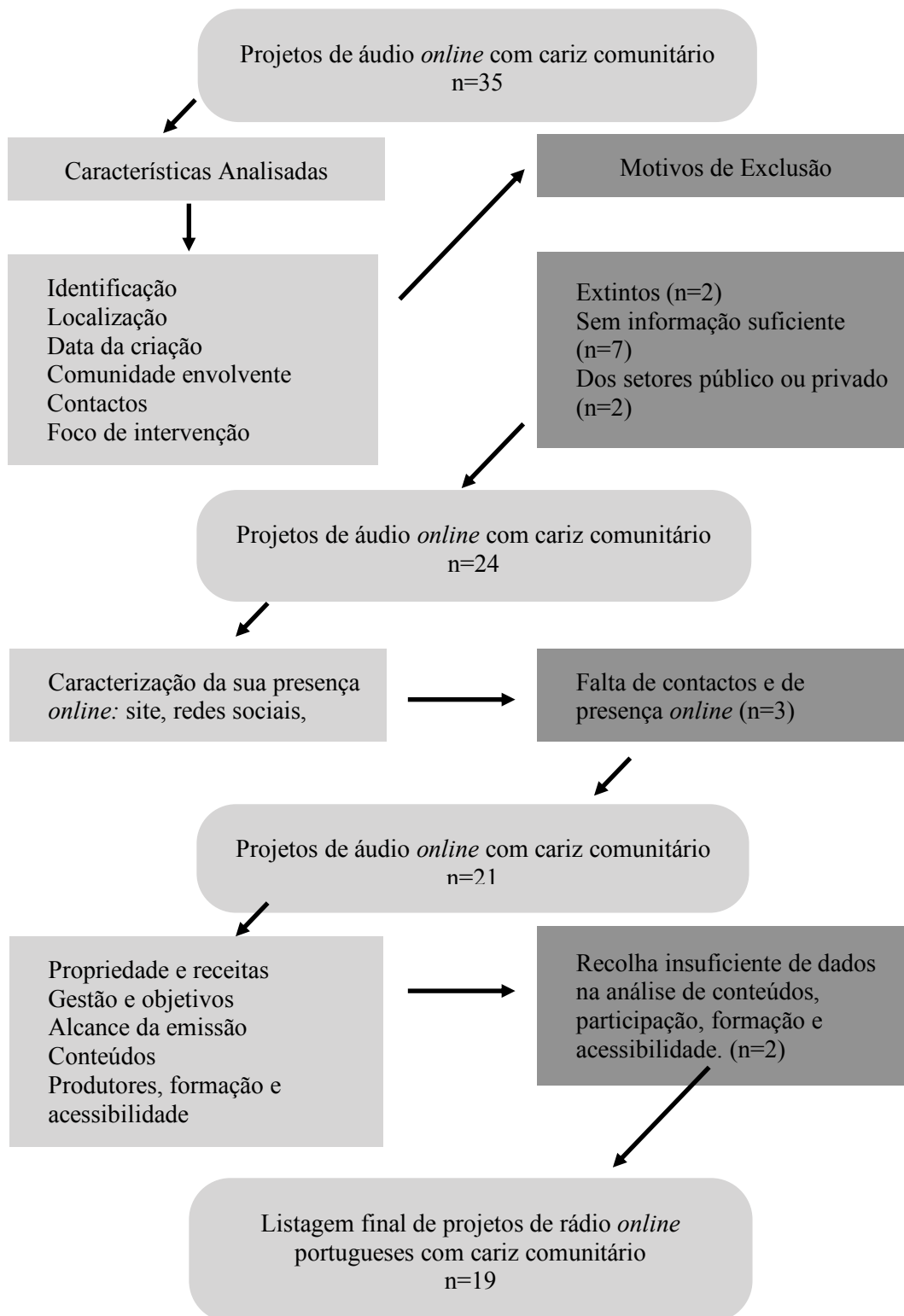


Figura 9 - Fluxograma representativo dos critérios de inclusão/exclusão utilizados na seleção dos portugueses de áudio, *online*, com potencial comunitário. Fonte: elaboração própria.

3. O Estudo de Caso como método de investigação

Este mapeamento a que nos propomos é um estudo de caso descritivo (Barrañano, 2008; Quivy & Campenhoudt, 1995; Yin, 2003), tratando-se de um estudo multimétodo, ou seja, que engloba as metodologias quantitativa e qualitativa. Neste estudo sobre as rádios comunitárias em Portugal pretendemos aplicar a lógica da “triangulação”, com múltiplas observações, múltiplas perspetivas: teóricas, de fontes, de dados, fazendo a combinação entre as duas metodologias (Bryman, 2004).

Esta nossa investigação vai conjugar a visão da análise quantitativa com a visão processual da análise qualitativa, elaborando assim uma abordagem mista ao objeto de estudo. A utilização de metodologia quantitativa nesta pesquisa social servirá também para minimizar os riscos aquando de uma generalização final das evidências, uma vez que é um dos pontos mais críticos da pesquisa qualitativa. O método quantitativo usado de forma consistente com a aprendizagem social “não só é aceitável, como é desejável, pois proporciona uma versão completa da realidade social” (Bryman, 2004, p. 142), o que pretendemos com esta investigação em relação à radiodifusão comunitária portuguesa.

Os estudos de caso devem compreender estes dois caminhos metodológicos e a sua escolha confere uma maior credibilidade aos dados recolhidos (Bryman, 2004; Voniaty, Doukati, Carpentier, 2018), sendo o caminho mais indicado para a compreensão de fenómenos organizacionais e políticos (Yin, 2003).

Apesar da consciência de que, durante muito tempo, houve nas ciências sociais uma hierarquização de metodologias, que colocavam os estudos de caso numa perspetiva de ferramenta exploratória, reconhece-se gradualmente não só esta sua importância como também a sua capacidade descritiva e explicativa, sendo considerada a metodologia indicada para responder às questões “Como?” (estudos de caso descritivos) e “Porquê?” (estudos de casos explicativos) (Barañano, 2008; Ryan et al., 2002; Yin, 2003).

Nesta investigação, o fenómeno que pretendemos descrever é social e organizacional, tratando-se, como já vimos anteriormente, das emissoras de rádio *online* com potencial comunitário, em Portugal.

Para Halinen & Tornroos (2005), outro aspeto que justifica a adoção deste método de investigação consiste no reduzido conhecimento sobre o fenómeno em análise e a pouca ou desadequada teorização existente acerca deste. Também aqui, o estudo que

realizamos parece enquadrar-se, pois é parco o que se sabe sobre a situação destes projetos portugueses e é circunstancial o conhecimento sobre a radiodifusão de proximidade em Portugal.

Seguindo a linha de Barañano (2008), este estudo de caso, focado na técnica de mapeamento, vai permitir-nos observar, descrever, explorar e explicar aspetos específicos destas emissoras, nomeadamente se as suas características se alinham com as que identificámos em outras geografias, mas também a possível existência de características singulares destas emissoras portuguesas.

Na realização do estudo de caso pretendemos adotar um estilo rigoroso e sem julgamentos (Dockrell & Hamilton, 1983), possibilitando que o mesmo se converta num serviço para com este conjunto de rádios. Embora salvaguardando as limitações que este caminho metodológico acarreta na generalização das informações (Barrañano, 2008), ao utilizá-lo estamos a possibilitar a criação de um arquivo de informações que permitirão novas interpretações deste fenómeno social e a melhorar o conhecimento que as emissoras têm entre si e o relacionamento entre a teoria e a prática.

4. Desafio à investigação: a experiência do investigador e o contexto da pesquisa

A experiência do investigador assume um papel central na investigação em ciências sociais e tem vindo a ser reconhecida como prática de pesquisa (Pickering, 2008). Qualquer investigador possui a sua experiência como *background*, num determinado grau, que varia de indivíduo para indivíduo. O objetivo não é debater as diferentes perspetivas da experiência do investigador ou de simplesmente expor as suas ideias na investigação, mas sim a de reconhecer a possível influência na forma como é adquirido o significado do objeto de estudo.

Ao longo das várias etapas do estudo que desenvolveremos de seguida, bem como de toda a pesquisa que foi até aqui desenvolvida, devemos tomar em consideração a experiência do investigador e a sua relação direta com a área em que se desenvolve esta investigação. A experiência envolve sempre uma interpretação do que acontece e a percepção que o investigador tem do que observa e os sentimentos que isso lhe acarreta, atribuem à investigação uma “qualidade narrativa” (Pickering, 2008, p. 19), daí a necessidade de ter consciência de que este envolvimento pode moldar a pesquisa. Para que tal não aconteça é perentório que exista uma permanente interrogação individual. Nesta investigação, reiterámos permanentemente que a experiência e o conhecimento que o investigador tem do contexto, estando ligado ao mundo profissional da rádio¹⁵², mesmo que necessários nunca valeriam por si próprios.

Também a contextualização em que é desenvolvida a investigação é fundamental para a tomada final de evidências, pois qualquer investigação acontece num determinado tempo, espaço e contexto, sendo que este último apoia crucialmente a obtenção de significados. A indicação clara do enquadramento em que se realiza um estudo mostra como o fenómeno está ligado com a realidade, ajuda a trazer múltiplos aspetos sobre o fenómeno pesquisado, reduz a variedade de fatores relevantes ao objeto de pesquisa, fortalece e legitima a ligação entre estudo e realidade e reforça a perspetiva do investigador, sem que este tenha de explicar a sua posição teórica, epistemológica ou ontológica (Tajla et al., 1999).

Neste estudo, a contextualização foi estabelecida no capítulo anterior, onde foi traçada a panorâmica atual do setor de radiodifusão português e da a rádio de

¹⁵² Em 2004, o autor desta investigação iniciou o seu percurso profissional como estagiário na rádio Antena 1, no Porto, tendo depois estado entre 2005-2013 como jornalista e editor na Rádio Onda Livre Macedense, em Macedo de Cavaleiros, e de 2014 até hoje, como jornalista na TSF - Rádio Notícias.

proximidade em Portugal. Verificámos que existem três aspetos fundamentais que marcam o setor. Por uma lado, assistimos à resistência de algumas rádios locais em manter a sua génese de serviço de proximidade às populações e que estão ainda voltadas para as comunidades locais; por outro, estamos perante o desaparecimento de um considerável número de emissoras devido aos constrangimentos financeiros que atravessam e que tem tido como consequência a concentração destas pequenas rádios em grandes cadeias de rádio; por último, a questão da existência de projetos de rádio com potencial comunitário, que estão presentes, sobretudo, *online*, motivado pela inexistência de legislação nacional que os reconheça e que lhes conceda existência no espaço hertziano. Um contexto de vazio legal para a radiodifusão comunitária portuguesa que contrasta com o sentido legislador que tem sido assumido pelas instituições europeias.

É neste contexto que desenvolvemos a nossa pesquisa, salvaguardando ainda a ética ao longo de todo este processo. Qualquer modelo de investigação deve acolher este princípio e esclarecer os objetivos e as prioridades da pesquisa, os dados e conclusões preliminares, as pesquisas exploratórias, os paradigmas de pesquisa existentes, a própria competência do investigador, entre outros (Maxwell, 2009). Assim, sintetizamos na Figura 10 o caminho metodológico deste processo de investigação adotado e as suas várias etapas.

Ao explorarmos este tema que não foi ainda trabalhado em Portugal movem-nos as palavras de Umberto Eco (2017): “se se trabalhar bem, não há nenhum tema que seja verdadeiramente estúpido: a trabalhar bem tiram-se conclusões úteis mesmo de um tema aparentemente remoto ou periférico” (Eco,2017, p. 37).

Fluxograma do Caminho Metodológico

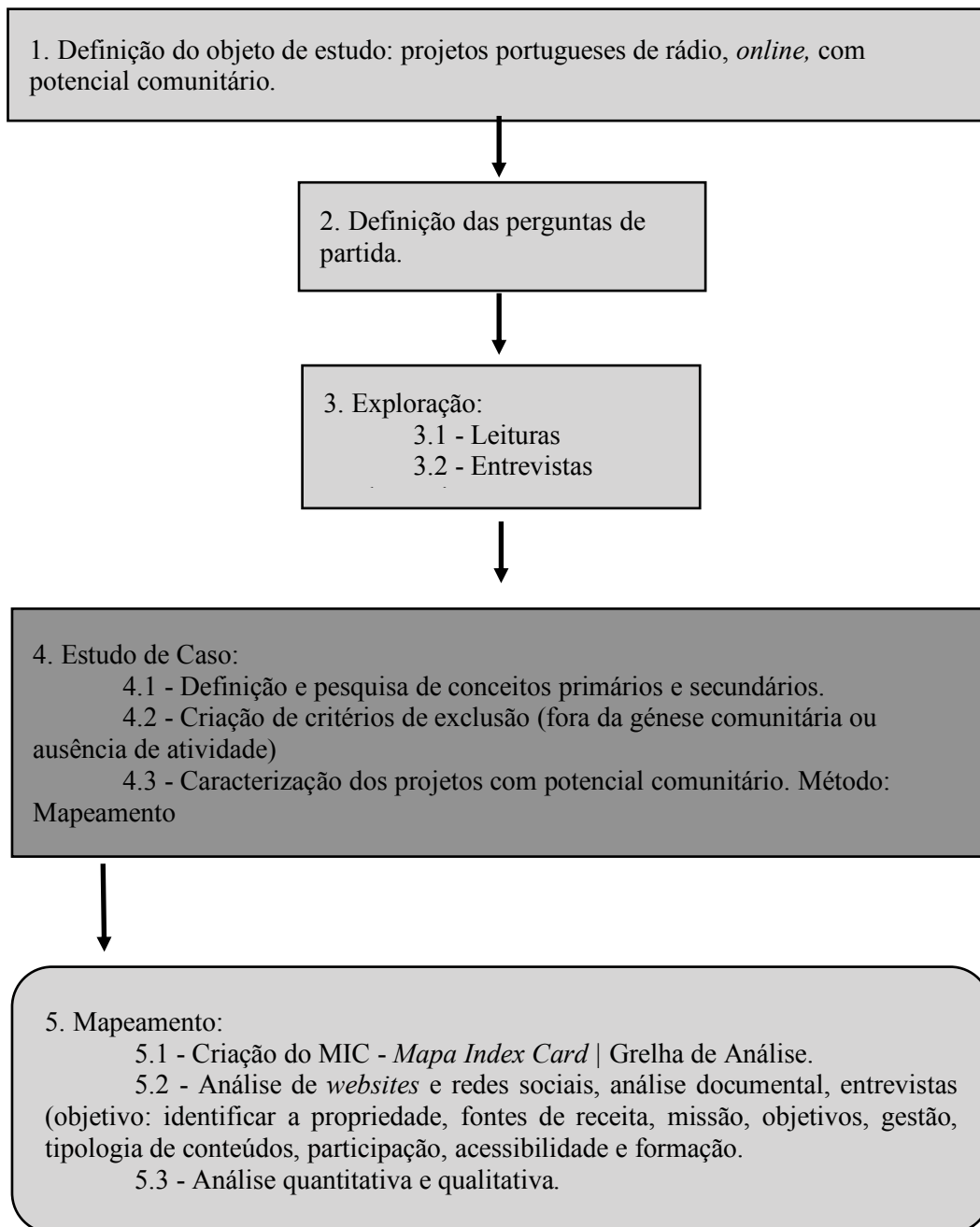


Figura 10 - Fluxograma de síntese do caminho metodológico adotado na investigação dos projetos portugueses de áudio, *online*, com potencial comunitário. Fonte: elaboração própria.

5. Análise aos projetos portugueses de rádio com índole comunitária

Perspetivando a análise do terceiro setor de radiodifusão português, numa primeira fase foram identificados os projetos de rádio com cariz comunitário presentes no espaço *online* e que, de alguma forma, mencionam tratar-se de projetos vocacionados para comunidades geográficas ou comunidades de interesses, com vista à participação dessas mesmas comunidades e utilizando a internet como canal de comunicação preferencial para com estas e os seus ouvintes-produtores. Nesta análise excluimos as “rádio escola”, por se tratarem de rádios de circuito interno e de difícil identificação. Não obstante, serão identificadas aquelas que, sendo escolares, estão presentes na internet e passíveis de serem caracterizadas. O mesmo procedimento foi adotado para as rádios universitárias com frequência atribuída em FM. Estas são rádios generalistas, com emissões locais, enquadradas legalmente pela Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro (artigo 5º), que possibilitou a abertura de concursos para a atribuição de alvarás a rádios universitárias.

Para enumerar estes projetos foi realizada uma pesquisa bibliográfica, focada nos autores nacionais que investigam a rádio na sua generalidade, mas em particular os que a analisam pelo seu cariz de proximidade (Bonixe, 2012; Bonixe 2017; Costa, 2017; Ribeiro, 2014; Ribeiro, 2015; Oliveira, 2017) e os que a investigam pela sua ligação ao mundo digital (Portela 2011; Santos, 2015).

Esta pesquisa foi complementada com recurso a motores de busca como *Google*, *Yahoo* e *Sapo*, utilizando os conceitos primários de “Rádio Comunitária” e “Rádio Comunitária portuguesa” e os conceitos secundários de “Projeto de rádio comunitária”, “Projeto áudio *online*”, “Terceiro setor de radiodifusão nacional”, “Projeto Comunitário de rádio”, “Rádios das minorias” ou “Projeto rádio *online*”.

Da junção destas pesquisas, realizadas entre 2015 e 2018, surgiu uma listagem de 35 projetos nacionais de rádio, com presença no mundo digital, com possíveis conexões comunitárias, como mostra o Quadro 7. Nesta listagem estão todos os projetos que surgiram desta pesquisa, através destas palavras-chave e da recolha bibliográfica, independentemente de se enquadrarem ou não na génese das rádios comunitárias e de respeitarem, ou não, as características que resumimos anteriormente no Quadro 3 - Principais características das Rádios Comunitárias, na segunda parte desta tese.

Projetos de áudio com presença *online* potencialmente comunitários

Projetos	Localização	Data de criação	Comunidade	Foco/Intervenção
Rádio Zero	Lisboa	2004	ISCTE	Estudantes universitários
Rádio Manobras	Porto	2011	Aleixo (Porto)	Social - inclusão e cidadania
Stress FM	Lisboa	2011	Mouraria	Social - inclusão e cidadania
Quase FM	Lisboa	2011	Univ. Católica	Estudantes universitários
Engenharia Rádio	Porto	2007	Univ. Porto	Estudantes universitários
Rádio Aurora	Lisboa	2009	Psiquiatria	Social - Saúde
UALMedia Rádio	Lisboa	NI	Univ. Autónoma	Estudantes universitários
ESCSFM	Lisboa	2010	Alunos da ESCS	Estudantes universitários
Rádio Radical	Lisboa	2011	NI	NI
RUBI - Rádio Universidade da Beira Interior	Covilhã	2003	Alunos da UBI	Estudantes universitários
NRC - Net Rádio Católica	Moita (Setúbal)	2006	Católicos	Religião
CC FM	Porto	2012	Alunos da UP	Estudantes universitários
Cascais Net Rádio	Cascais	2014	NI	NI
Rádio Alcatifa	Faro	NI	NI	Político
Summer Blast	Lisboa	NI	Festival	NI
Rádio Marcante	Ponta Delgada	NI	NI	NI
Kitscnet Rádio	Porto	NI	NI	NI
Rádio Lusitânea CB	Alentejo	2006	NI	Cultura - língua portuguesa
Rádio Miúdos	Bombarral	2015	Lusofonia	Cultura - língua portuguesa
RadioActive101	País	2013	Juvenil	Social - inclusão e cidadania
Rádio Wit FM	Coimbra	2014	Empresarial	Empresarial
Rádio ZigZag	NI	2016	Juvenil	Cultura - língua portuguesa

Rádio TSM - Terras de Santa Mafalda	Arouca	NI	NI	NI
Braga Rádio DJ	NI	NI	Rap	Social - música
Rádio Imigrante	Lisboa	NI	Imigrantes	Social - (i)emigrantes
Jornalismo Porto Rádio	Porto	2006	Alunos da UP	Estudantes universitários
Control FM	NI	NI	NI	NI
Rádio Corredor	Gaia	2009	NI	Musical
RRE - Rádio Refúgio Emigrantes	Madeira	NI	Lusofonia/diáspora	Social - (i)emigrantes
Rádio Noite	NI	NI	NI	Musical
Rádio Ás	Aveiro	2011	Lusofonia	Político - diplomacia municipal
Rádio Baixa	Coimbra	2018	Baixa de Coimbra	Música e bairro
Rádio Quântica	Lisboa	2015	Artistas e Ativistas culturais	Musical e intervenção
Rádio Escuta	Lisboa	2018	Bairro do Intendente	Social - inclusão e cidadania
Rádio Transforma	Porto	2018	Porto	Social - intervenção

Quadro 7 - identificação de 35 projetos de áudio, *online*, potencialmente comunitários e a sua localização, criação, comunidade subjacente e foco de intervenção. Fonte: elaboração própria com recurso a pesquisa bibliográfica e a pesquisa em motores de busca *online*. Legenda: NI – Não Identificado.

6. Os projetos extintos e sem vocação comunitária

A elaboração desta primeira listagem de projetos de rádios possivelmente comunitárias inclui projetos que, embora tenham surgido na pesquisa, não indicavam qualquer forma de contacto ou de análise, nomeadamente *site*, *blogue*, presença nas redes sociais, emissão *online* ou programas em *podcast*. Além destes, embora tenhamos encontrado referências à webrádio comunitária e intermunicipal *Rádio Ás* (criada em Aveiro em 2011) e à *Jornalismo Porto Rádio* (criada no Porto em 2006), ambas as emissoras de rádio foram excluídas por se encontrarem extintas. A *Rádio Ás* mantinha a morada digital ativa e apresentava-se como um projeto de comunicação comunitária, criado pelos municípios de Aveiro, em Portugal, São Bernardo do Campo, no Brasil, e

de Santa Cruz, em Cabo Verde. Foi criada com os objetivos de motivar a participação cívica, reforçar a coesão da comunidade e aprofundar a identidade local. Foi extinta dois anos depois da sua criação (Ribeiro, 2014) e confirmamos a sua inatividade com a ausência de emissão *online* e de atualização da informação contida no referido *site*.

Em relação a projetos como a *Rádio Terras de Santa Mafalda*, *Rádio Braga DJ*, a *Rádio Control FM*, a *Rádio Imigrante*, *Rádio Corredor*, *Rádio Noite* e *Rádio Marcante* não possuíam elementos suficientes que nos permitissem analisá-las, enquadrando-se no grupo das emissoras que serão excluídas por falta de informação ou por atividade desconhecida e sem conteúdo suficiente para análise. A *Jornalismo Porto Rádio* foi substituída pela *CC FM*, que analisaremos à frente com mais detalhe.

Decidimos excluir ainda a *Wit FM*, que se apresentava como uma RC. Apesar desta nomenclatura, a emissora surge ligada a uma empresa privada de *software* do centro do país. Embora tenha participação esporádica da comunidade (neste caso os elementos da empresa), foi criada, era detida, controlada e gerida pela administração da empresa. Este facto distancia-a, logo à partida, de uma das características fundamentais de um projeto de rádio comunitária, nomeadamente a programação e gestão comunitárias.

Nesta pesquisa inicial foi ainda identificado outro projeto que foi excluído nesta primeira seleção, a *Rádio Zigzag*. Muito embora se apresente como um projeto vocacionado em exclusivo para as crianças, a opção de excluí-lo residiu no facto de ter sido criado e de ser dinamizado dentro do grupo RTP – Rádio e Televisão de Portugal, a quem está atribuído o serviço público de radiodifusão em Portugal. Sendo assim, apresentamos no Quadro 8 o grupo de rádios que decidimos excluir logo nesta primeira etapa e resumimos os motivos que conduziram à sua exclusão.

Projetos excluídos e motivos da exclusão

Projeto de rádio	Motivo de exclusão:
Rádio Wit FM	Cariz empresarial - setor privado
Rádio Zig Zag	Setor público
Rádio TSM - Terras de Santa Mafalda	Sem informações para análise
Rádio DJ Braga	Sem informações para análise
Rádio Imigrante	Sem informações para análise
Jornalismo Porto Rádio	Extinta
Control FM	Sem informações para análise
Rádio Corredor	Sem informações para análise

Rádio Noite	Exclusivamente musical, sem outros conteúdos
Rádio Ás	Extinta
Rádio Marcante	Sem informações para análise

Quadro 8 - Projetos de áudio excluídos por falta de informação ou ausência de génese comunitária.
Fonte: elaboração própria.

Desta listagem, já excluindo os projetos mencionados anteriormente, poderemos realizar uma primeira análise em relação à geografia em que se encontram estes projetos. Dos dados recolhidos no Quadro 7 sobre a localização destas emissoras, analisando apenas os 24 projetos que mantemos em análise daqui para a frente, conseguimos perceber que estas emissoras potencialmente comunitárias com emissão exclusivamente *online* surgem sobretudo no litoral do país. Além disso, encontram-se marcadamente nas duas maiores áreas metropolitanas: Lisboa e Porto. Esta informação está especificada e pode ser consultada na Tabela 2 e na Figura 11.

Localização dos projetos comunitários de áudio com presença online

Localização	Quantidade
Lisboa	10
Porto	5
Cascais	1
Moita	1
Algarve	1
Bombarral	1
Castelo Branco	1
Coimbra	1
Arouca	1
Madeira	1
Alentejo	1
TOTAL	n=24

Tabela 2 - Fonte: elaboração própria.

Mapa da concentração dos projetos comunitários em Portugal

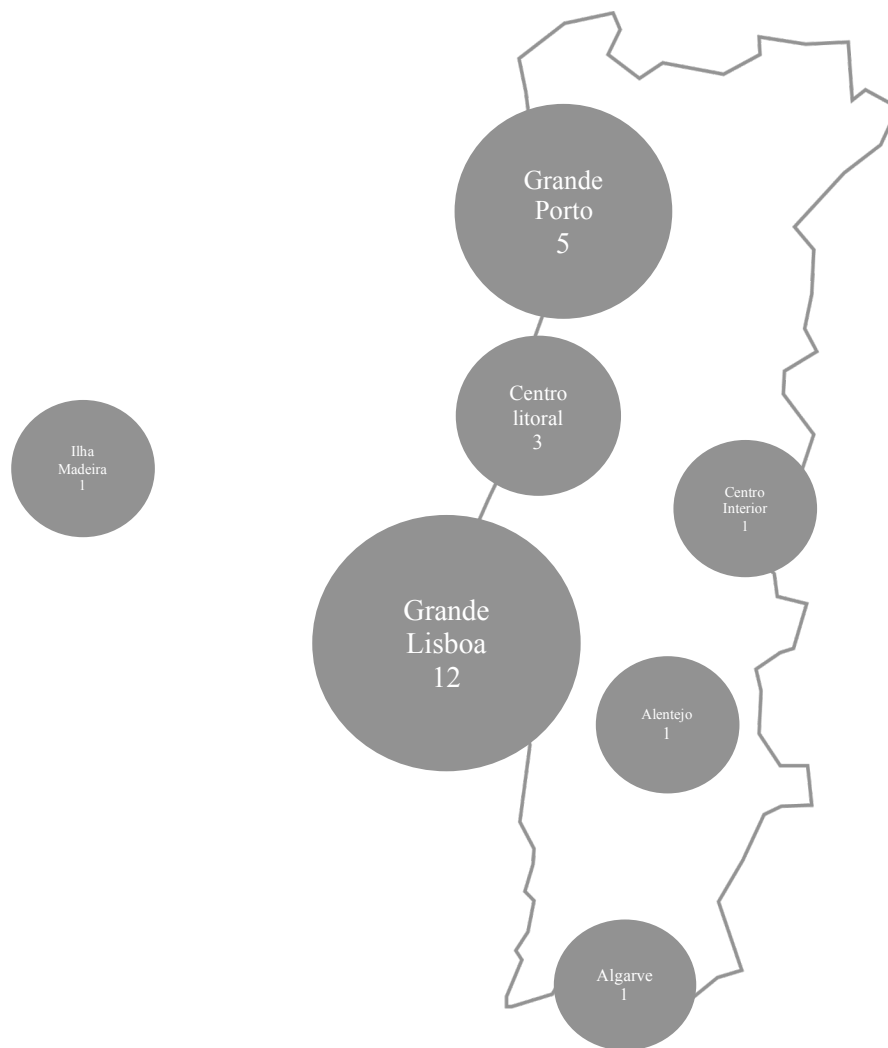


Figura 11 - Mapa com a concentração dos projetos com potencial comunitário nas principais áreas metropolitanas portuguesas. Fonte: elaboração própria

Ao analisarmos esta tabela e este mapa percebemos que a disposição destes projetos no território português se concentra nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, havendo ainda uma maior incidência no litoral do país, quando comparado com o interior (20 rádios no litoral, três rádios no interior e uma na ilha da Madeira). Nas áreas com maior densidade populacional (exemplo disso estas duas áreas metropolitanas referidas) tem-se verificado uma maior aposta nas emissões em cadeia por parte das rádios locais, a perda do contacto com a génese da localidade, sendo estes “territórios com mais mercado e potencial de audiência” (Costa, 2017, p. 58). Passando a emitir em cadeia, as rádios locais quebram significativamente a ligação que mantinham com a população e as comunidades locais. Esta perda cria um vazio que ao mesmo tempo se

transforma num espaço de oportunidades para projetos comunitários deste género, possibilitando a discussão pública de assuntos locais e, possivelmente, estabelecendo assim uma nova relação de proximidade com as comunidades locais.

Esta tendência para o desaparecimento das rádios locais no litoral do país traz-nos “um país dividido em dois, com o litoral onde as rádios locais se foram diluindo e o interior, onde ainda há “projetos de rádio local muito interessantes, com sites, noticiários, debates e interação com as comunidades”¹⁵³.

¹⁵³ Declarações de Ana Isabel Reis, docente da Universidade do Porto, entrevistada por Pedro Costa, no livro *Teias da Rádio: Ensaios e reflexões sobre as políticas do setor*. A investigadora refere que as questões de identificação, mais do que as questões de proximidade geográfica, são atualmente cruciais para as rádios locais e dá como exemplo as comunidades de emigrantes. Comunidades estas que podem estar ligadas à rádio local pelo recurso às plataformas digitais (Costa, 2017).

7. A presença *online* dos projetos comunitários de áudio

Como vimos anteriormente, em Portugal, estes novos projetos radiofónicos existem quase em exclusividade na internet e surgem porque o digital se transformou na solução mais rápida e económica de ampliar a oferta (Costa, 2017; Evens e Paulussen, 2012).

Destes projetos identificados, percebemos que todos eles surgiram já no século XXI, havendo indicações de que a *Rádio Zero*, que funciona no Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE), foi a primeira a iniciar emissões em Portugal, em 2004. Contudo, os primeiros experimentos para uma rádio comunitária foram efetuados, ainda em 1997, pela *Engenharia Rádio*, que só em 2007 começa a emitir com regularidade. O fenómeno parece estar agora a acentuar-se. Apenas durante o ano de 2018 surgiram três novas emissoras de rádio exclusivamente *online*, sem frequência hertziana, em Coimbra, Lisboa e Porto.

Âmbito dos projetos comunitários de áudio em Portugal

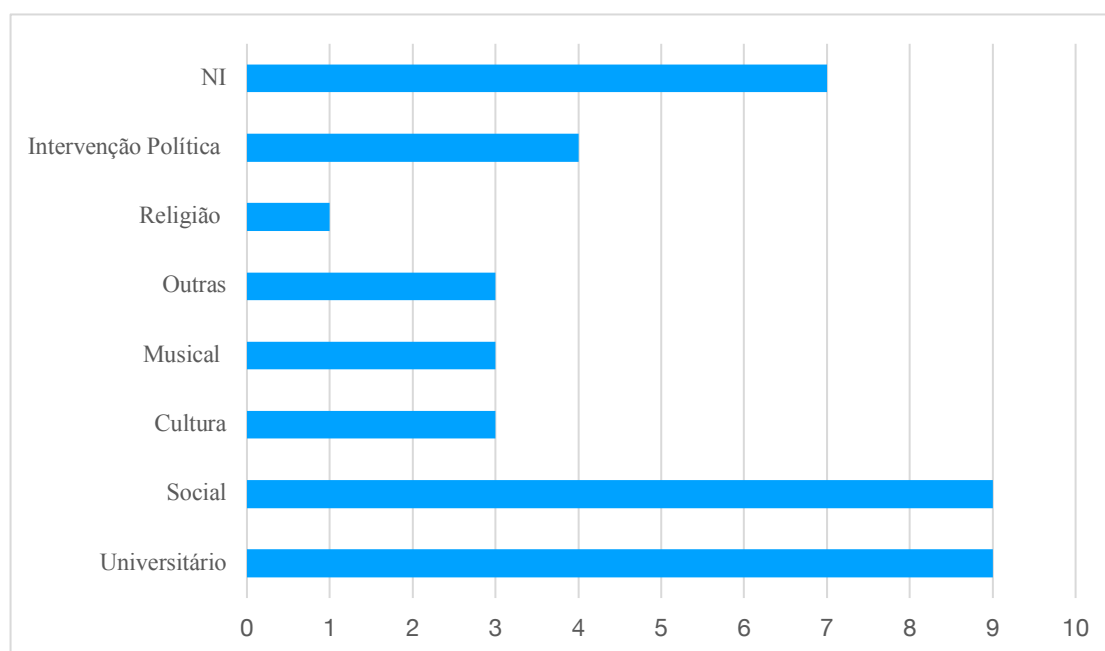


Figura 12 - gráfico que demonstra o âmbito dos projetos portugueses com potencial de rádios comunitárias. Fonte: elaboração própria.

Neste ponto de partida, outro aspeto que podemos aferir consiste na identificação da comunidade que existe por detrás da criação dos projetos. Em vários casos foi possível identificá-la. Conseguimos perceber que a maior parte destes projetos são

destinados a comunidades académicas do ensino superior, tendo a sua origem precisamente em universidades ou politécnicos. Além destes, existem também projetos com cariz social e cultural, como podemos observar na Figura 12. Denotamos ainda que as emissoras de carácter social surgem sobretudo em bairros das duas principais metrópoles portuguesas e procuram a inclusão e a cidadania ativa. As emissoras encontradas com vocação cultural visam uma intervenção ativista, dando voz aos artistas nacionais que não a encontram nas rádios *mainstream*. É disto exemplo a *Rádio Quântica*, que analisaremos posteriormente com maior detalhe.

Depois desta primeira análise à localização e ao foco e intervenção comunitária de cada um dos projetos identificados, pretendemos perceber como estes estão presentes no espaço digital. Com essa finalidade foram observados os aspetos que identificamos no Quadro 9, nomeadamente no que respeita à existência, ou não, de *site* ou *blogue*, redes sociais, emissão *online*, *streaming*, *podcasts* e *contacto*. No caso de existir emissão *online*, *site* ou *blogue*, *streaming* ou *podcasts* foi ainda também verificado a presença, ou não, de publicidade nos seus conteúdos.

Presença *online* dos projetos de áudio comunitários

Projetos	Site ou blogue	Redes Sociais	Emissão Online	Streaming/Podcasts	Contacto	Publicidade
Rádio Alcatifa	N	N	N	S	N	N
Summer Blast	N	N	T	N	N	NI
Kitschnet Rádio	N	S	N	N	N	NI
Rádio Zero	N	S	S	N	S	N
Rádio Manobras	S	S	S	S	S	N
Stress FM	S	S	S	S	S	N
Quase FM	N	S	N	N	S	N
Engenharia Rádio	S	S	S	S	S	N
Rádio Aurora	N	S	N	N	S	N
UALMedia Rádio	S	S	S	S	S	N
ESCSFM	S	S	S	S	S	N

Rádio Radical	S	S	S	N	S	N
RUBI	S	S	N	S	S	N
NRC	S	S	S	S	S	N
CC FM	S	S	N	S	S	N
Cascais Net Rádio	S	S	S	N	S	S
Rádio Lusitânia CB	S	S	S	N	S	N
Rádio Miúdos	S	S	S	S	S	N
RadioActive101	S	S	N	S	S	N
RRE	S	S	S	N	S	NI
Rádio Baixa	N	S	N	S	S	N
Rádio Quântica	N	S	N	S	S	NI
Rádio Escuta	S	S	S	S	S	N
Rádio Transforma	S	S	S	S	S	N

Quadro 9 - Presença *online* e contactos dos projetos de áudio com potencial comunitários. Fonte: elaboração própria. Legenda: N - Não | S - Sim | T - Temporária (funciona apenas durante o Festival).

Dentro deste grupo de possíveis rádios comunitárias portuguesas percebe-se, analisando a o Quadro 9 que, praticamente na sua totalidade, estas emissoras subsistem sem o apoio de publicidade ou anúncios publicitários. No entanto, existem casos em que essa informação não está disponível e ainda o caso da *Cascais Net Rádio* que tem anúncios publicitários focados em empresas da sua área de abrangência.

Nesta segunda etapa de observação, excluímos as *Rádio Alcatifa*, *Rádio Summer Blast*, e a *kitschnet Radio* porque não apresentam presença *online*, nem os respetivos contactos que possam permitir verificar informações e aprofundar a nossa análise. A *Rádio Alcatifa* não tem *site* ou blogue, nem mesmo redes sociais, nem emissão *online*

ou contactos que permitam complementar a análise. A *Rádio Summer Blast*¹⁵⁴ encontrava-se sem *site* ou blogue, sem redes sociais, com emissão *online* temporária e sazonal e sem contactos. Já a *Kitschnet Radio*¹⁵⁵ tratava-se também de um projeto sem *site* ou blogue, sem emissão *online*, sem *podcast* ou *streaming* e sem contactos.

Após esta exclusão, ficou definida a amostra de 21 projetos para a terceira etapa de análise. De seguida, aprofundamos o estudo estabelecendo uma caracterização destes, tendo em consideração um quadro de características gerais e específicas que devem abarcar, para que possam vir a ser considerados como rádios comunitárias.

¹⁵⁴ Apareceu como *Summer Blast* em 2013 e só em 2017 passa a chamar-se *Blast Radio*. O site desta rádio (goblast.pt) encontrava-se desativado em 2018. Apenas se fazia referência a um conjunto de sete animadores e o nome de Diogo Pires, enquanto diretor de programas.

¹⁵⁵ Esta rádio tinha apenas presença nas redes sociais (*Facebook*) e as últimas publicações datavam de janeiro de 2015. Na altura definia-se como uma *webradio*, “independente, amadora, e a emitir do Porto desde janeiro de 2010”. Surgiu ligada ao projeto “Estação Perdida”.

8. Características em análise nos projetos comunitários de áudio

Com base nas leituras efetuadas para a elaboração da revisão da literatura acerca das RC e a abordagem elaborada por vários autores internacionais e nacionais a estas emissoras em várias geografias do mundo, que apresentámos nos capítulos anteriores desta tese, estabelecemos um conjunto de critérios que consideramos essenciais para a análise e caracterização dos projetos de rádio portugueses de cariz comunitário.

Esta grelha de critérios, criada com o objetivo de ser utilizada na análise aos projetos portugueses, foi elaborada com base na sistematização dos resultados obtidos pelos trabalhos realizados por Lewis e Booth (1989) e Valerie Alia (2006), na América do Norte; as pesquisas de Cicilia Peruzzo (2009), Gumucio-Dagron (2005), Leal e Ribeiro (2007), Lílian Mourão Bahia (2005), Orlando Berti (2013) e Valci Zuculoto (2005), na América do Sul; Fraser e Restrepo-Estrada (2001), Papa Dieng (2013) e Patrícia Paula (2016), em África; Inês David (2016), Malki (2006), MJR David (2002) e Rezaul Islam (2016), na Ásia; Janey Gordon (2012), Miriam González (2014), Price-Davis e Tacchi (2001) e Salvatore Scifo (2014), na Europa; e, ainda, Matt Mollgard (2018) e Tom Loncar (2010), na Oceânia.

Este conjunto de critérios que é apresentado no Quadro 10 - Principais características das Rádios Comunitárias - reúne nove características gerais, desdobradas em várias características específicas.

Com este conjunto de critérios pretendemos perceber qual a propriedade destas emissoras, a sua gestão, os seus objetivos, quais as suas fontes de receita, o alcance da emissão, os conteúdos programáticos, a identificação dos seus produtores de conteúdos e o seu envolvimento na emissora, a formação que é realizada ao *staff* que as compõem e a acessibilidade proporcionada aos elementos das respetivas comunidades.

Em relação ao tipo de propriedade, poderão compreender-se, neste campo, as rádios detidas por grupos de cidadãos, fundações, associações ou cooperativas, desde que comunitárias e sem fins lucrativos. Quanto à gestão, estas emissoras comunitárias podem contar com a participação ativa e direta da comunidade, estando focadas no benefício comum, havendo possibilidade de existir um conselho comunitário.

É no campo dos objetivos que encontramos a maior diversidade. Dentro do vasto conjunto de trabalhos analisados, verifica-se que as RC podem ter objetivos como a salvaguarda dos interesses locais e a diversidade linguística, a possibilidade de conceder o acesso e dar voz a minorias e grupos marginalizados, a alfabetização de comunidades,

a garantia da diversidade cultural e linguística, sendo um instrumento de comunicação que proporciona o desenvolvimento local.

No campo das receitas surge como característica consensual a necessidade de serem rádios sem fins lucrativos. No entanto, na questão do financiamento existe alguma disparidade, pois estas emissoras podem, em determinadas situações, ser financiadas por patrocínios ou publicidades, receber doações dos membros da rádio e da comunidade, ou também através da organização de eventos, estando, em alguns casos, ainda enquadrado financiamento estatal e de organizações internacionais.

As especificidades dos seus conteúdos mostram que as RC devem ter informação relacionada com a comunidade que representam, com uma programação plural e diversificada, também esta representativa da comunidade local. Estas características estão intimamente ligadas à essência daqueles que devem ser os produtores de conteúdos destas emissoras. Com vista à promoção de um contexto democrático, a rádio deve estar acessível a toda a comunidade que, voluntariamente, deve ser ativa na criação dos conteúdos e da programação, permitindo a existência da pluralidade de vozes.

No campo da formação, as rádios devem disponibilizar workshops de aprendizagem e possibilitar, através de atividades, o desenvolvimento dos voluntários que são os seus recursos humanos.

Uma vez definidas estas características iremos tentar observá-las nos projetos comunitários que mantemos em análise, percebendo que características específicas reúne cada um deles, ensaiando posteriormente uma caracterização maioritária dos projetos portugueses. Esta apreciação será realizada através da análise aos *sites* e às redes sociais de cada um dos projetos, sendo complementada com o questionamento direto dos seus elementos, através de entrevistas (Quivy & Campenhoudt, 1995), no caso da inexistência de informação *online* suficiente e esclarecedora.

Principais características das Rádios Comunitárias

Característica geral	Aspetos específicos das características
Propriedade	Detidas por um grupo de cidadãos Pode ser uma fundação, associação ou cooperativa
Gestão	Participação ativa e direta da comunidade na gestão Em prol de um benefício comum Através da constituição de conselho comunitário

Objetivos	Ser detentora de um objetivo comunicacional comum à comunidade
	Dar voz às minorias (sexuais, étnicas, etárias...)
	Proporcionar a inclusão dos que não têm voz nos <i>media</i> e dos grupos marginalizados
	Salvaguardar os Interesses locais
	Impulsionar a alfabetização
	Garantir e refletir a diversidade cultural e linguística
	Proporcionar o desenvolvimento local
	Permitir ser instrumento de comunicação para o desenvolvimento
Receitas	Sem fins lucrativos
	Financiadas por patrocínios e/ou publicidade
	Financiamento pode vir de doações da comunidade, membros da rádio e/ou do auditório
	Financiamento Estatal (governos) ou organizações internacionais
	Financiamento pode advir da organização de eventos de angariação
Alcance da emissão	Baixa potência
	Alcance limitado a raio de 10km
Conteúdos	Informação ligada à comunidade, quer seja comunidade geográfica, quer seja comunidade de interesses
	Pluralidade de programação
	Programação vinculada à realidade local
Produtores	Comunidade ativa na criação de conteúdos e na programação
	Pluralidade de vozes
	Audiência é protagonista e produtora de conteúdos/ouvinte no papel de emissor
	Uso de voluntários nas emissões
Formação do staff	Workshops de aprendizagem e atividades de contacto
	Possibilitar o desenvolvimento técnico dos Recursos Humanos
Acessibilidade	Promoção do processo democrático, através da acessibilidade de todos às emissões

Quadro 10 – Principais características inerentes a uma emissora de rádio comunitária. Fonte: elaboração própria.

8.1 Apresentação, propriedade e fontes de receita

Neste ponto vamos apresentar os 21 projetos identificados e os primeiros critérios que vamos analisar são a tipologia da sua propriedade e a(s) fonte(s) de receitas que possibilita(m) o seu funcionamento. O propósito final deste ponto é o de verificar se se

tratam, ou não, de projetos sem fins lucrativos, detidos por um grupo de cidadãos, com ou sem representação legal e se já reunidos em associações, fundações ou cooperativas, como acontece a nível internacional e que observámos ao longo da pesquisa.

Neste primeiro momento avançamos com uma apresentação destes 21 projetos e nos definimos qual a sua propriedade, bem como a(s) fonte(s) de receita ou o seu carácter não lucrativo. Posteriormente, no âmbito da apresentação dos resultados, faremos uma sistematização desta informação no Quadro 12.

8.1.1 - Rádio Zero

A *Rádio Zero* é uma rádio *online*, sem fins lucrativos e de cariz universitário. Integra a *Radia* - Rede Internacional de rádios comunitárias. Surgiu em 2004, na Associação de Estudantes do Instituto Superior Técnico, em Lisboa, e formalizou-se a 6 de março de 2006. Doze anos depois, esta emissora propunha que a sua missão fosse uma “dilatação auditiva, expansão mental” (Zero, 2018)¹⁵⁶, fomentando o experimentalismo e a criação de obras de arte em formato sonoro. A *Rádio Zero* pretendia também intervir na sociedade através de conteúdo de cariz comunitário e da promoção de atividades culturais, assumindo-se como um meio de acesso do indivíduo à radiodifusão. Como pano de fundo do seu trabalho, esta emissora pretende ser uma apologia da liberdade e da criatividade, dando primazia total ao formato de autor (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, Agosto, 2018).

8.1.2 - Rádio Manobras

A *Rádio Manobras* surgiu do projeto cultural “Manobras”, em 2011, e constituiu-se enquanto associação em 2014. Apareceu pelas mãos de um grupo de cidadãos (em 2015, aquando da primeira abordagem para esta investigação, eram 12 elementos). Considera-se uma rádio associativa e feita para cidadãos. A *Rádio Manobras* é “uma rádio comunitária para a cidade do Porto” (Manobras, 2018)¹⁵⁷. Esta emissora apresentava-se ainda como sendo “movida por inconformismos – temáticos, sociais, estéticos, pedagógicos ou outros – transformados em peça sonora. Pretendia ser uma rádio movida sempre pela curiosidade. Por isso, considerava-se uma rádio experimental” (Manobras, 2018). Sem fins lucrativos, muito embora haja momentos em que concretize

¹⁵⁶ Rádio Zero - <https://www.radiozero.pt>

¹⁵⁷ Rádio Manobras - <https://radiomanobras.pt>

trabalhos de sonorização de eventos com a finalidade de angariar fundos que permitam a aquisição de novos materiais (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, Junho, 2015)¹⁵⁸. Em 2015 a rádio não tinha sede, emitia na internet e funcionava a partir de casa de um membro. No entanto, desde a sua criação que já estiveram em vários espaços da cidade do Porto, como o *Maus Hábitos* e o *Pink*, e já conseguiram emitir esporadicamente em FM, como explicaremos no subcapítulo destinado a abordar a temática do alcance da emissão.

8.1.3 - Stress FM¹⁵⁹

A *Stress FM* não se define como uma rádio comunitária, embora os participantes neste projeto levem a cabo algumas iniciativas de âmbito comunitário. Trata-se de um “grupo informal de interesses partilhados” (Nuno Torres, Entrevista Pessoal, julho 5, 2018), que se formou em 2011, que encontra na rádio o meio para partilhar e comunicar esses interesses.

Embora a rádio ainda esteja ativa encontra-se num momento de “pausa e reflexão sobre o futuro, sem uma imagem temporal que indique quando voltará a estar ativa” (Nuno Torres, 2018). Trata-se de uma emissora sem fins lucrativos.

8.1.4 - Quase FM¹⁶⁰

A *Quase FM* surgiu em 2011, através de uma parceria entre a Rádio Renascença (rádio privada com ligações à Igreja Católica portuguesa) e a Universidade Católica. Define-se como uma rádio universitária, criada no âmbito do curso de Comunicação Social desta instituição de ensino superior. Em 2018, as emissões estavam focadas na vida universitária e na comunidade universitária. Também era um projeto assumidamente sem fins lucrativos.

8.1.5 - Engenharia Rádio

A *Engenharia Rádio* é um projeto da Associação de Estudantes da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (AEFEUP), atualmente detido pelo Núcleo

¹⁵⁸ A Rádio Manobras foi o primeiro objeto de análise neste estudo. Em 2015, realizou-se uma entrevista exploratória aos coordenadores desta emissora, com a finalidade de perceber a pertinência do tema das rádios comunitárias e de validar as intenções desta investigação.

¹⁵⁹ Stress FM - <https://www.facebook.com/StressFM/> ou <https://www.facebook.com/stressfm2/>

¹⁶⁰ Quase FM - <https://www.facebook.com/QuaseFM/>

AEFEUP Engenharia Rádio. Teve a sua primeira emissão oficial a 13 de março de 2007, muito embora o projeto piloto tenha começado a ser delineado em 1997. Pretende ser uma rádio com a qual “os estudantes universitários se identifiquem” (Engenharia Rádio, 2017)¹⁶¹. A *Engenharia Rádio* também é uma rádio sem fins lucrativos, “de caráter universitário, independente e experimental” (Filipe Borges Teixeira, Entrevista Pessoal, julho, 2019).

8.1.6 - Rádio Aurora¹⁶²

O projeto começou em 2009. Chama-se *Rádio Aurora*, mas trata-se apenas de um programa e não propriamente de uma emissora de rádio. Todavia, é um programa de vocação comunitária. É produzido no Hospital Júlio de Matos, em Lisboa, duas vezes por semana, a partir da varanda do Pavilhão 29. O programa “Rádio Aurora - a outra voz” é produzido e realizado por um grupo de pessoas com cadastro psiquiátrico, que tentam eliminar preconceitos e mudar mentalidades (Nuno Faleiro Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018). No início do projeto, em 2009, as emissões do programa tinham meia hora e eram transmitidas na *Rádio Zero*.

Em 2018, o programa era difundido em 20 rádios locais portuguesas e tinha por objetivo ser a “palavra de quem não é profissional, de quem é completamente livre” (Nuno Faleiro Silva, Entrevista Pessoal, 2018, agosto). Além destas emissões nas rádios locais, o programa era ainda disponibilizado em *streaming*. A emissão é concretizada com recurso a uma mesa de mistura, um computador portátil e microfones, existindo três tipos de programa diferentes em termos de estrutura: um para a *Rádio Amália* (uma rádio local que se foca na temática do fado), entre 15 minutos a meia hora; um programa de 20 minutos realizado para a *Antena 1* (uma das rádios do grupo RTP que detém o serviço público de radiodifusão); e um outro programa, em exclusivo, para o grupo das 20 rádios locais.

O projeto *Rádio Aurora* é sem fins lucrativos e a sua origem está ligada a Barcelona, onde existe um programa idêntico, que também trabalha com as problemáticas da inviabilidade, o preconceito e a discriminação social das pessoas com doença mental.

¹⁶¹ Engenharia Rádio - <https://www.engenhariaradio.pt>

¹⁶² Rádio Manobras - <https://www.facebook.com/radioaurora.outravoz/>

Percebemos que existia um trabalho em Barcelona, que era a *Rádio Nicosia*, que trabalhava sobre as mesmas preocupações, utilizando a rádio e as pessoas que padeciam deste mesmo problema. E percebemos que era um projeto que fazia a diferença (Nuno Faleiro Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

8.1.7 - Rádio Autónoma

A *Ualmedia Rádio/Rádio Autónoma* surgiu no âmbito da redação multimédia dos alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa. Consideramos aqui os dois termos, uma vez que existem referências a ambos: *Ualmedia Rádio* e também *Rádio Autónoma*, vocacionada para a uma comunidade universitária desta instituição. Considera-se uma rádio sem fins lucrativos. “Somos uma rádio de experiências, com espaço real a todos os apaixonados pela Rádio, deste e do outro lado do computador” (Ualmedia, 2019)¹⁶³. Por uma questão de simplicidade, daqui em diante adotaremos somente o termo *Rádio Autónoma*.

8.1.8 - ESCSFM

A *ESCSFM* é a rádio *online* da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa e foi criada em 2010. “É uma rádio feita por alunos e para alunos” (André Maia, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018) e está vocacionada para uma comunidade universitária, sobretudo a da própria instituição de ensino superior. Trata-se de uma rádio sem fins lucrativos. A *ESCS FM* é a rádio oficial da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, funciona 24h em *stream online*, contando com a participação em vários departamentos - “como qualquer rádio oficial: locução, animação, informação, produção, comunicação externa e recursos humanos, produção”. Em 2018, o seu período mais intenso de funcionamento era de setembro a junho, o que corresponde diretamente ao período letivo. No verão, a dinâmica da rádio abranda pela falta de alunos e o momento é aproveitado para a “a passagem de direção” (André Maia, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018).

8.1.9 - Rádio Radical

A *Rádio Radical* é uma rádio *online* criada por um grupo de amigos, em 2011. Nos últimos anos, o projeto tem vindo a tornar-se mais sólido e de maior dimensão. Em

¹⁶³ Rádio Autónoma - <http://www.ualmedia.pt/pt/?id=2838&mid=162>

2018 considerava-se uma “web rádio jovem e dinâmica que transmite 24h por dia ao fim de semana e a tempo parcial durante a semana” (Radical, 2018)¹⁶⁴. Sem qualquer tipo de propriedade estabelecida, sem fins lucrativos, composta por uma equipa de jovens voluntários.

Os três fundadores do projeto ainda se mantêm ligados ao mesmo e consideravam-se os voluntários mais dinamizadores da grelha de programação. Fizeram-no com o objetivo de “fazer o que mais gostam, divertirem-se e ganhar alguma experiência, mesmo sendo uma rádio *online*” (Hélder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018).

8.1.10 - RUBI

A *RUBI* nasceu na Universidade da Beira Interior (UBI), na Covilhã, como laboratório da disciplina de Jornalismo Radiofónico em 2003, com conteúdos criados pelos próprios ouvintes e focada em programas de autor (Rubi, 2018)¹⁶⁵. Continua a ser um laboratório desta unidade curricular e serve também como repositório dos trabalhos efetuados pelos alunos. Embora tenha a coordenação de professores universitários, a *RUBI* é uma rádio feita pelos alunos, com programas vocacionados para a comunidade universitária, acima de tudo da UBI. Em 2018, o *site* foi remodelado e o projeto procurava acolher contributos de outras pessoas para além dos alunos, que estivessem interessadas em participar, para que dessa forma fosse possível retomar a emissão *online*, que, entretanto, se encontrava suspensa. (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho 24, 2018). É uma emissora sem fins lucrativos.

8.1.11 - NRC - Net Rádio Católica

A *NRC* apareceu como um projeto gizado por apenas uma pessoa. Idealizada e dinamizada por Emanuel Magalhães, com o desejo de “evangelizar através da rádio” (NRC, 2018). Os primeiros passos para a criação deste projeto foram dados em outubro de 2005, tendo a marca *NRC - Net Rádio Católica* sido registada em janeiro de 2006. As primeiras emissões experimentais ocorreram em abril desse mesmo ano e as emissões regulares começaram no mês seguinte.

¹⁶⁴ Rádio Radical - <http://www.radioradical.pt/home/>

¹⁶⁵ RUBI - <http://www.rubi.ubi.pt>

A *NRC* pretende, sobretudo, divulgar música e conteúdos católicos que não encontram espaço nas demais rádios nacionais. Considera-se uma rádio sem fins lucrativos (Emanuel Magalhães, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018). Esta emissora integrava a Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC).

8.1.12 - CCFM

A *CCFM* é uma rádio de estudantes de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto. Está vocacionada para a comunidade universitária desta instituição e veio preencher a lacuna deixada pelo encerramento da *Jornalismo Porto Rádio*, que tinha sido criada no Porto em 2006. O projeto de rádio é sem fins lucrativos e foi criado em 2012. Os seus conteúdos são “gravados, editados e publicados apenas por alunos do curso de Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras do Porto. E todos os alunos o fazem voluntariamente” (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). A *CCFM* pretende ser um espaço para música, cinema, curiosidades e entrevistas.

8.1.13 - Cascais Net Rádio

A *Cascais Net Rádio* é uma estação de rádio de caráter exclusivamente *online* e foi criada em nome individual. De acordo com Carlos Didier (Entrevista Pessoal, julho 18, 2018), o proprietário do projeto, trata-se de uma emissora, que até agora tem funcionado sem fins lucrativos, mas cujo objetivo é obter lucro através do serviço que presta à comunidade. Em 2019, aquando da análise de conteúdos a esta emissora, verificámos que existiam anúncios publicitários na emissão. Até ao ano de 2018, o projeto foi sem fins lucrativos, todavia havia expressa a necessidade de financiá-lo para que mantivesse viabilidade. “O gosto pela rádio é o principal motor, mas a parte comercial não pode ser descurada” (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018). Existia uma vontade clara de reaver os valores investidos em material para o funcionamento da rádio, que funcionava num “pseudo-estúdio em casa” (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018) do seu fundador. A *Cascais Net Rádio* possuía um estúdio móvel para a realização de programas no exterior, uma vez que pretendiam fazer o acompanhamento de festividades locais e realizar o som exterior dessas mesmas festividades, por forma a conseguir dinheiro para comprar ou reparar material.

8.1.14 - Rádio Lusitânia CB

Em 2006, a *Rádio Lusitânia CB* foi formada pela iniciativa de apenas um dos seus atuais membros. Contudo, em 2018 eram três elementos voluntários, sendo que todos eles passaram por rádios oficiais ou por rádios piratas e se afirmavam apaixonados pela rádio. “Hoje somos um grupo de amigos com a mesma paixão e fazemos o que fazemos porque simplesmente amamos o que fazemos” (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, maio 9, 2018). Sem fins lucrativos, a emissora sobrevive com meios técnicos muito rudimentares.

Os elementos que compõem a *Rádio Lusitânia CB* referem-se a um grupo de rádios, uma vez que existem também a *RLCB Tuga* e a *RLCB Dance*, ambas dinamizadas também pelos três membros que compõem este grupo.

8.1.15 - Rádio Miúdos

A *Rádio Miúdos* apresenta-se como a primeira rádio portuguesa para crianças. Destina-se a crianças, pais e educadores portugueses, lusodescendentes ou falantes de português que vivem em Portugal, no estrangeiro e nos PALOP (Rádio Miúdos, 2019)¹⁶⁶. As primeiras emissões experimentais tiveram início em novembro de 2015, sendo as suas emissões exclusivamente *online*. Esta rádio conta com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian, do IAC - Instituto de Apoio à Criança e da Rede de Bibliotecas Escolares, entre outros parceiros públicos e privados.

A *Rádio Miúdos* é também dinamizadora, desde 2018, do projeto “Rádio Escolas”. Percebendo a dificuldade de continuidade dos projetos escolares de rádio, devido à mobilidade dos professores, esta rádio pretende prestar apoio às comunidades escolares que queiram dinamizar projetos deste género e assim garantir a “formação contínua de crianças, professores e pais, no acompanhamento permanente ao longo dos anos e na criação de uma rede” (Rádio Miúdos, 2019). O projeto incentiva a criação de rádios nas escolas e apoia a sua dinamização.

Esta emissora de rádio está localizada no Bombarral, distrito de Leiria, e possui um estúdio portátil para conseguir fazer emissões exteriores, nomeadamente cobertura de eventos direcionados para o seu público alvo, que são crianças dos 0 aos 12 anos. É

¹⁶⁶ Rádio Miúdos - <https://www.radiomiudos.pt>

uma organização sem fins lucrativos, recorrendo aos apoios de entidades, como as supracitadas, para assegurar o seu funcionamento.

8.1.16 - RadioActive101

O projeto *RadioActive101* teve origem em Inglaterra em 2012. Em 2015, estava presente em países como a Alemanha, Malta, Roménia e Portugal. O *RadioActive101* “é uma rádio *online* com características de rádio comunitária” (Maria José Brites, Entrevista Pessoal, maio 10, 2018), registada na ERC - Entidade Reguladora da Comunicação e sem fins lucrativos. O projeto teve início em 2013, com financiamento europeu pelo Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida e, um ano depois, em dezembro de 2014, foi-lhe atribuído o Prémio Inclusão e Literacia Digital, pelos resultados alcançados em Portugal (RadioActive101, 2019)¹⁶⁷.

Em 2019, o projeto contava com nove grupos de jovens que produziam emissões, ou seja, dentro deste “projeto-mãe” existiam depois nove rádios: *Catapulta*, *Escolhe Vilar*, *Desafios*, *Cerca-te*, *Trampolim*, *Metas*, *Espaço J*, *Esperança* e *Orienta-te*. Em termos de conteúdos dos programas emitidos, a nossa análise será depois individualizada. Nos restantes aspetos analisaremos sempre o *RadioActive101* como um todo. Conheceremos melhor cada um destes nove projetos quando, a seguir, se apresentarem os seus objetivos.

Desde 2016 que o *RA101* é gerido pelos Centros Escolhas. A coordenação, em 2019, estava a cargo das rádios *Catapulta*, *Escolhe Vilar* e *Desafios*, que integram o *Programa Escolhas*¹⁶⁸.

8.1.17 - RRE - Rádio Refúgio do Emigrante

A *RRE - Rádio Refúgio Emigrante* assume-se como uma rádio que “serve a comunidade portuguesa espalhada pelo mundo” (Radioonline, 2019). De cariz exclusivamente *online*, esta rádio é realizada por vários emigrantes portugueses ou por portugueses que passaram pela experiência da emigração e que já estão de regresso a Portugal. Dizia-se existir para levar a música portuguesa até aos nativos que estão

¹⁶⁷ RadioActive101 - <http://pt.radioactive101.eu>

¹⁶⁸ O Programa Escolhas foi criado pela Presidência do Conselho de Ministros e pelo Alto Comissariado para as Migrações, em 2001, com o intuito de promover a inclusão social de crianças e jovens de contextos socioeconómicos desfavorecidos, visando a igualdade de oportunidades e a coesão social (Programa Escolhas, 2019).

espalhados pelo mundo. Os seus fundadores estavam emigrados na Suíça e em Inglaterra e era dinamizada por colaboradores voluntários que estavam igualmente nestes dois países, mas também em França e em Portugal (nas ilhas da Madeira e de Porto Santo).

Esta rádio foi criada a 12 de julho de 2011, por Lino Jesus Dionísio e José da Silva. “A Rádio Refúgio do Emigrante apresentava registos de escuta em quatro continentes: Europa (Rússia), África (Tunísia e Camarões), Ásia (Índia, China e Japão) e América (EUA) (DNnotícias, 2017)¹⁶⁹. Em 2020, José Faria apresentava-se como seu proprietário. Nesta altura, no seu site na internet mostrava ter cinco colaboradores e dez moderadores.

8.1.18 - Rádio Baixa

Em Coimbra, em 2018, surgiu a *Rádio Baixa*, através de um grupo de quatro amigos, considerando-se uma rádio cultural e sem fins lucrativos. A música surge como o seu principal elemento e a emissora pretendia explorar o trabalho de artistas locais, nacionais, *DJs*, programadores e agentes culturais, coletivos ou simplesmente amadores com uma relação comprometida com a música (Rádio Baixa, 2019)¹⁷⁰. Através deste projeto, os seus fundadores pretendiam criar uma comunidade na baixa conimbricense, assegurando laços e partilhas. O seu “estúdio-montra”¹⁷¹ estava na baixa da cidade de Coimbra e a emissão era exclusivamente *online*.

8.1.19 - Rádio Quântica

A *Rádio Quântica* surge ligada a um grupo de artistas e ativistas portugueses das artes, que pretendem fazer ouvir a sua voz (Quântica, 2018). Este projeto foi iniciado pelos artistas Photonz e Violet, em 2015, que já tinham experiência em rádio *online*, local e nacional, aos quais se juntou um grupo de artistas (A Cabine, 2019)¹⁷². A apresentação da rádio no *site* da emissora é feita em inglês e refere que a *Rádio Quântica* consiste no resultado de uma “manifestation of a non-local grassroots movement that

¹⁶⁹ Informação recolhida em <https://www.dnoticias.pt/madeira/a-radio-um-refugio-do-emigrante-com-um-toque-da-madeira-e-porto-santo-EN906305#>

¹⁷⁰ Rádio Baixa - <https://www.radiobaixa.com>

¹⁷¹ A rádio assume esta descrição do espaço, pois o local onde funciona era uma antiga loja comercial na baixa conimbricense.

¹⁷² Informação recolhida em <https://acabine.pt/sentir/lancamento/radio-quantica-celebra-4o-aniversario-com-compilacao/>

has been going on for quite some years now”¹⁷³. Nas suas emissões inclui *DJs*, produtores musicais, colecionadores e “scene agitators and equality activists that are of Portuguese or Lusophone origin”¹⁷⁴ (Quântica, 2018). A *Rádio Quântica* é uma emissora sem fins lucrativos. Posteriormente, veremos que muitos dos seus programas têm também nomenclaturas em inglês e verificamos que muitas emissões são também conduzidas nesta língua estrangeira.

8.1.20 - Rádio Escuta

A *Rádio Escuta* apresentou-se como uma rádio comunitária, com a particularidade de ter sido efémera. A entidade promotora deste projeto foi o Largo Residências e apareceu de uma junção de sinergias entre um consórcio de instituições - Câmara Municipal de Lisboa, Junta de Freguesia de Arroios e a Fundação Aga Khan Portugal - que fazem parte do GABIP (Gabinete de Apoio a Bairros de Intervenção Prioritária). A *Rádio Escuta* nasceu em 2018 construindo conteúdos voltados para o espaço geográfico onde apareceu, o território da Almirante Reis, em Lisboa. Estes conteúdos basearam-se em documentários sonoros, noticiários em várias línguas, reportagens e entrevistas, sempre inspiradas nas comunidades residentes no território (Escuta, 2019).

A Rádio Escuta está ligada, seja no Bangladesh, na Índia, no Paquistão, no largo do Intendente (...) para perceber como se ergue de novo a vida de um migrante quando chega a um lugar novo, como pode mudar a vida de uma mulher depois do trabalho sexual, como é o dia-a-dia de alguém que vive na rua (...) (DN, 2018)¹⁷⁵.

A *Rádio Escuta* foi uma emissora sem fins lucrativos e emitiu somente de 5 a 22 de julho de 2018. As emissões foram realizadas em direto num estúdio instalado no Largo do Intendente, durante a edição do Festival Bairro Intendente em Festa. As suas emissões foram também transmitidas *online* através do *site* criado para o efeito. A coordenação do projeto esteve a cargo do jornalista Ricardo J. Rodrigues.

8.1.21 - Rádio Transforma

¹⁷³ Tradução livre - “manifestação de um movimento popular não local que vem acontecendo há alguns anos”.

¹⁷⁴ Tradução livre - “agitadores e ativistas de origem portuguesa ou lusófona”.

¹⁷⁵ Informação recolhida em <https://www.dn.pt/cultura/boa-tarde-mundo-daqui-intendente-9555223.html>

A *Rádio Transforma* apareceu, no Porto, em maio de 2018, por intermédio da *TF Media* e como uma rádio exclusivamente *online*. A sua programação é “invulgar, apartada da ideia de programação predominante nas rádios atualmente, pensada ao pormenor pelo diretor de programação José Carlos Tinoco” (Transforma, 2018)¹⁷⁶. A *Rádio Transforma* é um projeto sem fins lucrativos e apresenta-se como indócil, de pluralidade incómoda, tendo a discussão, o debate e a vontade de transformar como estandarte. “O antídoto para as ferroadas neoliberais. A estética, a música, a palavra, a poesia, a ideia. Em cada autor, programa, género, identidades que se complementam e se unem nesta casa de todas as musas” (Transforma, 2019).

A *Rádio Transforma* foi uma rádio criada para as minorias, desfocada da grande quantidade de audições ou visualizações. Alguns dos seus programas são filmados e disponibilizados no *youtube* em formato vídeo (José Carlos Tinoco, Entrevista Pessoal, novembro, 2019).

8.2 Gestão e objetivos

Neste âmbito pretendemos verificar como era realizada a gestão destes projetos comunitários de rádio e quais os seus objetivos. Tentaremos perceber de que forma é que esta gestão era concretizada e se tinha em linha de conta o princípio do benefício comum, sendo partilhada pela comunidade.

Pela revisão da literatura efetuada, constatamos que no quadro dos objetivos das RC surge, comumente, a necessidade de dar voz às minorias étnicas, sexuais, etárias, entre outros, promovendo assim a inclusão de grupos marginalizados, a alfabetização e a diversidade cultural e linguística. Neste sentido, surge também o desenvolvimento local e a comunicação para o desenvolvimento como principais objetivos das emissoras de rádio de cariz comunitário. Como outros objetivos mais comuns a estas emissoras encontramos ainda a salvaguarda dos interesses locais e a diversidade linguística e cultural.

No caso português, partimos para a próxima análise com a intenção de perceber se estes objetivos se verificam ou se, pelo contrário, não se verificam e surgem outros propósitos. Esta análise será efetuada caso a caso e depois resumida no Quadro 13 -

¹⁷⁶ Rádio Transforma - <http://www.radiotransforma.pt>

Gestão e objetivos dos projetos comunitários portugueses, que apresentaremos no ponto respetivo à apresentação de resultados.

8.2.1 - Rádio Zero

A *Rádio Zero* está voltada para a rádio arte, baseada em programas de autor. Assume como objetivos a intervenção na sociedade e a promoção de atividades culturais. A *Rádio Zero* considera-se como “um meio de acesso do indivíduo à radiodifusão” (Zero, 2018). Embora tenha surgido em contexto universitário pretende ser “um meio de acesso à realização de rádio à comunidade em geral” (Zero, 2018). Assim, propõe-se a intervir na sociedade e na comunidade em que está inserida.

De acordo com a Comissão de Gestão da *Rádio Zero* (2018), nos estatutos desta emissora encontravam-se espelhados os seguintes objetivos:

- Manter uma emissão de rádio aberta à criatividade e à inovação.
- Promover acções de formação na área da rádio.
- Fomentar o experimentalismo e o desenvolvimento de obras de arte em formato sonoro.
- Intervir na sociedade através de conteúdo de cariz comunitário e da promoção de actividades culturais.
- Contribuir para a formação cívica, cultural e científica, promovendo e apoiando acções a estas respeitantes.
- Promover o desenvolvimento e aplicação de tecnologias no âmbito da radiodifusão.
- Fomentar a participação dos estudantes do IST na vida activa da escola e da Universidade.
- Promover a cooperação com as estruturas da AEIST, associações académicas e meios de comunicação universitários.
- Promover a cooperação com outros meios de comunicação cujos princípios não contrariem os definidos nos presentes Estatutos.
- Apoiar a criação de novas rádios de cariz comunitário.

Qualquer colaborador da *Rádio Zero* pode participar na sua gestão. No início da relação com a rádio, o participante recebe a designação de “membro” e passa a “colaborador” depois da aprovação por parte da administração. Ou seja, existe uma administração, que é considerada o órgão executivo desta emissora, que aplica as decisões que saem da reunião geral de colaboradores. Esta administração é composta por três elementos, que assumem, durante um ano, os cargos de presidente, secretário e tesoureiro. Compete ainda a esta administração a nomeação dos diretores dos departamentos de comunicação e marketing; programação; e técnico e logístico. Na *Rádio Zero*, todos os colaboradores têm assento nesta reunião geral de colaboradores,

que é o órgão legislativo desta emissora, onde são discutidos e votados os assuntos prioritários da rádio (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

8.2.2 - Rádio Manobras

A *Rádio Manobras* pretende “vasculhar” (Manobras, 2018) a cidade do Porto coletivamente, tornando-se num local de encontro entre associações, forças sem voz, criadores sonoros, do teatro ou das letras, pensadores, contadores de histórias, entre outros. Esta rádio, que se assume como comunitária, tomando por base a sua vocação local e a sua ligação ao território, neste caso o Porto, defende como objetivo a obtenção de uma frequência permanente de rádio. Pretende ainda contribuir para um espaço comum aberto, visando a sua diversidade, sendo um meio de expressão livre individual ou coletiva.

Anselmo Canha e Hélder Sousa foram os impulsionadores desta emissora e os principais objetivos deste projeto são o combate ao formato estandardizado de rádio, a criação de um espaço aberto a todos, procurando assuntos que não são habitualmente abordados por outros meios, chegando às pessoas que não têm voz e espaço nos formatos menos alternativos. “Ser inconformado, ir ao fundo das questões, explorar, ouvir. Combater o formato da rádio tal como está presumido. Soltar o espaço da visibilidade, do uso da palavra” (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, junho 16, 2015).

Estes objetivos são para concretizar coletivamente. Embora considerem que todos são bem-vindos, os impulsionadores da *Manobras* reconhecem que existe um risco ao se assumirem como uma rádio que quer ser diferente. “Ao dizermos que queremos ser algo diferente já estamos a filtrar, já estamos a fazer uma seleção do tipo de pessoas e do tipo de programas, mas queríamos fugir ao típico estilo das rádios comerciais” (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, junho 16, 2015).

A *Rádio Manobras* é gerida pelo grupo de voluntários que a compõe,

numa prática quotidiana colectiva, activista e voluntária. Ou seja, providencia acesso da comunidade à radiodifusão, espicaça, convida, acolhe, apoia e difunde as vozes inconformadas e transformadoras, faz-se principalmente do contributo colectivo e voluntário dos que a querem (Manobras, 2018).

Desde 2014 que a Rádio Manobras é uma associação.

8.2.3 - Stress FM

A *Stress FM* surgiu com o objetivo de ser uma rede de ideias entre pessoas. Esta emissora era formalmente uma associação, que foi criada com vista à possibilidade de obtenção de fundos de apoio institucionais (Nuno Torres, Entrevista Pessoal, julho 2018).

8.2.4 - Quase FM

As emissões da *Quase FM* são realizadas a partir dos estúdios de rádio da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica de Lisboa e pretendem abordar a vida académica e a comunidade universitária, através de notícias, reportagens, música e animação, assim como dinamizar o meio universitário. Segundo o então reitor da Universidade Católica, Manuel Braga da Cruz (2011), em entrevista à Rádio Renascença, a principal missão da rádio é que o meio possa ser realizado por estudantes e para estudantes, preenchendo “um vazio que actualmente se constata que é o de um jornalismo para este meio social e cultural próprio que é o universitário” (Rádio Renascença, 2011). O objetivo é o de dar voz às atividades mais relevantes produzidas por esta instituição privada de ensino superior. O público-alvo dos seus conteúdos são os alunos e os professores.

Não foi possível a obtenção de dados que nos permitissem esclarecer o tipo de gestão deste projeto. A *Quase FM* não tem um endereço eletrónico e a informação não se encontra disponível na rede social *Facebook*, que é utilizada pela emissora para comunicar, publicar e colocar disponíveis para audição os trabalhos desenvolvidos. Não obtivemos resposta aos vários contactos que estabelecemos com este projeto.

8.2.5 - Engenharia Rádio

Esta rádio experimental e independente visa dar a conhecer à comunidade da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (cerca de oito mil pessoas) e a toda a Academia do Porto (cerca de 70 mil pessoas) as novidades do mundo das artes e do espetáculo, proporcionando também que a emissora seja um espaço de aprendizagem e de formação na área da rádio. A *Engenharia Rádio* apresenta-se também com o objetivo de possibilitar que estudantes, antigos alunos ou até mesmo funcionários da FEUP, possam experimentar outras formas de comunicar, incluindo a criação de novas formas de o fazer e de novos conteúdos. “Como objetivo principal queremos continuar a fazer

cada vez mais e melhores programas, de forma a criar uma rádio na qual os estudantes universitários se identifiquem e participem activamente nela” (Engenhariaradio, 2018).

Esta emissora surgiu ligada à Associação de Estudantes da Faculdade de Engenharia do Porto, mas em 2008 tornou-se autónoma, aquando da criação do Núcleo AEFEUP Engenharia Rádio. A sua gestão era coordenada por uma direção, que é composta por membros que fazem parte desta rádio. Esta direção apresenta a figura de um coordenador geral, apoiado depois por outros coordenadores, nomeadamente de atividades externas, atividades internas, comunicação, recursos, recursos humanos, produção, redação e ainda tesouraria. Além destes, a rádio era apoiada com a colaboração de 34 voluntários, que realizam os programas de autor.

8.2.6 - Rádio Aurora

O programa *Rádio Aurora - a outra voz* era emitido em cerca de 20 rádios locais portuguesas, com os objetivos de dar voz à doença mental, desmistificar estigmas e preconceitos e fornecer novos dados sobre a saúde mental e as pessoas que dela sofrem (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018). Nuno Faleiro da Silva é o psicólogo responsável pelo programa e refere que a *Rádio Aurora* é “um meio para a mudança”, com o objetivo de “construir a comunidade e, no fundo, libertar a comunidade de medos irracionais em relação aos doentes mentais”. Além do que já foi mencionado, o programa *Rádio Aurora*, transporta para o espaço público a temática da saúde mental e quer ser “uma rádio sem causas, que não se limita ao atavismo chato”, porque desacredita neste tipo de intervenção.

Em 2018, o programa era gravado em duas tardes por semana e um dos objetivos consistia em alargar a rede de rádios locais onde este era transmitido. Contudo, há vários percalços que impedem um alargamento maior. “É difícil abrir caminho em Portugal. Chegaram a pedir-nos um *casting* de vozes, mas não faz sentido algum reduzir a comunicação a uma faixa de vozes mais ou menos calibradas” (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

No que diz respeito à sua gestão, todo o funcionamento da rádio é democrático, embora esta seja uma questão complexa dentro da saúde mental. Todavia, existia vontade que o funcionamento do projeto criasse horizontalidade de gestão e de produção.

Existe uma grande riqueza e pluralidade de pensamentos que é preciso e importante respeitar. As decisões são partilhadas e os temas são eleitos pela maioria. Por exemplo, o próprio nome do programa foi eleito pelo voto da maioria (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

8.2.7 - Rádio Autónoma

No laboratório Ualmedia, da Universidade Autónoma de Lisboa, existe a *Rádio Autónoma*, que visa produzir conteúdos jornalísticos e informativos em ambiente de redação e publicação, aproximando-se do contexto profissional real. Um dos seus objetivos é criar um “espaço real a todos os apaixonados pela rádio” (Ualmedia, 2019).

A gestão diária da rádio é assumida por alunos, técnicos e professores. Em 2019, a edição da rádio estava a cargo de João de Sousa, afirmando-se como uma rádio de “ideias, experimentação, encontros, sonoridades imprevistas. Para quem procura a magia inesperada, boa disposição e rigor” (Ualmedia, 2019).

8.2.8 - ESCSFM

A *ESCSFM* pretende oferecer aos alunos a oportunidade de contactar com o mundo da rádio e aumentar as capacidades técnicas de manuseio de equipamentos de áudio e produção de conteúdos de entretenimento e informação. O seu objetivo é formar os alunos na vertente de rádio, nas várias áreas em que se pode dividir uma rádio profissional, nomeadamente locução, animação, informação, comunicação, recursos humanos, produção, etc.

A produção e gestão desta emissora é feita, na íntegra, pelos alunos da ESCS de Lisboa, sem que exista qualquer coordenação por parte de professores da instituição.

O projeto está dividido em quatro departamentos: programas, o departamento responsável pela construção da grelha programática da emissora; produção, que é a área responsável pela parte técnica de exteriores, mas também do estúdio de emissão; comunicação, que consiste no grupo que gere os recursos humanos, as redes sociais e os eventos realizados pela rádio; e a informação, que garante a cadência dos noticiários. Cada departamento tem um diretor, que responde perante um diretor-geral. Depois, dentro de cada um dos departamentos, existe ainda uma segunda linha de gestão, a de coordenação. “Cada programa, por exemplo, tem um coordenador. É nessa simbiose que se vai gerindo a nossa rádio e se vai montando a grelha de programas e todas as restantes necessidades” (André Maia, Entrevista Pessoal, julho 6, 2018).

8.2.9 - Rádio Radical

A *Rádio Radical* foi idealizada por um grupo de três pessoas com o objetivo de criar uma plataforma onde este grupo pudesse ganhar experiência na rádio, fazendo aquilo que mais gosta e sobretudo proporcionando aos ouvintes e aos próprios alguns momentos de diversão.

Em 2018 mantinha-se como um projeto sem qualquer dimensão institucional, mas os seus fundadores mostravam intenções de formalizá-la e transformá-la numa “emissora oficial” (Hélder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018).

Hélder Tavares, diretor da rádio, referia que se tratava “apenas uma rádio sem fins lucrativos, onde toda a equipa trabalha para que o projeto cresça ainda mais e tenha proporções maiores” (Hélder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018).

A gestão era efetuada diariamente por todos quantos participavam nesta emissora. Existiam *chats* e grupos nas redes sociais, onde eram trocadas ideias acerca da gestão diária da rádio e dos seus conteúdos, sobretudo ao nível da gestão da programação semanal. “É uma equipa muito viva, dinâmica e empenhada” (Hélder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). Em 2018, a Rádio Radical tinha, além do fundador e do cofundador, uma pessoa responsável pelo marketing, outra dedicada ao *web design*, e 14 locutores voluntários.

8.2.10 - RUBI

A *RUBI* é uma rádio *online* de objetivo único. Em 2018, Ricardo Morais, docente da UBI, era o coordenador do projeto e dizia que o objetivo principal até ao momento era o de funcionar enquanto laboratório da disciplina de jornalismo radiofónico. Sendo assim, a sua gestão era assegurada pelos alunos, que dinamizavam as emissões, com os trabalhos realizados nesta unidade curricular, ao nível de produção informativa semanal e de programas de autor. O seu funcionamento contava também com a supervisão do coordenador (Ricardo Morais) e de um diretor (João Canavilhas).

Em 2018, a *RUBI* funcionava essencialmente como laboratório e repositório dos trabalhos realizados pelos alunos, mas pretendia “ser algo mais e estabelecer uma ligação com a comunidade, para que possam existir, numa futura grelha, programas diversos feitos, não só pelos alunos, mas também pela comunidade” (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho 24, 2018).

8.2.11 - NRC

A *NRC* surgiu com o intuito de evangelizar através da rádio. Esta pretende ser uma alternativa para a divulgação e criação de conteúdos católicos, de inspiração cristã, pretendendo contribuir para a produção e desenvolvimento destes mesmos conteúdos. Apresenta ainda como objetivos, efetuar uma cobertura de eventos católicos em Portugal e divulgar informações nacionais e internacionais acerca da igreja católica.

A gestão desta emissora está centralizada na pessoa que lhe deu origem, Emanuel Magalhães, coordenador do projeto. Contudo, tratava-se de uma rádio receptiva a novos programas que pudessem ser propostos. Exemplo disso é o programa *Shalom-Momentos de Paz*, com rubricas de reflexão do autor Carlos Cabrita de Sines (Emanuel Magalhães, Entrevista Pessoal, julho 7, 2018).

8.2.12 - CCFM

A *CCFM* existe para ser um laboratório do curso de ciências da comunicação da Universidade do Porto e, sendo assim, o seu principal objetivo passa “pelo desenvolvimento e exploração da vertente de rádio pelos próprios alunos” (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). Existe a figura de uma professora responsável pelo projeto, Ana Isabel Reis, e depois duas alunas coordenadoras e um aluno responsável em cada programa de autor. “Cada programa tem os seus responsáveis, que comunicam com as coordenadoras para estabelecer coisas como o tema/conteúdo geral do programa e o horário das emissões” (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). Trata-se de um passo inicial que a rádio adota. Depois de estabelecido nome e horário do programa existe total liberdade “para determinar qual o tema da emissão, quais as músicas e também qual a comunicação a utilizar, por exemplo através de publicações em páginas de *Facebook* ou *Instagram*” (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). Assume-se uma gestão partilhada do projeto de rádio entre os alunos.

8.2.13 - Cascais Net Rádio

A *Cascais Net Rádio*, que surge voltada sobretudo para o aspeto musical, tem como principal objetivo levar música a toda a linha de Cascais, mas que fuja “à moda das *playlists*” (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018). Em 2018, Carlos Didier considerava essencial colocar a rádio na rua, próximo da comunidade, sempre na zona de Cascais, Estoril e Sintra, fazendo a cobertura de pequenos festejos e arraiais

locais, dando voz aos artistas que os compõem, realizando ainda o som exterior (na gíria de rádio, o vulgo “som de rua”), conseguindo assim algum retorno financeiro, que sustente a compra de novo material para as emissões. Com a finalidade de angariar fundos que permitam a sustentabilidade da emissora, a *Cascais Net Rádio* pretende obter apoio financeiro institucional, nomeadamente das autarquias locais, ou seja, juntas de freguesia e câmaras municipais (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018).

A gestão deste projeto é individual e está a cargo do mentor e coordenador do mesmo, que é quem valida, ou não, a inclusão de programas na grelha programática.

8.2.14 - Rádio Lusitânia CB

Esta emissora surgiu pelo sentimento partilhado de amor à rádio e com a finalidade de se transformar numa rádio generalista, com espaço para várias temáticas: musical, cultural, desportiva e informativa. A necessidade de especificar gostos, tendências e preferências levou a que, deste projeto, criado por um grupo de quatro cidadãos, tenham surgido outros três paralelos: a *RLCB Dance*, que se foca na música *dance* e com estilos variados da música eletrónica e de todas as suas vertentes; a *CC Rádio Portugal*, com um estilo *zen*, programas meditativos, poesia, entre outros; e a *RLCB Tuga*, com música cantada exclusivamente em português (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho 14, 2018).

A *Rádio Lusitânia CB* é gerida por quatro pessoas, aproveitando as “competências, qualidades distintas, mas complementares, habilidades e experiências diferentes, potencial de cada um dos elementos” (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho 14, 2018). Em grupo, os vários membros discutem, avaliam, tomam decisões, reformulam e adaptam-se a novas situações.

8.2.15 - Rádio Miúdos

A *Rádio Miúdos*, vocacionada para as crianças, tem por objetivo criar conteúdos, musicais e informativos, adaptados ao seu público-alvo, abrindo espaço à voz dos mais novos. Centrada também nos emigrantes portugueses, esta emissora pretende “combater o desamparo da língua com que muitos emigrantes se deparam quando passam a residir no estrangeiro” (Rádio Miúdos, 2019). Assim, assume-se como um ponto de encontro para as crianças portuguesas espalhadas pelo mundo, um local de prática da língua portuguesa e uma forma de contacto e de ligação à cultura e ao país.

Verónica Milagres e João Pedro Costa foram os fundadores deste projeto sem fins lucrativos, que quer proporcionar às crianças a “oportunidade de poderem crescer na cidadania” (JN, 2017)¹⁷⁷.

A ideia inicial passou pela criação de uma rádio com o mesmo cariz, mas em ondas hertzianas, em FM. Contudo, a ideia foi substituída por uma rádio *online*, pois

uma rádio com emissão terrestre era impensável, pelos custos e burocracia (...) Com a evolução das redes sociais, comecei a pensar numa rádio *online*. Abriu-se logo um leque enorme de possibilidades, não só por ser menos dispendioso, mas porque podíamos chegar ao mundo inteiro (Público, 2016)¹⁷⁸.

Em 2019, a *Rádio Miúdos* compreendia 38 colaboradores. A gestão era partilhada entre a diretora e o coordenador de produção. Os locutores da rádio são, na maioria, crianças e jovens (Rádio Miúdos, 2019).

8.2.16 - RadioActive101

O projeto *Radioactive101 (RA101)* surgiu com o objetivo de criar uma plataforma na internet, com metodologias pedagógicas e inovadoras. Neste caso foi criada uma rádio para desenvolver e abordar temáticas de inclusão e cidadania ativa, junto das comunidades juvenis, “de uma forma original e estimulante” (RadioActive101, 2018). A principal intenção foi a de transformar o projeto numa “ferramenta educativa junto das comunidades em risco de exclusão, ou já em exclusão, do sistema de ensino e de empregabilidade” (Maria José Brites, Entrevista à RTP, fevereiro 14, 2015).

O *RA101* foi criado para ser um espaço que utiliza a rádio para empoderar aqueles que não têm voz (Brites et al., 2014). Esta utilização da rádio visa também contribuir para a alfabetização das comunidades e colmatar os constrangimentos técnicos.

Ao longo do processo de implementação, o projeto adaptou-se às necessidades, condições, desejos e dificuldades de cada comunidade, capacitando os jovens a produzir os seus próprios programas de rádio *online*, em direto ou gravados. Outro dos seus fundamentos é a utilização estratégica da tecnologia numa aprendizagem que deve

¹⁷⁷ Informação recolhida em <https://tag.jn.pt/radio-miudos-tres-anos-inaugura-novos-estudios/>

¹⁷⁸ Informação recolhida em <https://www.publico.pt/2012/05/27/sociedade/noticia/reportagem-radio-aurora-a-outra-voz-contra-a-discriminacao-na-doenca-mental-1547820>

ocorrer informalmente, desenvolvendo as características pessoais de cada um e as suas competências-chave para uma aprendizagem ao longo da vida.

Em relação à forma como os programas de rádio são geridos, existe um processo colaborativo na escolha de conteúdos e temáticas, mas também na frequência e duração da transmissão dos programas. Este processo colaborativo ocorre entre a equipa editorial central, composta pelos radioativistas seniores e ligados à organização âncora; as equipas editoriais no terreno em cada uma das comunidades envolvidas; e os restantes radialistas no terreno que participam no *RadioActive101* (Brites, et al., 2014).

No fundo, o *RA101* é composto por várias iniciativas de rádio, espalhadas por todo o país e com maior concentração nos principais centros urbanos. Cada projeto nele inserido produz os seus conteúdos áudio, no seio das suas comunidades, aproveitando a mesma plataforma para os colocarem disponíveis para escuta, com objetivos bastante semelhantes entre eles.

Em 2019, faziam parte do *RA101* nove projetos: *Catapulta*, *Cercar-te*, *Desafios*, *Escolhe Vilar*, *Espaço J*, *Esperança*, *Orienta-te*, *Trampolim* e *Metas*. Já desativados encontravam-se *EntrEscolhas Geração D'Ouro* e *Multividências* (RadioActive101, 2019). Do grupo de projetos ativos destacam-se três por fazerem parte da equipa de coordenação do *RA101* em 2019, particularmente *Catapulta*, *Desafios*, e *Escolhe Vilar*. De seguida, fazemos um pequeno resumo de cada um destes nove projetos comunitários, que desenvolvem conteúdos de rádio:

- *Catapulta* - Integra o *RA101* desde 2016 e é promovido pelo *Programa Escolhas*, o Movimento SOS Racismo e o Centro Regional de Formação de Animadores (CREFA). O *Catapulta* consiste num projeto de intervenção comunitária, que funciona no centro histórico do Porto. O seu principal objetivo é a promoção da inclusão social e escolar de crianças e jovens, apoiando-os ao longo do seu percurso escolar e na construção da sua cidadania, desenvolvendo as suas capacidades pessoais e sociais (Projeto *Catapulta*, 2019)¹⁷⁹.

- *Escolhe Vilar* - Aderiu ao *RA101* em 2015. Este projeto é dinamizado pelo *Programa Escolhas* e está situado em Vila d'Este, em Vila Nova de Gaia.

¹⁷⁹ Informação recolhida em https://www.facebook.com/pg/projetocatapulta/about/?ref=page_internal

Em 2019, a entidade promotora era a Junta de Freguesia de Vilar de Andorinho. O seu principal objetivo consistia no acompanhamento e orientação dos jovens do bairro (Escolhe Vilar - E7G, 2019).

- *Desafios* - Passou a integrar o *RA101* em 2015. Este projeto é uma iniciativa da *Casa Seis*, a Associação para o Desenvolvimento Integrado de Sintra. O *Desafios* pretende fomentar a inclusão social de crianças e jovens e a sua ação incide sobretudo na freguesia de Aqualva e Mira Sintra, junto das comunidades de migrantes e das comunidades ciganas. Existe para promover a igualdade, a não discriminação e reforçar a coesão social (Desafios, 2019).

- *Cercar-te* - Este projeto foca-se no bairro do Cerco, na cidade do Porto, visando uma faixa etária entre os seis e os treze anos. É promovido pelo *Espaço T* - uma associação para o apoio à integração social e comunitária, que existe desde 2013 e aderiu ao *RA101* em 2017. Entre os seus objetivos encontram-se o combate à exclusão social, o reforço da igualdade de oportunidades e o “desenvolvimento de competências pessoais, sociais, cognitivas, profissionais e morais de todos os jovens que nele estão integrados” (JUP, 2017)¹⁸⁰.

- *Trampolim* - Funciona ao abrigo de um projeto com o mesmo nome, que opera em consórcio entre vários parceiros, nomeadamente a Câmara Municipal de Coimbra, a CASPAE, a Comissão de Proteção de Crianças e Jovens local, entre outros (Trampolim, 2019)¹⁸¹. O projeto existe para dar “ferramentas de inclusão e competências que possam potenciar a empregabilidade de jovens” (Semanário Sol, 2013)¹⁸², no bairro da Rosa, em Coimbra.

- *Metas* - Surge no âmbito do *Programa Escolhas*, no Porto. O *Metas* está no *RA101* desde 2015 e é dinamizado pela Agência de Desenvolvimento Integrado de Lordelo do Ouro (ADILO). O seu principal objetivo é o de

¹⁸⁰ JUP – Jornal Universitário do Porto - <https://www.juonline.pt/sociedade/artigo/22701/cercar-te-um-programa-jovem-jovens.aspx>

¹⁸¹ <https://www.facebook.com/projetotrampolim/>

¹⁸² Informação recolhida em <https://sol.sapo.pt/artigo/90657/projecto-europeu-utiliza-a-radio-para-formar-e-dar-voz-a-jovens-de-coimbra->

potenciar a inclusão social de crianças e jovens, mas também o sucesso escolar e a estruturação de projetos de vida (Adilo, 2019)¹⁸³.

- *Espaço J* - Funciona na Lousã e é dinamizado pela a Associação de Cooperação da Lousã (ACTIVAR). Esta instituição desenvolve, junto da comunidade, projetos de carácter social e cultural. As ações do *Espaço J* direcionam-se a jovens entre os 10 e os 30 anos e promovem o desenvolvimento autónomo de iniciativas, pessoais ou coletivas, com vista à dinamização cultural e social (Activar, 2019)¹⁸⁴.

- *Esperança* - Este projeto funciona em Sacavém e a sua entidade promotora é a Start.Social, que tem como missão “mais e melhor no desenvolvimento sustentável (...) apoiando todos os que se encontram em situação de vulnerabilidade social” (Start.Social, 2019)¹⁸⁵. Esta entidade é uma cooperativa multissetorial no ramo da solidariedade social.

- *Orienta-te* - É um projeto de apoio à família e à comunidade, em Rio de Mouro, Sintra. O seu objetivo é o melhoramento da inclusão social e profissional, aumentando o “poder de escolha e de ação dos jovens”, entre os 14 e os 29 anos (TESE, 2019)¹⁸⁶. O *Orienta-te* nasceu da parceria entre a TESE, uma associação para o desenvolvimento social e a Câmara Municipal de Cascais.

8.2.17 - RRE

A *RRE* existia para divulgar a música, as tradições e os artistas portugueses. Criada por um grupo de emigrantes, esta emissora pretendia criar uma rede entre os portugueses no estrangeiro. “Para um emigrante, ouvir rádio em português, por vezes, é a única forma de matar as saudades quando se está longe de casa” (DNnoticias.pt, 2017).

A gestão da *RRE* era partilhada entre os seus fundadores, Lino Dionísio e José Paulo, o primeiro emigrado na Suíça e o segundo em Inglaterra. Contava ainda com a

¹⁸³ <http://www.adilo.pt>

¹⁸⁴ <http://www.activar.org>

¹⁸⁵ <https://startsocial.org.pt>

¹⁸⁶ <http://www.tese.org.pt>

colaboração de mais 15 pessoas, localizadas na Suíça, França e no arquipélago da Madeira (RRE, 2019)¹⁸⁷, como referimos anteriormente na sua apresentação. No seu site na internet os seus objetivos e a sua forma de gestão eram pouco esclarecedores. Foram feitas várias tentativas de contacto, através dos meios que a emissora disponibilizava na sua página e nas redes sociais, mas sem qualquer resultado positivo.

8.2.18 - Rádio Baixa

A *Rádio Baixa* surgiu na zona da baixa da cidade de Coimbra com o objetivo de criar uma comunidade à volta da música. Daniel Lopes (2018), um dos seus impulsionadores, refere que "todas as contribuições, desde monetárias, materiais e de outros recursos (como tempo e suor) são feitas pela comunidade que a engloba" (Daniel Lopes, Entrevista Pessoal, julho 5, 2018). O projeto foi fundado por quatro pessoas e todas elas contribuía para as tarefas diárias, tais como a seleção de convidados (habitualmente *DJs* ou artistas), as responsabilidades com a manutenção do estúdio, a edição e publicação do áudio, que assume também a responsabilidade de gerir as redes sociais. Os quatro elementos fundadores partilhavam ainda a responsabilidade administrativa, como pagar contas, renda do espaço, internet, etc. Estas funções eram assumidas pelos vários elementos, em regime de rotatividade. A *Rádio Baixa* pretendia integrar novos elementos, para apoiar nestas tarefas mencionadas anteriormente.

8.2.19 - Rádio Quântica

O principal objetivo da *Rádio Quântica* é o de dar voz aos artistas nacionais e ativistas nesta área cultural. "Pretende ser um refúgio seguro e comunitário para artistas portugueses e ativistas clandestinos fazerem ouvir a sua voz" (Quântica, 2018)¹⁸⁸. Pretende, pois, ser um espaço de reunião de pessoas relevantes da cultura portuguesa nas últimas décadas.

Em relação à gestão deste projeto não existem dados disponíveis na sua página na internet, nem nas suas redes sociais, que nos permitam verificar a situação. Apesar dos contactos efetuados para obter esta informação, não houve qualquer resposta por parte da *Rádio Quântica*.

¹⁸⁷ <https://radioonline.com.pt/radiorefugiadoemigrante/>

¹⁸⁸ Rádio Quântica - <https://www.radioquantica.com>

8.2.20 - Rádio Escuta

A *Rádio Escuta* quis ser um espaço de relação e de construção coletiva, um “dispositivo de devolução ao público” (Rádio Escuta, 2018)¹⁸⁹. Tal como o GABIP, através do qual este projeto foi desenvolvido, a *Rádio Escuta* pretendia documentar, monitorizar e avaliar as ações desenvolvidas nos eixos do envelhecimento, empregabilidade e interculturalidade. Integrava ainda o programa Vidas Plurais, gerido pela Fundação Aga Khan Portugal e cofinanciado pelo Fundo Asilo Migração e Integração (FAMI) (Rádio Escuta, 2018).

A *Rádio Escuta* foi efêmera, tendo sido criada em julho de 2018 para durar apenas um mês, com o objetivo de soar o território da Almirante Reis, em Lisboa. Chamou-se *Escuta* porque, como o nome indica, pretendeu escutar o que estava a ser feito pela comunidade que habita nesta zona da capital portuguesa. Uma comunidade composta, maioritariamente, por imigrantes do Bangladesh, Índia e Paquistão.

A gestão desta rádio efêmera foi coordenada pelo jornalista Ricardo J. Rodrigues, que trabalhava no Diários de Notícias, e contou com a colaboração de alunos do 1º ano de comunicação, da Universidade Lusófona. Foi gerida em parceria com a antropóloga Helène Veiga Gomes, mentora do projeto (DN, 2018)¹⁹⁰.

8.2.21 - Rádio Transforma

A *Rádio Transforma* apresenta-se com o intuito de ser uma rádio plural. “A nossa pluralidade é incómoda; mantemos como estandarte a discussão permanente sobre o gosto, o debate e a vontade de transformar o que aí está noutra coisa” (Rádio Transforma, 2018). Outro dos seus objetivos consiste em opor-se à instrumentalização política, promovendo o debate e a vontade de transformar. Pretende ainda ser um espaço aberto à estética, à palavra, à poesia, à ideia e à música. A *Rádio Transforma* aspira a que a sua programação seja composta por programas de autor, de várias identidades, através da construção de parcerias. Esta rádio pretende ainda diferenciar-se pela qualidade da sua seleção musical e temática (José Carlos Tinoco, Entrevista Pessoal, novembro 2019).

O projeto é recente e a gestão, em 2019, estava ainda centralizada em José Carlos Tinoco, o seu membro fundador. Todavia, os vários programas que apresentava em

¹⁸⁹ <https://www.escuta.pt>

¹⁹⁰ Informação recolhida em <https://www.dn.pt/cultura/boa-tarde-mundo-daqui-intendente-9555223.html>

grelha tinham assinatura, mostrando que o projeto estava recetivo ao contributo de terceiros.

8.3 Alcance da emissão

Nos contextos analisados em que as RC possuem enquadramento legal é atribuída a estas emissoras uma frequência em ondas hertzianas, nomeadamente em FM. Contudo, a realidade nacional indica-nos que, maioritariamente, estas emissoras de rádio, com potencial comunitário, desenvolvem o seu trabalho exclusivamente *online*, através de emissão em *streaming* ou com a disponibilização dos programas em *podcast*. Todavia, existe a exceção da *Rádio Manobras*, no Porto, que merece aprofundamento.

A *Rádio Manobras* já conseguiu obter licenças para uma frequência modulada (91.5fm). Estas licenças foram sempre concedidas por períodos curtos, de um a seis meses, período este que pode ser estendido até um ano, por forma a realizar a cobertura de acontecimentos esporádicos, como por exemplo as festas populares do São João ou o próprio Projeto Manobras, que deu origem a esta emissora de rádio.

Para conseguir a frequência em FM, Anselmo Canha e Hélder Sousa (Entrevista Pessoal, junho 16, 2015) afirmam que formam parcerias com outras associações, que solicitam esta licença em seu nome, para um fim sociocultural. Estas associações, depois de obtida a licença e a possibilidade de emitir provisoriamente em FM, concedem informalmente a utilização à *Rádio Manobras* para que esta possa emitir a sua grelha de programas, que também disponibiliza para escuta em *online*.

Na região do Porto, a única frequência disponível é a 91.5fm, motivando a que haja pirataria por parte de outros movimentos (Anselmo Ganha, Entrevista Pessoal, junho 16, 2015). Os dinamizadores da *Rádio Manobras* referem que a emissora já foi contactada por entidades oficiais no sentido de perceber se estavam a emitir sem licença (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, junho 16, 2015).

Em suma, os projetos portugueses de emissoras de rádio com potencial comunitário existem no espaço digital, fora das ondas hertzianas, variando a forma como marcam a sua presença *online*. Em algumas rádios existe emissão *online* 24h por dia e sete dias por semana. Assim sendo, em termos de alcance da emissão em ondas hertzianas ou de potência dos respetivos emissores, esta análise é, manifestamente, impossível de se concretizar. Quanto ao alcance da emissão *online*, embora tenhamos informações esporádicas da sua abrangência por parte de alguns destes projetos, este

aspecto seria merecedor de atenção dedicada, ficando assim para uma análise futura mais detalhada, uma vez que não se trata de um assunto primordial no estudo que nos comprometemos a realizar a estas emissoras comunitárias.

8.4 Conteúdos

Neste subcapítulo pretendemos explorar os conteúdos presentes nos *sites*, *blogues*, *redes sociais* ou outras plataformas digitais dos projetos em análise. Intentamos perceber como apresentam os seus trabalhos de áudio. O que pretendemos analisar é se a sua emissão está organizada numa grelha de programas, se existe uma emissão contínua e se são apenas disponibilizados os trabalhos em formato de conteúdo para audição. Posteriormente, acerca destes formatos, o objetivo é descrever a quantidade de projetos comunitários que alojam os seus conteúdos em *podcast*¹⁹¹, permitindo a descarga do ficheiro áudio diretamente para outro dispositivo (computador, telemóvel, etc.), não havendo tempo mínimo ou máximo de duração (Geoghegan & Klass, 2007), ou em *streaming*, que permite a audição do mesmo, mas em fluxo contínuo, sem que sejam armazenados num dispositivo.

Em terceiro lugar iremos ainda perceber em que locais colocam estes conteúdos, podendo este alojamento acontecer em *site* próprio ou com recurso a outras plataformas (ex: *Mixcloud*, *Soundcloud*...). Ainda analisaremos o modo de produção dos programas: gravados, em direto ou *Strip* (Beaman, 2006) uma mistura de direto com registos gravados, com voz e música.

Este estudo aos conteúdos será efetuado com base numa grelha de análise, criada a partir das tipologias de programas de rádio identificadas por Beaman (2006), Bonini et al. (2014), Fleming (2009) e das tipologias de programas de rádios *online*

¹⁹¹ O *podcast* é uma das tecnologias mais disruptivas da história recente. Com efeito, “anybody can get involved, express themselves, exchange ideas, or pitch their products. Whatever interests people have, there is a place for them in podcasting” (Geoghegan & Klass, 2007, p. 1). O *podcast* quebra com as regras estabelecidas, uma vez que não impõe limite de tempo ao conteúdo e quebra com necessidade de gravação do produto num estúdio ou a necessidade de obtenção de uma licença para a sua publicação. Em termos de material, para produzir um *podcast*, Michael Geoghegan e Dan Klass (2007) indicam ser apenas preciso um microfone, um computador e, no caso de *podcast* vídeo, uma câmara de filmar. Posteriormente, para comunicá-lo, uma plataforma onde alojar o ficheiro.

Michael Geoghegan é visto como um dos pioneiros do *podcasting*. O seu primeiro *podcast* chamava-se *Reel Reviews films Worth watching* e foi o primeiro *podcast* na internet com revisão, comentário e discussão de filmes. Michael Geoghegan foi também o criador de *Grape Radio*, um *podcast* que venceu o *Podcast of the year 2006*.

apresentados em Radioking.com (2019),¹⁹² Community Radiotoolkit.net (2019)¹⁹³ e Spacial.com (2019)¹⁹⁴, que apresentamos no Quadro 11. O propósito consiste em saber qual a tipologia dos conteúdos apresentados nestes 21 projetos portugueses, dentro das categorias criadas com base nas plataformas que indicámos anteriormente, nomeadamente, musical de autor, musical de *playlist*, notícias e informação, entretenimento e *talk show*, teatro radiofónico, entrevista, *phone in-call-in*, desportivos, magazines culturais, paisagem sonora e religioso. A explicação de cada uma destas categorias está disponível no quadro seguinte.

Tipologias de programas de rádio

Musical de autor	Programa de música, que se baseia na escolha de uma pessoa, e que tem a intervenção ativa de animador, locutor, ou outro qualquer radialista, através da apresentação do programa e das respetivas músicas.
Musical de playlist	Exclusivo de música, que se baseia na escolha de uma pessoa, mas sem a intervenção ativa de qualquer radialista. Exclusivo de música, sem voz.
Notícias e Informação	Em formato noticiário ou de dedicação a temática da atualidade, com caráter informativo, que pode assumir vários formatos, entre eles o debate de ideias ou registo conversacional.
Entretenimento e <i>Talk Show</i>	Com recurso ao humor, à sátira ou à crítica social, com a possibilidade de ser também em formato concurso. Pode recorrer à entrevista ou à participação do público para dinamização do formato.
Teatro Radiofónico	Teatralização de histórias, com recurso a diálogos e efeitos sonoros.
Entrevista	Programas focados numa ou mais individualidades, com formato pergunta-resposta.
<i>Phone Talk / Call-in</i>	Programas abertos à participação do público e à partilha de opiniões, que debatem uma temática específica.
Desportivos	Em formato noticiário, entrevista ou magazine desportivo.
Magazines Culturais	Dedicados à cultura nas suas diferentes áreas e em formatos variados.
Paisagem Sonora	Que privilegiam o som e não a palavra, sem voz de radialista, com recurso exclusivo à sonoplastia.
Religioso	Programas de responsabilidade editorial de qualquer confissão religiosa. De temática exclusivamente religiosa, independentemente do formato que assume.

¹⁹² <https://www.radioking.com/blog/popular-types-of-radio-programs/>

¹⁹³ <http://www.communityradiotoolkit.net/on-air/programming/>

¹⁹⁴ <https://spacial.com/different-types-online-radio-programs/>

Quadro 11 - As tipologias de programas de rádio. Fonte: elaboração própria, com base em Beaman (2006), Bonini et al. (2014), Fleming (2009), Radioking (2019), Radiotoolkit (2019) e Spacio (2019).

Esta fase de análise, realizada com base na observação aos *sites*, redes sociais e outras plataformas digitais foi reforçada com a realização de entrevistas, em situações em que não existam informações suficientes nestes suportes. Esta observação será registada com recurso às grelhas que apresentamos de seguida nas Figuras 13 e 14. Em cada uma das emissoras foram identificados os programas que estavam ativos, ou seja, em emissão durante a nossa análise aos conteúdos destas rádios, que decorreu entre janeiro e dezembro de 2019.

Posteriormente, foi escutada uma emissão de cada programa destas rádios, num total de 367 programas. No caso em que a respetiva emissão gerou dúvidas na categorização, foram ouvidas mais emissões, com vista a diminuir a margem de erro nesta tipificação. Na generalidade, a tipologia de programa foi facilmente identificada logo numa primeira audição.

Grelha de análise de conteúdo – Emissão, formato e plataformas de divulgação dos projetos de rádios *online* com potencial comunitário

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?

Figura 13. Fonte: elaboração própria.

Nota: relativamente à “Grelha de Programas”, pretendemos identificar a existência, ou não, de uma grelha de conteúdos definida. Na “Emissão contínua”, quer-se verificar quando é possível ouvir a emissão em transmissão contínua sem a descarga de dados, em direto, ou seja, quando existe emissão *online* passível de escuta pelos ouvintes. Quando a emissão é disponibilizada em arquivo, ou seja, quando são disponibilizados os programas para audição, ouvindo-se em diferido, as emissões serão sinalizadas em “Conteúdos”.

Em relação ao formato da emissão, pretende-se perceber se, nas rádios que disponibilizam os conteúdos para escuta posterior, esta audição é possível em *streaming* (sem descarga de ficheiros) ou em *podcast* (com possibilidade de armazenar ficheiro em dispositivo próprio). Quer-se ainda perceber a existência de Feed RSS (*Really Simple Syndication*) - ferramenta que reúne e organiza as informações e permite que os utilizadores acompanhem as suas atualizações. Por fim, sobre as plataformas em que se divulgam, aspirar-se verificar em que locais as emissoras se divulgam e comunicam os seus programas e, em que outras plataformas, disponibilizam estes conteúdos para escuta.

Grelha de análise de conteúdo – Tipologias de programas e modos de produção dos projetos de rádios *online* com potencial comunitário

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto

Figura 14. Fonte: elaboração própria.

Nota: aqui serão classificados todos os programas ouvidos em cada uma das emissoras, consoante a grelha de tipologias apresentada no Quadro 11, aferindo, ainda, se os mesmos são feitos em direto, gravados ou em *strip* – este último modo de produção designa os programas que utilizam os dois formatos de produção, gravado e direto.

8.4.1 - Rádio Zero

A *Rádio Zero* apresentava uma grelha de programas diária, de segunda-feira a domingo. Nessa grelha, os programas com novas emissões apareciam destacados a vermelho e os programas de repetição apareciam a azul. No total existiam 22 programas em grelha, que apenas podiam ser ouvidos na emissão *online* em direto.

Embora este projeto comunicasse as suas ações nas redes sociais, nomeadamente *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, não disponibilizava nestas plataformas a audição dos programas ou um *link* para outras plataformas em que os mesmos pudessem ser escutados. A própria análise aos conteúdos dos programas foi realizada com recurso à sua audição em tempo real, no dia e hora em que estes eram emitidos.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x						x	x
							Facebook Instagram Twitter	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Radia	Magazine Cultural	x		
<i>The Shortwave Report</i>	Notícias e Informação	x		
Não há dois sem três	Entrevista		x	

Aquecimento verbal	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Podd Bullet</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Uma pedra no sapato	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Puntz!	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Terra Pura	Musical de Autor	x		
PIB	Entrevista	x		
Divulgarte	Magazine Cultural			x
Vidas Alternativas	Notícias e Informação	x		
Eu som, tu ouves	Musical de Autor	x		
<i>White Noise</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Mundofonias	Musical de Autor	x		
Arquitetura do ruído	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Zero preconceitos	Notícias e Informação	x		
Ubuntu Portugal	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Radiocaos	Musical de Autor	x		
<i>Planetary Radio</i>	Notícias e Informação	x		
Sem barbas na língua	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Ó vai ó racha	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Sons psicadélicos para toda a família	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Prédio Coutinho	Musical de Autor		x	

8.4.2 - Rádio Manobras

A *Rádio Manobras* tinha uma grelha de programas diária, havendo programação em todos os dias da semana. Em 2019, a grelha programática contava com 12 programas ativos, sendo que os que entravam em repetição assumiam a designação (R). Os programas tinham dia e hora fixos para serem emitidos e a *Rádio Manobras* evidenciava que, entre os intervalos dos programas, podiam existir “surpresas auditivas de toda a ordem” (*Rádio Manobras*, 2019).

Este projeto disponibilizava três formas de audição: *agora*, *grelha*, ou *arquivo áudio*. Entre as possibilidades de escuta dos seus programas encontrávamos quer a emissão contínua, quer a audição em *streaming*, através dos programas que estavam alojados na plataforma *Mixcloud*.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x		x			x	x
							Mixcloud	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Arquivo Sonoro/Pernes	Paisagem Sonora	x		
<i>Enough Radio Show</i>	Musical <i>Playlist</i>	x		
Anita no trabalho	Entrevista	x		
Além das nuvens	Musical <i>Playlist</i>	x		
Rádio Aurora	Entrevista	x		
Sonoridades	Paisagem Sonora	x		
Vinhetas	Magazines Culturais	x		
<i>Framework radio</i>	Paisagem Sonora	x		
O som é a enxada	Notícias e Informação			x
Duplo olhar	Entrevista	x		
Tédio <i>talks</i>	Paisagem Sonora	x		
Ilícitas	Magazines Culturais	x		
Podcosta	Magazines Culturais	x		
História da Rádio em Portugal	Magazines Culturais	x		
É tudo uma questão de frequência	Musical de Autor	x		

8.4.3 - Stress FM

Em 2018, a *Stress FM* estava a passar uma fase de reestruturação, que se prolongou, pelo menos, até ao final do segundo semestre de 2019 (Nuno Torres, Entrevista Pessoal, maio 17, 2018). O projeto não disponibilizava a grelha de programas e o seu site apenas permitia ouvir a emissão *online*, que era feita por recurso a *playlist* contínua, sem ter sido detetada a existência de qualquer programa de rádio. As emissões eram exclusivamente musicais. O *site* estava completamente vazio de conteúdos e a rede social *Facebook*, na qual existe a referência a duas páginas deste projeto, estava desatualizada. A última atualização da página *stressfm* ocorreu a 12 de agosto de 2015 e a última atualização da página *stressfm2* aconteceu a 24 de novembro de 2015. No

primeiro caso, há registo de arquivos antigos e referências a antigos programas, mas cujos *links*, entretanto, foram eliminados. No segundo caso, não há referência a qualquer forma de ouvir os programas, apenas são mencionadas participações da rádio em laboratórios experimentais, como por exemplo o *The New Art Fest* e o *Lab Network Music*.

8.4.4 - Quase FM

Em 2019, a *Quase FM* funcionava diariamente (segunda a sexta-feira), no bar da Faculdade de Ciências Humanas, da Universidade Católica Portuguesa. A emissão era realizada em direto. Faziam parte da equipa da 9ª temporada deste projeto 12 estudantes da instituição que, nas horas do almoço, entre as 12h e as 13h, produziam e realizavam a emissão, composta por notícias, reportagens, animação musical e outros conteúdos (Quase FM, 2019)¹⁹⁵.

Dos programas disponibilizados no *Soundcloud* fazemos referência a *Dei-te quase tudo*, uma radionovela sobre a integração universitária dos recém-chegados alunos, o *Quasenometro*, um espaço de *quizz*, que estreou a 6 de maio de 2019, em que no espaço de um minuto coloca à prova um convidado, que tem de responder ao maior número de perguntas possível. Também nestas plataformas estavam disponibilizadas as reportagens. Todos estes conteúdos disponíveis em arquivo faziam parte da emissão em direto, realizada em estúdio, que emitia para o bar da escola e eram depois facultados, após emissão em direto, para escuta posterior.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
	x	x				x		x
							Facebook Soundcloud	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Dei-te Quase Tudo	Teatro Radiofónico	x		

¹⁹⁵ <https://www.facebook.com/QuaseFM/>

Quasenómetro	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Reportagem	Notícias e Informação	x		

8.4.5 - Engenharia Rádio

A *Engenharia Rádio* tinha uma programação diária, de segunda-feira a domingo, e contava, em 2019, com 23 programas na sua grelha programática. Estes programas eram de autor e estavam direcionados para temáticas como o desporto, em modalidades como o futebol, o basquetebol ou a fórmula 1; a cultura, com especial evidência para programas ligados ao cinema; e também a informação e reportagem, com um conteúdo desenvolvido em parceria com o *JPN - Jornalismo Porto Net*, projeto dos alunos de comunicação, da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, e focado em histórias portuenses. A par desta parceria, a *Engenharia Rádio* tinha ainda programas de informação temática ligados a áreas como a nutrição, a saúde mental ou os jogos e a indústria *gaming*.

Filipe Borges Teixeira (2019), coordenador da emissora em 2019, considerava a programação desta rádio como dinâmica e interativa.

Nos 12 anos de existência já cobriu diversos eventos e conta com uma programação dinâmica e interativa, sendo também uma preocupação a divulgação de notícias relacionadas com o mundo da música e novos lançamentos (Filipe Borges Teixeira, Entrevista Pessoal, julho, 2019).

A *Engenharia Rádio* tinha emissão *online* possibilitando que os programas fossem escutados em tempo real, disponibilizando-os em *streaming*, mas também permitia a descarga das várias edições de cada um dos seus programas em *podcast*. Além disso, nas redes sociais em que estava presente, *Facebook* e *Twitter*, promovia os seus programas, eventos que realizava e demais informações acerca da academia portuense.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x	x	x	x		x	x
							Facebook Twitter	

Programas e tipologias	Modos de produção
-------------------------------	--------------------------

Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Arrocha Pod	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Elemento Eletrónico	Musical de autor	x		
Busílis	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Ondas Nutricionais	Notícias e informação	x		
Banda Sonora	Musical de autor	x		
<i>Buzzer Beater</i>	Desportivo	x		
Desliguem os telemóveis	Magazine cultural	x		
GTA Radio	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Insigne	Musical de autor	x		
Já ouvi falar	Musical de Autor	x		
Mais Nozes que Vozes	Notícias e informação	x		
Mais uma sessão	Musical de autor			x
Mocho	Musical de autor	x		
Nome a votar	Magazine cultural	x		
Palestra de balneário	Desportivo	x		
PITSTOP	Desportivo	x		
Porto Ouvido	Magazine cultural	x		
Quarto Árbitro	Desportivo	x		
RES Pública	Notícias e informação	x		
Segundo Contentor	Musical de autor	x		
Solta o javali	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Slow Dem'Vibes</i>	Musical de Autor	x		
Escolheram Por Mim	Musical de Autor	x		

8.4.6 - Rádio Aurora

A *Rádio Aurora* é, na verdade, o *Rádio Aurora Outra Voz*, um programa de rádio, produzido e realizado a partir do Hospital Júlio de Matos, em Lisboa. No início, e pela tentativa de espelhar o que se fazia na vizinha Espanha, mais concretamente em Barcelona, o *Rádio Aurora* começou por emitir em castelhano, na *Rádio Nicosia*, sobre

temas que esta emissora catalã convidava a abordar. Esta situação permaneceu assim durante alguns meses e foi o impulso que a equipa portuguesa, liderada pelo psicólogo Nuno Faleiro da Silva, precisava para criar o seu próprio programa de rádio. “Tentámos fazer à nossa maneira, com as pessoas que estavam internadas” (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto 2, 2018), inicialmente utilizando a *Rádio Zero* como um laboratório “onde tudo era possível”. Nesta rádio, apresentaram uma primeira maquete e começaram com um programa de meia hora.

Em 2018, o programa era difundido em rádios *online* e em rádios locais, sendo a *Rádio Voz de Alenquer* a estação que o emitia há mais tempo.

Embora tenha nascido numa unidade hospitalar ligada à saúde mental e psiquiátrica, a maior parte das vezes esta não era a temática central abordada. “Quase nunca é esse o caminho. É sempre o grupo de pacientes, que são os meus colegas de rádio e que também são os locutores, quem decide o tema a abordar” (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto 2, 2018). Nuno Faleiro da Silva, que coordenava o programa, ficava com a função de edição de som. Todavia, procurava, dentro do grupo, interessados no assunto e que pretendessem adquirir capacidades para começar a editar o programa.

Qualquer tema podia ser abordado, dependendo da sua complexidade, decidido em grupo. Entre as temáticas mais abordadas estavam as artes, a música, as questões sociais e a ecologia.

O programa *Rádio Aurora Outra Voz* estava presente nas redes sociais, tinha página no *Facebook*, onde promovia a data e hora da sua gravação e discutia a temática da saúde mental.

8.4.7 - Rádio Autónoma

A *Rádio Autónoma* não tinha uma grelha de programas estabelecida e por isso não existia uma cadência diária ou semanal de emissão. Porém, este projeto permitia a escuta da emissão *online* e de forma contínua, sendo sobretudo musical e esporadicamente preenchida com os programas que eram produzidos e disponibilizados para escuta na própria página de internet do projeto ou em *podcast*. No total, em 2019, eram 17 programas. A *Rádio Autónoma* afirmava ser uma rádio-escola “incubadora de *podcasts*” (Ualmedia, 2019).

Além destes programas já referidos, o projeto desenvolvia outros conteúdos, não fixos, como a cobertura de eventos, notícias e a realização de entrevistas a convidados.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
	X	X	X	X			X	X
							Facebook Twitter Youtube Instagram Soundcloud	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
<i>Rock and Bues</i>	Musical de Autor	X		
Conferências	Notícias e Informação	X		
Educadores	Entrevista	X		
Tubarões Azuis	Notícias e Informação		X	
Cada um traz o seu	Musical de Autor	X		
Hora do Estudo	Musical de <i>Playlist</i>	X		
Psicologia Para Todos	Entrevista	X		
Companhia Nacional	Musical de <i>Playlist</i>	X		
Incrível	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	X		
Entre Linhas	Entrevista	X		
Poesia	Magazine Cultural	X		
Disco Por Inteiro	Musical de Autor	X		
PontoCom	Entrevista	X		
Vinil	Musical de Autor	X		
Histórias Com Sons	Paisagem Sonora	X		
<i>Dinosaur Cataclysm</i>	Musical de Autor		X	
Crónicas & Murais	Magazine Cultural	X		
Cá vai disco	Musical de Autor	X		
<i>Thursday VibeZ</i>	<i>Phone Talk/Call In</i>			X

Lusofonia	Musical de Autor	x		
Rapresentação	Musical de Autor	x		
Escolhe Tu	Magazine Cultural	x		

8.4.8 - ESCSFM

A grelha da *ESCSFM* era composta por 20 programas, em 2019. Em 2018, a rádio passou por um processo de seleção de conteúdos, quando nesta altura tinha 15 programas em emissão. Existem programas de grelha fixos todos os anos letivos, estabelecidos pela coordenação da emissora e por forma a manter uma regularidade das emissões e outros que se podem manter ou não, consoante a disponibilidade do autor dos mesmos. A grelha de programas era composta por espaços informativos, às 13h com *Síntese informativa* e às 18h com *Noticiário*, programa de informação mais completo. Também por espaços de entretenimento, como *Hora de Ponta*, às 13h, *Lusco-Fusco* às 17h, em que ambos abordam temas do dia-a-dia. Ainda por blocos desportivos, como *Apito Final*, *De futebol*, que estavam vocacionados para o futebol enquanto modalidade desportiva, e *Complexo Desportivo*, voltado para as restantes modalidades desportivas. Na *ESCSFM* havia espaço ainda para programas de carácter cultural, como por exemplo o *Sebenta*, que se focava nos eventos culturais que se realizam diariamente em Lisboa.

Todos estes programas fazem parte do conjunto fixo de emissões que existem no decorrer de vários anos letivos. Depois há os programas de crónicas e opinião, como por exemplo o *Teorias da Conspiração*, o *Área -1*, *Hora D'Rock* e o *Automobile*.

Estes conteúdos eram integralmente criados e produzidos pelos alunos enquanto autores dos mesmos, sendo que o acesso da comunidade à emissora era livre e considerada bem-vinda, existindo, como já referimos anteriormente, uma estrutura organizada, que partilhava cargos e funções inerentes a essas mesmas posições (André Maia, Entrevista Pessoal, 2018).

Este projeto comunicava através das redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Tinha emissão *online*, *streaming* e alojava os seus programas em *site* próprio e na plataforma *Mixcloud*. Embora chamassem de *podcast* aos arquivos de áudio que permitem a escuta dos programas, não era possível descarregar os ficheiros para um dispositivo.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x		x			x	x
							Facebook Twitter Mixcloud	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Hora de Ponta	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Noticiários (Síntese)	Notícias e informação			x
Sebenta	Magazine cultural			x
Carta Aberta	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Lusco Fusco	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Noticiários	Notícias e informação			x
Ponto Final, Parágrafo	Entrevista	x		
Repórter 360	Notícias e informação	x		
MP3	Musical de autor	x		
Humor à 1ª Vista	Entrevista	x		
Apito Final	Desportivo		x	
Área-1	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Complexo Desportivo	Desportivo		x	
Sebenta (Fim-de-semana)	Magazine cultural	x		
Vitamina	Magazine cultural	x		
Conversas de Metro	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Alerta: trend!	Magazine cultural	x		
<i>Topping</i>	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Showcase</i>	Entrevista	x		
Sofá	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Iémen	Teatro Radiofónico	x		

8.4.9 - Rádio Radical

A *Rádio Radical* é uma rádio que, em 2018, apostava sobretudo nos conteúdos musicais, em particular no KPOP, música *pop* coreana (Helder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018). O projeto estava presente nas redes sociais, nomeadamente *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* e contava com uma grelha, da qual faziam parte 20 programas. A quase totalidade dos mesmos era dedicada à música, embora houvesse algum espaço também para o entretenimento e *talk show*.

Apostamos ainda no talento nacional e começamos a dar espaço também ao *talk show*. Achemos que, de facto, é importante darmos música ao pessoal, mas sairmos, de vez em quando, da zona de conforto e ter programas de conversa (Helder Tavares, Entrevista Pessoal, julho 23, 2018).

A *Rádio Radical* tinha emissão *online*, sendo esta a forma exclusiva de escuta da programação. Os programas não estavam disponíveis em *podcast* no seu *site*, nem mesmo em qualquer outra plataforma *online* de audição ou descarga. Assim, tal como na *Rádio Zero*, a nossa análise foi realizada com recurso à sua audição em tempo real, no dia e na hora em que estes eram emitidos.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x						x	x
							Facebook Twitter Instagram	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
<i>Lunch Break</i>	Musical de Autor	x		
<i>Radical Flashback</i>	Musical de Autor			x
É o cover	Musical de Autor	x		
KPOP	Musical de Autor			x
Sem Filtros	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Lolly Pop</i>	Musical de Autor	x		
<i>New School</i>	Musical de Autor	x		
<i>R&B Lounge</i>	Musical de Autor	x		

Rádio Radical	Musical de Autor	x		
<i>Fresh</i>	Musical de Autor			x
<i>X RadioShow</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Miss Melera</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
No carro com...	Entrevista	x		
<i>Hiddion Radio Show</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Dirty Sound Boys Radio Show</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
RE-Tratamento	Musical de Autor	x		
<i>Jukebox</i>	Musical de Autor	x		
<i>Web Chart</i>	Musical de Autor	x		
<i>Corsten's Countdown</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>The Drop</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		

8.4.10 - RUBI

A *RUBI* era uma rádio de acesso livre a todos os estudantes de jornalismo da UBI que o pretendessem fazer. Os seus conteúdos eram diversos, abordando as mais variadas temáticas. Estes conteúdos estavam focados na universidade, na academia e na comunidade estudantil e eram desenvolvidos ao longo do ano na unidade curricular de laboratório de jornalismo radiofónico. Tratava-se sobretudo de programas de autor em que os alunos escolhiam o tema, realizavam a produção e a edição dos programas, sempre com a supervisão de um professor. Alguns programas eram também transmitidos na Rádio Cova da Beira, uma rádio local.

Em 2018, a *RUBI* era “essencialmente um laboratório e repositório” (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho 24, 2018), embora pretendesse já ser algo mais. Por isso, a intenção do seu coordenador era a de estabelecer uma ligação com a comunidade, possibilitando a existência de uma grelha de programas de “conteúdos diversos, não sendo feitos apenas pelos estudantes, mas por toda a comunidade” (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho 24, 2018).

Em 2019, este projeto apresentava 43 programas alojados na sua página na internet. Estes conteúdos estavam disponíveis no *site* da rádio para escuta em *streaming* e eram promovidos nas redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. Para além do *site* da rádio estavam ainda disponíveis também para escuta na plataforma *Mixcloud*. Esta programação era ainda complementada com as *RubricasRUBI* e com as *EntrevistasRUBI*. No *site* deste projeto de rádio podiam ainda encontrar-se várias

notícias, elaboradas com base em acontecimentos que tiveram lugar nesta instituição de ensino superior ou na região envolvente. Estas notícias eram construídas em texto, com suporte de imagem, estando também disponível para escuta a peça áudio referente à mesma.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
		x		x			x	x
							Facebook Twitter Mixcloud Youtube	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
<i>Enter the Void</i>	Musical de Autor	x		
Casa dos Comuns	Notícias e Informação	x		
100 Fronteiras	Magazine Cultural	x		
Futebol Sem Nexo	Desportivo	x		
<i>Pulse Control</i>	Musical de Autor	x		
Sons à sexta [<i>on the radio</i>]	Magazine Cultural	x		
RU - Rádio Universidade	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Um mundo pela Beira Interior	Entrevista	x		
Programa de Falar	Entrevista	x		
Frequências Alternativas	Musical de Autor	x		
Trafego Indie	Musical de Autor	x		
Rasputine	Musical de Autor	x		
<i>Heart - Locker Radio Show</i>	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
100 Frequência	Musical de Autor	x		
Conversas de Gajas	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Cordas de Aço	Musical de Autor	x		
Deuses da Bola	Desportivo	x		
Entre Bocas	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
A dar as últimas	Musical de Autor	x		

Futebol Cruzado	Desportivo	x		
Idiossincrasia Auditiva	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Radio Activo	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Orelha Extra	Musical de Autor	x		
Ponto de Fuga	Musical de Autor	x		
Rodízio Regozijante	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Gentlemen's Club</i>	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
GATE2UBI	Notícias e Informação	x		
Mixórdias de quarta-feira à tarde	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Smells like teen spirit</i>	Musical de Autor	x		
As conversas de Anita	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
UP2ELEVEN	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Em Foco	Entrevista	x		
Café com leite	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Teoria do soro	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Observatório Académico	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
KERFUFFLE 2.0	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
BOOMBOX	Musical de Autor	x		
Almanaque Informativo	Notícias e Informação	x		
JETTAHERTZ	Musical de Autor	x		
JUKEBOX	Musical de Autor	x		
[Cabine de som]	Musical de Autor	x		
Banda Sonora	Musical de Autor	x		
<i>Deep Café</i>	Musical de Autor	x		

8.4.11 - NRC

Em 2019, a *NRC* possuía uma grelha composta por 22 programas. Esta grelha de programas era diária e passível de ouvir através da emissão *online* disponível. Todavia, este projeto também disponibilizava os programas para escuta, em arquivo, em formato

*podcast*¹⁹⁶. Nos intervalos, a antena era preenchida com música católica portuguesa e lusófona.

Esta programação era assegurada pela equipa da *NRC*, muito embora algumas emissões contassem com a colaboração de entidades ligadas à igreja católica, como fundações, editoras e também da Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC), como é o caso do programa *Ficheiros de Media*. Como o nome indica, este programa era sobre os *media* e compreendia, essencialmente, “notícias sobre a rádio, a imprensa, a televisão, os novos *media*, o mercado, a formação, os eventos desta área, etc.” (NRC, 2019).

Nos dias 12 e 13 de maio de 2019, devido à peregrinação anual comemorativa das aparições de Fátima, a *NRC* teve uma grelha de programação diferente. Uma exceção aberta para incluir os principais momentos desta peregrinação anual, nomeadamente a bênção de velas na capelinha das aparições, o rosário, a procissão, a bênção dos doentes, a consagração e o adeus.

Esta emissora não tinha serviços informativos de noticiário, sintonizando para o efeito a Rádio Renascença. Contudo, verificámos que havia uma discrepância horária¹⁹⁷.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x	x	x	x		x	x
							Facebook Twitter Youtube	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Geração XXI	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Flashback</i> eventos católicos	Magazine Cultural	x		
Ciência em sintonia	Magazine Cultural	x		

¹⁹⁶ Em 2019, no momento da nossa análise, embora os programas estivessem em arquivo, os ficheiros não corriam, pelo que os conteúdos foram analisados, tal como nas rádios *Zero* e *Radical*, com recurso às emissões *online* em tempo real.

¹⁹⁷ No dia 11 de novembro de 2019, às 16h a *NRC* estava a transmitir o noticiário das 13h da Rádio Renascença.

Conversas com Emanuel Magalhães	Entrevista	x		
Anos da vida consagrada	Religioso	x		
A fê explicada em/aos miúdos	Religioso	x		
Intimidade com o Pe. Jason Gouveia	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Santo do dia todos os dias	Religioso	x		
Luso Fonias	Religioso	x		
Igreja no mundo	Notícias e Informação	x		
NRC Interactivo	<i>Phone In/ Call In</i>	x		
<i>Paulus</i> apresenta	Religioso	x		
Santo Terço	Religioso	x		
Momento Interior	Religioso	x		
<i>Angelis Vocalis</i>	Musical de Autor	x		
<i>Angelus</i>	Religioso		x	
Liturgia das horas	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Palavra no dia do Senhor	Religioso	x		
Ficheiros de <i>Media</i>	Notícias e Informação	x		
Missa Dominical	Religioso		x	
Terço da Misericórdia	Religioso	x		
Caminho de Emaús	Religioso	x		

8.4.12 - CC FM

Em 2018, o projeto *CCFM* tinha 12 programas disponíveis para escuta na sua página e na plataforma *Mixcloud*. Vários conteúdos eram dedicados à música, muito embora também existissem programas de *storytelling* e ainda dois espaços dedicados à cultura, como *Pequeno Ecrã*, voltado para séries de televisão, e *Grande Ecrã*, que tem como temática principal o cinema. Em ambos os casos, os programas eram realizados em parceria com o *JPN*, o *Jornalismo Porto Net*. Toda a produção da rádio era assumida pelos alunos e todos os programas disponíveis no projeto *CCFM* eram “gravados, editados e publicados apenas por alunos do curso de ciências da comunicação da Faculdade de Letras do Porto” (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho, 2018). Todos os envolvidos eram voluntários.

Este projeto não tinha emissão contínua *online* e não havia uma grelha de programas com cadência fixa. Para além dos programas mais atuais eram ainda disponibilizados os 14 conteúdos que já tinham sido descontinuados. A rede social utilizada era o *Facebook* e era por esta via que comunicavam os programas e as novidades.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
		x		x			x	x
							<i>Facebook</i> <i>Mixcloud</i>	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Auto-Rádio	Musical de Autor	x		
<i>Bubblegum</i>	Musical de Autor	x		
Pequeno Ecrã	Magazine Cultural	x		
Ah e Tal	Entrevista	x		
O Curioso Insatisfeito	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Alterna aí	Musical de Autor	x		
Nada de Mais	Entrevista	x		
Bom dia Matosinhos	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Grande Ecrã	Magazine Cultural	x		
<i>Not So Famous</i>	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
<i>Summer's Sunset</i>	Musical de Autor	x		
<i>Shower Thoughts</i>	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		

8.4.13 - Cascais Net Rádio

Em 2019, a rádio *Cascais Net Rádio* funcionava sobretudo com programas gravados, à exceção do *Eleven o'clock Tic-Toc*, que passava às quintas-feiras entre as 23h e as 24h, que era realizado em direto. A restante antena estava preenchida como uma *playlist* que ia passando aleatoriamente.

Cada dia da semana era dedicado a uma temática musical específica: música portuguesa, música *dance* ou *rock*, estando a quarta-feira praticamente livre, sem programação. Todos os programas entravam em repetição ao longo da semana. Alguns destes passavam também noutras rádios, nomeadamente em rádios locais, como era disso exemplo o *No outro lado do FM*, programa que existe desde 1988 e que começou na Rádio Clube de Cascais (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018).

Nesta altura era possível ouvir a emissão da rádio *online* e a sua presença nas redes sociais limitava-se ao *Facebook*. Não estava disponível qualquer programa deste projeto em *podcast* ou para escuta em *streaming*. Em 2019 podia ouvir-se na emissão o anúncio a apelar à participação daqueles que tivessem interesse em fazer rádio: “Cascais Net Rádio - estamos a abrir espaço para novos locutores. Anda daí fazer parte desta rádio” (Cascais Net Rádio, 2019)¹⁹⁸.

Todavia se assumisse como uma rádio comunitária, uma ressalva importante prende-se com o facto desta emissora estar a emitir alguns anúncios publicitários. Muito embora não marcassem a emissão por serem ainda em pequena quantidade, mostrava uma tendência comercial que pode vir a desvirtuar o espírito das rádios comunitárias e a sua génese de serem sem fins lucrativos. De acordo com Carlos Didier (2018), o fundador do projeto, a inclusão de anúncios publicitários nos conteúdos da emissora deveu-se à necessidade de angariar fundos para subsistência da rádio e não como uma forma de gerar lucro.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
	x						x	x
							Facebook	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Puro e Tenso	Musical de Autor	x		
<i>Hollywood Rocks</i>	Musical de Autor	x		
Trance_Ação	Musical de Autor	x		
DJ Bellas <i>Radio Show</i>	Musical de Autor	x		

¹⁹⁸ Cascais Net Rádio - <http://www.cascaisnetradio.pt>

<i>Defected in the House</i>	Musical de Autor	x		
<i>Club Culture with Boy George</i>	Musical de Autor	x		
<i>Eleven o'clock Tick Tock</i>	Musical de Autor		x	
<i>Cascais Garage</i>	Musical de Autor	x		
<i>Fierce Angel</i>	Musical de Autor	x		
<i>Forever 80's</i>	Musical de Autor	x		
Cabo do Rock	Musical de Autor	x		
Legendado em português	Musical de Autor	x		
No outro lado do FM	Musical de Autor	x		

8.4.14 - Rádio Lusitânia CB

A *Rádio Lusitânia CB* tinha uma grelha de programação fixa de domingo a sábado. Em 2019, faziam parte desta grelha 14 programas, que podiam ser ouvidos *online*, na emissão em direto desta emissora. Não havia arquivo dos programas em *podcast*.

Além do próprio *site*, este projeto comunicava-se nas redes sociais, nomeadamente *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin*, *Instagram*, *Pinterest* e *Youtube*. Todavia, apenas no *Youtube* era possível encontrar alguns programas para escuta, embora a sua atualização fosse escassa. Os programas ali alojados tinham já mais de um ano.

Este projeto é apelidado de “rádio-mãe” pelos seus fundadores, uma vez que este se ramifica para outros quatro projetos: *RLCB Dance*, *CC Rádio Portugal*, *RLCB TUGA*, *RLCB JUNIOR*. Conforme Carlos Carvalho (2018), a emissora possuía uma “vasta programação musical, cultural, desportiva e de informação (...) bem como, programas infantis, género em extinção na grande maioria das rádios portuguesas” (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho 14, 2018).

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x						x	x
							<i>Facebook</i> <i>Twitter</i> <i>Instagram</i> <i>Linkedin</i> <i>Youtube</i>	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Máquina do Tempo	Entretenimento e <i>Talk Show</i>			x
A música é uma paixão	Musical de <i>Playlist</i>		x	
Discomania	Musical de <i>Playlist</i>		x	
Palmo e meio	Musical de Autor		x	
<i>Top Charts</i>	Musical de <i>Playlist</i>		x	
<i>Progress</i>	Musical de Autor	x		
<i>House of Rhythm</i>	Musical de Autor	x		
Ponto e Vírgula	Musical de Autor	x		
Deste lado do mar	Magazine Cultural	x		
<i>Music non-stop</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Live Mix</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Dut Session</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>World Music</i>	Musical de <i>Playlist</i>		x	
Despertar da Mente	Musical de Autor	x		

8.4.15 - Rádio Miúdos

A programação da *Rádio Miúdos* era apresentada em grelha e com disposição semanal, de segunda-feira a domingo. Em maio de 2019 encontravam-se na grelha 18 conteúdos. Os programas podiam ser ouvidos através da emissão *online* em direto, estando também disponíveis em arquivo para escuta posterior, quer dos programas em grelha, quer dos programas descontinuados. A *Rádio Miúdos* apelida os conteúdos em arquivo de *podcasts*, embora este repositório apenas permita a audição dos mesmos em *streaming* e não a descarga do ficheiro para qualquer dispositivo.

Alguns destes programas estavam a ser realizados em parcerias. Exemplo disso era o *Miúdos a Votos*, com a *Visão Júnior*, permitindo às crianças votarem no seu livro preferido ao longo da semana; o *Letra Pequena*, com a colaboração do blogue com o mesmo nome e que se dedicava a falar exclusivamente acerca de livros; e ainda o *Perguntas à Solta*, baseado em curiosidades estatísticas e produzido e realizado com o apoio do *Pordata Kids*. Podemos ainda sublinhar o facto de criarem um arquivo para cada uma das emissões em direto, que realizam a partir de várias escolas do ensino

básico do país, e o facto de existirem, nesta altura, duas crianças correspondentes em duas capitais de distrito portuguesas, designadamente em Beja e em Castelo Branco.

A emissão em direto, com o nome *Direto 15h-18h*, era conduzida por crianças, nomeadamente as Marias, a Matilde, a Nádía e o Francisco.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x		x			x	x
							Facebook Youtube	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Visita de Médico	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Só para curiosos	Magazine Cultural	x		
Os cientistas explicam	Magazine Cultural	x		
Cantar Mais	Magazine Cultural	x		
Miúdos a Votos	Magazine Cultural	x		
Caixa de Perguntas	Entrevista	x		
Letra Pequena	Magazine Cultural	x		
Filosofia é coisa para miúdos!	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Momento Abraçate	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Perguntas à solta	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Quem conta um conto	Magazine Cultural	x		
Dó Ré Miminhos	Musical de Autor	x		
Aqui há Histórias	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Direto 15h - 18h	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Miúdos lá Fora	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Entrevistas à Quarta	Entrevista	x		
Miúdos, Câmara, Ação	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		

De Pequenino se escolhe o Destino	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
-----------------------------------	-----------------------------------	---	--	--

8.4.16 - RadioActive101

No projeto *RadioActive101 (RA101)* não existia uma grelha de programas ou uma periodicidade das emissões. Não obstante, sempre que havia uma emissão era disponibilizada na página internet uma forma de escuta em direto. Como observámos anteriormente, existem nove projetos com produção de conteúdos de rádio que fazem parte do *RA101*. Estes projetos, na sua totalidade, colocam as emissões disponíveis em arquivo na página do *RA101*. As temáticas estão, muitas vezes, voltadas para as vivências comunitárias, as minorias étnicas, os hábitos culturais e cívicos da comunidade que representam.

Os temas que as crianças e os jovens portugueses têm desenvolvido desde 2013 na *RadioActive101* são muito diversos e incluem emissões dedicadas a assuntos como Associativismo e Voluntariado, Educação, Cultura, Meios de Comunicação, Desporto, Talentos, Discriminação e Música (Jorge, A.; Brites, M.J.; Minga, E.; 2016, p. 5).

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
		x		x			x	x
							Facebook	

No caso destas nove emissoras, procedeu-se à adaptação da análise, pois para quatro destes casos (*Catapulta, Desafios, Escolhe Vilar e Cerca-te*) cada ficheiro de som alojado na página do *RA101* não correspondia a um programa. Cada som representava uma emissão de rádio, que era depois preenchida por vários programas e rubricas. Sendo assim, para melhor analisarmos os conteúdos dos programas e o modo de produção, escolhemos as últimas três emissões de cada um destes. O objetivo foi o de perceber se, no seio destas emissões que não têm qualquer regularidade temporal, os programas e as rubricas se mantinham ou se, pelo contrário, eram alterados a cada edição.

Assim, apresentamos o título que atribuíram ao ficheiro, ressaltando que dentro de cada um deles podem existir dois ou mais programas de rádio, com variadas

tipologias. Ou seja, cada emissão é um somatório de programas e num espaço de 30 minutos poderão existir dois ou três destes conteúdos. No sentido de reforçar esta explicação, tomemos como exemplo a *Rádio Desafios - Interjovens* e a emissão *Multiculturalidade*:

Como sempre o programa *Nós Música* [Itálico nosso] traz-nos o melhor da música que é feita no nosso estúdio, dando particular importância à música do mundo, que nesta emissão vai ter participações de Cabo Verde, Guiné Bissau, Portugal e China. O *Ni Hau* [Itálico nosso] também vai falar da multiculturalidade e ensinar a palavra amizade em mandarim. No 5:59, o *repórter* [Itálico nosso] Marcos Borges entrevistou vários jovens do bairro para saber as suas opiniões sobre a multiculturalidade existente na nossa área e o *Atualiza-te* [Itálico nosso] ensina a definição de diversidade cultural, o *Minuto Alerta* [Itálico nosso] chama-nos a atenção sobre o racismo e o *Piadas sem Pingo* [Itálico nosso] continua a animar-nos com as piadas mais secas da rádio Portuguesa. Sintonizem-se na nossa frequência, Rádio Interjovens... Uma nova experiência! (RadioActive101, 2019).

Numa primeira abordagem colocou-se a hipótese de considerar a temática que marcava maioritariamente a emissão. Contudo, o facto de poder conter outras tipologias complicaria a sua caracterização dentro da listagem de categorias que seleccionámos para analisar estes projetos. Assim, tentando evitar uma análise pouco rigorosa e subjectiva, optámos por identificar em cada ficheiro de áudio os diferentes programas e as suas diferentes tipologias presentes nesse mesmo ficheiro.

Quanto à produção dos programas há um aspeto importante a referir. As emissões eram, praticamente na totalidade, realizadas em direto, todavia os vários programas que as compõem eram, na maioria, gravados previamente.

Este projeto também se refere aos programas em arquivo como *podcasts*, embora não permite a descarga dos mesmos para dispositivos como computadores ou telemóveis, permitindo apenas a sua escuta em *streaming*.

• *Catapulta*

Neste projeto do *RA101* foram analisadas as emissões *Ninguém perguntou à Cinderela se queria o sapato de volta*, *Notícias de 2017* e *Voz de Dentro*, tendo sido identificados os seguintes programas e as seguintes tipologias:

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
História da Cinderela	Teatro Radiofónico	x		
Quizz de Cultura Geral	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
<i>Battle</i> de piadas secas	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Caravana pelo Direito à Habitação	Entrevista	x		
Centro Histórico... Vozes de Dentro	Entrevista	x		
Violência no namoro	<i>Phone In/Call In</i>	x		

• *Escolher Vilar*

Neste projeto do *RA101* foram analisados as emissões *Escolhe Vilar e a Academia Sénior*, conduzida na íntegra pelos alunos da Academia Sénior do Escolhe Vilar; o *Contrato Local de Segurança de Vila D'Este*¹⁹⁹ e o *Magusto*.

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Escolhe Vilar e a Academia Sénior	Entrevista	x		
Contrato local de segurança de Vila D'Este	Entrevista			x
Magusto	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	

• *Desafios*

Neste projeto do *RA101* foram analisadas as emissões *A religião no bairro da Fundação D. Pedro IV, Multiculturalidade e As tecnologias e os seus perigos*, tendo sido identificados os seguintes programas e as seguintes tipologias:

¹⁹⁹ Um programa que contou com a intervenção da secretária de Estado Adjunta e da Administração Interna, do vereador da Câmara de Vila Nova de Gaia e da Junta de Freguesia, visando abordar a introdução do contrato local de segurança neste bairro de Vila Nova de Gaia e do papel da *Street's Soul*.

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Nós Música	Musical de Autor	x		
<i>Ni Hau</i>	Notícias e Informação	x		
Espaço Gitano	Musical de Autor	x		
5:59	Entrevista	x		
Atualiza-te	Notícias e Informação	x		

• *Cercar-te*

Neste projeto do *RA101* foram analisadas as emissões *Para fora, cá dentro e para fora lá fora; Miúdos do Bairro e Cadáver Esquisito*, tendo sido identificados os seguintes programas e as seguintes tipologias:

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
A doutora é doutora de quê?	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Miúdos do Bairro	Teatro Radiofónico	x		
Cadáver Esquisito	Notícias e Informação	x		
Ideias Geniais	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Sabias que...	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	x		
Palavras de que gosto	Magazine Cultural	x		
Notícias	Notícias e Informação	x		
Notícias Desportivas	Notícias e Informação	x		

Ao contrário dos projetos até este momento analisados, a partir daqui cada emissão corresponde exclusivamente a um programa. Nesse sentido, deixamos de referir os nomes atribuídos às emissões, pois coincidem com o nome dos programas identificados na grelha que se segue.

• *Trampolim*

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Direitos Humanos e Dia Internacional dos Ciganos	Entrevista			x
Dia da Rádio	Entrevista			x
O que fizemos até agora?	Entretenimento e <i>Talk Show</i>			x

• *Metas*

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Os jovens e o projeto Metas	Entrevista		x	
Os jovens e os 20 anos da ADILO	Entrevista		x	
Dia Mundial da Rádio	Entrevista		x	

• *Espaço J*

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Escolhas - Portas Abertas na Lousã	Notícias e Informação			x
O melhor de 2017	Notícias e Informação		x	
O que se faz pela escola	Notícias e Informação			x

• *Esperança*

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Do Bairro Para o Mundo	Entrevista		x	
Aqui há Talento	Entrevista	x		
Há Vida no Bairro	Entrevista	x		

• *Orienta-te*

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Mais um <i>podcast</i> fresquinho do Orienta-te	Notícias e Informação		x	
Mudar o Mundo	Notícias e Informação	x		
Minha escola, minha segunda casa	Entrevista		x	

8.4.17 - RRE

A *Rádio Refúgio do Emigrante* não tinha qualquer informação da programação no site. A grelha de programas existia, mas era uma mera formalidade. À exceção de domingo de manhã em que esta emissora transmitia a missa em direto até às 12h, a restante grelha apresentava o espaço livre para novos programas. A emissão contínua *online* apresentava sobretudo música de *playlist*, tendo sido impossível identificar e tipificar qualquer tipo de programa.

8.4.18 - Rádio Baixa

Em 2018, a *Rádio Baixa* não tinha uma grelha de programas fixa. Esta emissora passava sobretudo música, considerando que este era o seu principal elemento e o mote para criar o elo com uma comunidade na baixa conimbricense. No seu *site* apresentava os programas que foram emitidos nos três dias anteriores e os nomes de quem passou pela rádio e deu vida às emissões que, na generalidade, eram dinamizadas por convidados.

A emissão podia ser ouvida *online* no próprio *site*, mas também em *streaming*, uma vez que todos os programas ficavam armazenados no *Mixcloud*. “Privilegiamos programas de música. Neste momento a rádio não tem programas de conversa, notícias ou outros. O estilo de música não é critério, sendo que a rádio difunde os mais variados estilos” (Daniel Lopes, Entrevista Pessoal, Julho 2018).

Não existia uma regularidade e continuidade dos programas, pelo que se revelou impossível, neste caso, aferir a sua tipologia. A grelha da *Rádio Baixa* era criada com base em convites esporádicos por parte dos membros desta emissora ou por sugestão de

membros da comunidade em que se insere, o que pode englobar patronos, patrocinadores, parceiros ou fãs.

Desta forma geralmente trazemos radialistas, artistas, *djs* de vários pontos do país e internacionais. Isto faz com que a grelha seja bastante dinâmica e contenha pessoas que na verdade nunca fizeram rádio antes, mas que aqui têm uma plataforma para o poderem fazer (Daniel Lopes, Entrevista Pessoal, Julho 2018).

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
	x	x		x			x	x
							<i>Facebook</i> <i>Mixcloud</i> <i>Instagram</i> <i>Twitter</i> <i>Bandcamp</i>	

8.4.19 - Rádio Quântica

Esta emissora emitia *online* através do seu *site* e disponibilizava os seus programas nas plataformas *Soundcloud*, *Mixcloud* e *Bandcamp*, possibilitando a sua escuta em *streaming*. Podia verificar-se no seu *site* que possuía uma grelha de programas de segunda-feira a domingo. Esta emissora possuía um total de 53 programas, mas nem todos estavam incluídos na grelha. Deste conjunto de programas, 20 encontravam-se em grelha e na plataforma *Mixcloud*, 4 faziam parte da grelha e podiam ser ouvidos na plataforma *Soundcloud*. Depois, existiam ainda 17 programas exclusivamente na *Mixcloud* e 8 que apenas estavam disponíveis na *Soundcloud*. Além destes, 4 programas eram exclusivos da grelha e das emissões contínuas, sem possibilidade de escuta em qualquer plataforma de divulgação ou alojamento. Quando se tratava de uma repetição em antena, os programas surgiam com a referência *re-run*.

Todos eram programas de autor e, durante a noite, a emissão era preenchida com uma *playlist* musical, denominada de *Night Moves*. O mesmo acontece no período da manhã até às 12h em que o espaço é ocupado com *playlist* musical, chamada de *Good Morning*.

Além de disponibilizar os seus programas para escuta posterior, a *Rádio Quântica* comunica-se através das redes sociais, tendo uma atualização regular da informação.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x		x			x	x
							Facebook Mixcloud Twitter Bandcamp Soundcloud	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Programas em grelha e em podcast na plataforma Mixcloud				
<i>You Know the Score</i>	Musical de Autor		x	
<i>Hypersigil</i>	Musical de Autor	x		
<i>Wacko</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>BORSHCH</i>	Musical de Autor	x		
<i>Fuinki</i>	Musical de Autor	x		
<i>Bass to Mouth</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Pachinko</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Milagre	Musical de Autor	x		
<i>Punk Bloc</i>	Musical de Autor		x	
<i>Lets the dogs out</i>	Musical de Autor		x	
<i>Covil Sessions</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Bass to Mouth</i>	Musical de Autor		x	
<i>Rythm Prazer Radio</i>	Musical de Autor	x		
<i>Summer of Love</i>	Musical de Autor	x		
Dia Cão	Musical de Autor		x	
Sombra	Musical de Autor	x		
Para lá de Nunca	Musical de Autor	x		
A claridade dos Gestos Obscuros	Musical de Autor	x		
<i>Decadance</i>	Musical de Autor		x	
<i>Sound Club</i>	Musical de Autor	x		
Programas em grelha e em podcast na plataforma SoundCloud				
<i>Digital Freak</i>	Musical de Autor	x		
<i>Room 4 Resistance</i>	Musical de Autor	x		
<i>On Earth</i>	Musical de Autor	x		
CIRCA	Musical de Autor	x		
Programas exclusivamente em grelha				

<i>Tuesdaze</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>So get up</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Sundaze</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
<i>Saturdaze</i>	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Programas exclusivamente em podcast na plataforma Mixcloud				
Flamingo	Musical de Autor	x		
Macumba	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Suspensão da Dúvida	Musical de Autor	x		
OUT.RA	Musical de Autor	x		
Desastre	Musical de Autor	x		
<i>Soro Collective</i>	Musical de Autor	x		
Panóplia	Musical de Autor		x	
<i>Anxiety</i>	Musical de Autor	x		
<i>Mind of Many</i>	Musical de Autor		x	
<i>Heretics</i>	Musical de Autor	x		
<i>TBMKR Show</i>	Musical de Autor	x		
Mundo Urbano	Musical de Autor	x		
SLALOM	Musical de Autor	x		
Quimera	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Paraíso	Musical de Autor		x	
<i>PEOPLE UNKNOWN</i>	Musical de Autor	x		
<i>BoF by Bill Onair & FOREST</i>	Musical de Autor	x		
Programas exclusivamente em podcast na plataforma SoundCloud				
<i>RETROGRADE</i>	Musical de Autor	x		
<i>Serendipity Summer</i>	Musical de Autor	x		
<i>Live at LuxFragil</i>	Musical de Autor	x		
<i>CAROENTE</i>	Musical de Autor	x		
<i>Arena SPA</i>	Musical de Autor	x		
<i>GuestMix</i>	Musical de Autor	x		
<i>Fungo Transmissions</i>	Musical de Autor	x		
<i>Satan made me do it</i>	Musical de Autor		x	

8.4.20 - Rádio Escuta

Por se tratar de uma emissora de rádio efêmera, a *Rádio Escuta* teve a particularidade de não ter criado uma grelha de programas diários e regulares. Esta experiência funcionou de 5 a 22 de julho de 2018. "A Rádio Escuta é uma rádio

comunitária efêmera concebida para difundir a série de documentários *Meia Hora*, realizada num processo de Escuta ao longo da Avenida Almirante Reis” (Largoresidencias, 2019)²⁰⁰.

Durante os 17 dias de emissão, a *Rádio Escuta* complementou-a com programação focada em conteúdos informativos ligados ao território onde surgiu e com conteúdos musicais que se inspiraram nas comunidades residentes desta zona de Lisboa. Estes conteúdos informativos foram preenchidos com noticiários realizados em várias línguas (ex: inglês, chinês, bangla, hindi), pequenas histórias de vida, reportagens e entrevistas.

Esta curta existência da *Rádio Escuta* serviu para “documentar a vida deste lugar e as interações entre a comunidade e os projetos locais” (Largoresidencias, 2019). Os programas emitidos por esta emissora puderam ser escutados em direto, em formato *online* ou diretamente no estúdio que ficou instalado no Largo do Intendente, onde decorria o Festival Bairro Intendente em Festa.

Estes programas podem ainda ser escutados em *podcast*, estando divididos por áreas temáticas: *Meia hora*, *Notícias*, *Reportagens*, *Conversas*, *Curtas e Música*. Os *podcasts* arquivados no espaço *Meia Hora* referem-se aos quatro documentários realizados aos habitantes do bairro, focando-se sobretudo nos idosos, nas mulheres, nos sem-abrigo e nos imigrantes. No espaço *Notícias* encontramos 11 blocos informativos realizados em diversas línguas e na secção *Reportagens* é possível ouvir seis trabalhos sobre o bairro e quem o habita, realizados por jornalistas convidados. As *Conversas* foi o local encontrado para alojar as entrevistas que foram sendo realizadas ao longo dos 17 dias de emissão. Estas 24 entrevistas foram concretizadas no estúdio da Escuta, para falar sobre a rua, mas também sobre a rádio, quando os convidados estavam diretamente ligados profissionalmente a este meio. Por fim, no espaço *Curtas* encontram-se pequenas reportagens, “divididas em séries e realizadas por alunos de jornalismo com o apoio de mediadores” (Escuta, 2019). Foram realizadas 42 pequenas reportagens deste género.

²⁰⁰ Rádio Escuta - <https://www.largoresidencias.com/agenda/radio-escuta>

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
		x	x	x			x	x
							Facebook Twitter	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Meia Hora	Notícias e Informação	x		
Notícias	Notícias e Informação	x		
Reportagens	Notícias e Informação	x		
Conversas	Entrevista		x	
Curtas	Notícias e Informação		x	

8.4.21 - Rádio Transforma

A *Rádio Transforma* contemplava na sua grelha, em 2019, um total de 22 programas. Estes programas eram anunciados no seu *site*, numa grelha que continha a programação dos sete dias seguintes. Logo na página de abertura encontravam-se os respetivos programas, com informação acerca destes, com a escuta possibilitada em *streaming* e com recurso à plataforma *Mixcloud*. Existia emissão *online* e algumas emissões estavam disponíveis numa página do *Youtube*, embora com parca atualização. A emissora comunicava com regularidade a sua atividade nas redes sociais, dando preferência ao *Facebook*. Na generalidade, os programas eram de autor, sendo diverso o número de autores que faziam parte da equipa.

Tipologia de Emissão			Formato de Emissão				Plataformas em que se divulgam	
Grelha de programas	Emissão Contínua	Conteúdos	Podcast	Streaming	Feed RSS	Outro	Site próprio	Outras Quais?
x	x	x		x			x	x
							Facebook Twitter Mixcloud Instagram Youtube	

Programas e tipologias		Modos de produção		
Nome do Programa	Tipologia	Gravado	Direto	Misto
Clube da Esquina	Musical de Autor	x		
Um café irreverente	<i>Phone Talk /Call In</i>		x	
Sem pecado	Entrevista	x		
Aldeia do mundo	Musical de Autor	x		
Timbuktu	Musical de Autor	x		
Os amantes	Musical de Autor	x		
3 à Mistura	Entretenimento e <i>Talk Show</i>		x	
Última Geração	Notícias e Informação	x		
<i>Sui Generis</i>	Notícias e Informação	x		
Porta 832	Notícias e Informação	x		
Os Libertinos	Musical de Autor	x		
<i>Blues in Gaza</i>	Musical de Autor	x		
Hora de Ares	Magazine Cultural	x		
Labirinto de Espuma	Musical de Autor	x		
Os Gatos, à noite, não são parvos	Musical de <i>Playlist</i>	x		
Política Impura	Notícias e Informação	x		
<i>Snacks</i> de Economia Política	Notícias e Informação	x		
Velocidade de Cruzeiro	Musical de Autor	x		
Volta <i>Jazz</i> , estás perdoado	Musical de Autor	x		
A Bússola	Musical de Autor	x		
Ah, Falemos da Brisa!	Magazine Cultural	x		
A Montanha Mágica	Musical de Autor	x		

8.5 Produtores, formação dos voluntários e acessibilidade

Neste subcapítulo tentamos perceber quem são aqueles que concretizam estas emissoras e qual a sua ligação à comunidade em que o projeto se insere. Aqui, interessa ainda averiguar se a comunidade é ativa na criação de conteúdos e na decisão acerca da programação da rádio, se existe uma pluralidade de vozes na emissão, mas também se estas emissões são conduzidas por voluntários. Em caso afirmativo, tentaremos ainda perceber se existe formação dos voluntários que compõem os projetos, nomeadamente

através da realização de *workshops* ou de outras atividades, que permitam o desenvolvimento técnico dos recursos humanos.

Este aspeto está também relacionado com a acessibilidade, que é outra das características inerentes às RC. Importa saber se as emissões estão acessíveis a todos quantos queiram participar, contribuindo para a promoção do processo democrático.

8.5.1 - Rádio Zero

A *Rádio Zero* estava aberta à participação da comunidade e era inteiramente constituída por voluntários. “Cada autor é livre de fazer o programa que desejar, em 28 ou 57 minutos semanais” (Zero, 2019). Para que isso aconteça, tinha de ser enviada uma proposta para a rádio com os contactos do autor, o nome e a descrição do programa, a respetiva duração, mas também uma maquete gravada para que pudesse ser analisada a estrutura do programa.

Não temos preferências nem preconceitos. Desde que uma pessoa se proponha a fazer um conteúdo que a realize, se comprometa a manter o programa na regularidade acordada e que não colida com os princípios da Zero, tudo pode acontecer, desde o mais banal programa de música pop até a gravações de orquestras de máquinas de lavar roupa (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, Agosto, 2018).

A *Rádio Zero* permitia ainda que, mesmo sem fazer um programa, os voluntários pudessem fazer parte da equipa assumindo outras funções em qualquer departamento do projeto: comunicação e marketing, programação ou técnico e logístico.

João Bacalhau (2018), membro da rádio, sustenta que a acessibilidade à *Rádio Zero* está garantida a todos aqueles que queiram fazer parte da emissora.

A Zero é aberta a toda a gente. Basta querer fazer um programa e assumir o compromisso de o manter. Pode ser aluno do Técnico, de outra faculdade, não ser aluno de lado nenhum, ser novo, ser velho, ter 20 anos de experiência em rádio ou nunca ter visto um estúdio na vida (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, Agosto, 2018).

No momento da adesão, cada membro recebia uma pequena formação básica para aprender a gravar um programa e perceber como funcionava a emissora, o mesmo acontecia com quem não fizesse programas, mas que quisesse estar ligado a qualquer um dos seus departamentos. “É preciso é vontade e amor à camisola (...) dizíamos que

era a única rádio onde o presidente também era porteiro e onde o diretor também varria o chão” (João Bacalhau, Entrevista Pessoal, Agosto, 2018).

8.5.2 - Rádio Manobras

Na página principal da *Rádio Manobras* na internet, existia um separador que convidava a comunidade a fazer parte do projeto. “A equipa é feita de voluntários com uma missão comum” (Rádio Manobras, 2019). Aos voluntários que mostrassem vontade de apresentar programas e de fazer parte da emissora, a *Rádio Manobras* disponibilizava-se para “operacionalizar, ensinar e apoiar” (Rádio Manobras, 2019) na criação e desenvolvimento de um programa. Estes, variavam no tempo e no conteúdo, podendo ir de um minuto a várias horas, sobre qualquer temática, estando a emissora aberta inclusive a qualquer língua.

Sendo, como já vimos, uma emissora sem fins lucrativos, esta rádio vivia do empenho da sua rede de voluntários, tendo por isso a figura do “fiel amigo” (Rádio Manobras, 2019). Ou seja, o projeto estava recetivo a donativos, que suportavam as despesas correntes com a internet, a luz, a aquisição de novo material, mas também a produção de materiais de comunicação e de divulgação.

Esta emissora pretendia ser um espaço cívico aberto a toda a cidade do Porto.

Associações cívicas, artistas sonoros, forças sem voz, comunicadores, criadores do teatro e das letras, documentadores, cidadãos pensadores, contadores de histórias, amadores, profissionais ou experimentais, sejam eles públicos, privados, associativos, empenhados, discretos, todos podem trazer a sua voz e propagá-la a partir deste local de encontro. A Rádio Manobras quer contribuir para um espaço comum aberto, no qual os cidadãos diferentes se inter-reconhecem, confrontam e contaminam. Este é o pilar da sua vocação de serviço à cidade. Ou seja, se a Rádio se abre potencialmente a todos na cidade, é porque o espaço público aberto e profícuo que defende realiza-se na medida em que muitos partilham em equivalência o que pensam, extraem e fazem na cidade (Rádio Manobras, 2019).

A *Rádio Manobras* assumia-se como um espaço de participação livre, individual ou em grupo, e também de investigação do meio rádio. Apostava em combater os formatos e os meios hegemónicos que “saturam o nosso espaço público e radiofónico [e que] eliminam o potencial de diversidade” (Rádio Manobras, 2019). Este ponto de vista parecia conduzir à ideia de que esta emissora estava recetiva à participação de qualquer elemento da comunidade e acessível a quem quisesse participar. Todavia, embora

estivesse aberta à participação da comunidade na programação e gestão da rádio, os seus dinamizadores reconheciam que, pretendendo ter programas que fujam à estandardização e temáticas das rádios *mainstream*, estavam já a impor filtros e limitações (Anselmo Canha, Entrevista Pessoal, 2015).

8.5.3 - Stress FM

Em relação à *Stress FM* não existem informações sobre estes aspetos disponibilizadas na sua página na internet e nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, que é a sua forma de comunicar mais atualizada. Em entrevista, em 2018, Nuno Torres, um dos elementos da emissora, referia que passavam por uma fase de reestruturação. No início do ano de 2020, a emissora continuava sem programação, sem atualização nas redes sociais e sem responder aos nossos contactos²⁰¹.

8.5.4 - Quase FM

Uma vez que também esta emissora não respondeu aos contactos para a concretização de uma entrevista exploratória, no sentido de esclarecer as informações respeitantes a este ponto, focamo-nos nos dados que disponibilizam *online*. A *Quase FM* era uma rádio voltada para a comunidade académica da Universidade Católica, composta sobretudo por alunos, todos eles em regime de voluntariado.

8.5.5 - Engenharia Rádio

Em 2020, esta rádio do Porto contava com cerca de 60 colaboradores, todos voluntários, e sempre alunos ou ex-alunos da Faculdade de Engenharia da universidade pública local. Tratava-se de uma emissora aberta à comunidade envolvente, embora a maioria dos voluntários que lhe davam vida fossem estudantes da instituição.

De acordo com o coordenador do projeto, Filipe Teixeira (2017), qualquer estudante que se proponha a fazer um programa pode fazê-lo, pois “desde que faça o mínimo de sentido, todos os programas vão para o ar” (Entrevista ao JPN, 2017)²⁰². No

²⁰¹ Não tendo sido abordada a questão da participação e acessibilidade na primeira entrevista realizada em 2018, ficámos sem conseguir obter esta informação, pois não houve resposta positiva ao nosso pedido para uma segunda entrevista.

²⁰² Informação recolhida na entrevista de Filipe Teixeira ao JPN - <https://jpn.up.pt/2017/03/13/uma-dezena-ao-virar-da-esquina/>

seu *site* na internet, a *ER* (2020) apresenta todas as áreas em que qualquer voluntário pode participar no dia a dia da rádio, mostrando que a vontade é o único critério exigido.

Gostarias de colaborar connosco? Apenas necessitas de uma coisa: Vontade! Podes escolher o que queres fazer e nós damos-te toda a orientação necessária. O que podes fazer na ER? **Locução e Produção de Programas:** Cria o teu próprio programa de rádio ou colabora num já existente. Podes ser locutor e podes gerir os conteúdos do programa. **Reportagens e Entrevistas:** Faz parte da equipa de exteriores da ER. Vais aos eventos cobertos pela ER fazer reportagem e entrevistas os artistas presentes. **Gestão de conteúdos** da rádio e do website: Ajuda a decidir que músicas passam na ER, os passatempos promovidos e os principais destaques do site da rádio. **Apoio técnico e edição de som:** Faz parte da equipa técnica da ER que trabalha os ficheiros áudio e ajuda os outros colaboradores a saber trabalhar no estúdio da ER. **Contactos com bandas, editoras e promotores:** Organiza as entrevistas com as bandas, ouve os novos álbuns antes de toda a gente e ajuda a ER a promover passatempos. **Comunicação e Imagem:** Ajuda a promover e a desenvolver a imagem da ER. **Manutenção e desenvolvimento do website:** Ajuda na manutenção do site e desenvolve novas funcionalidades e procura novas soluções (Engenharia Rádio, 2020).

Na expectativa de partilhar experiências, de realizar formação e de dar visibilidade a este projeto, a *ER* esteve na organização do Fórum de Rádios Independentes (2014 e 2016), tendo como parceiros outras rádios, que também surgem na lista de projetos de rádios comunitárias deste estudo, nomeadamente a *Rádio Manobras* e a *Rádio Zero*. No final deste fórum, Filipe Teixeira (2016), numa entrevista à televisão Porto Canal, mostrava como a rádio está acessível à participação da comunidade e como pretendia reforçar a sua ligação com a cidade do Porto. “Queremos uma maior ligação da rádio à cidade e aos eventos socioculturais da mesma” (Entrevista ao Porto Canal, 2016).

8.5.6 - Rádio Aurora

O programa *Rádio Aurora - A outra voz* era gravado em duas tardes por semana e era produzido com o sentido de “criar horizontalidade” (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018). De acordo com o mentor do projeto, o psicólogo Nuno Faleiro da Silva, todo o funcionamento da rádio era democrático, o que também se revelava uma questão complexa dentro da saúde mental.

Existe uma grande riqueza e pluralidade de pensamentos que é preciso e importante respeitar. As decisões são partilhadas e os temas são eleitos pela

maioria - o próprio nome do programa foi eleito pelo voto da maioria. Regras criadas e negociadas entre todos. Qualquer pessoa é bem-vinda, qualquer pessoa que contacta e quer vir pode vir, mas respeitamos o silêncio e as reservas de cada um (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

Neste projeto participava qualquer pessoa da comunidade do Hospital Júlio de Matos, em Lisboa, internada ou não, com ou sem doença mental, mas também participavam, em praticamente todos os programas, convidados externos à comunidade.

Sobre uma pequena mesa colocada na varanda da unidade de convalescença do Júlio de Matos estão colocados um computador e uma mesa de mistura. À volta, 12 pessoas diagnosticadas com patologias psiquiátricas consideradas "pesadas", como psicoses, esquizofrenias ou doença bipolar. São eles que vão gravar o programa de hoje, que tem como tema a gratidão. (...) O microfone vai circulando entre aqueles que querem exprimir a sua ideia acerca da gratidão, tema central do programa (...) A participação no programa é aberta aos doentes internados, em ambulatório e a outras pessoas que queiram simplesmente juntar-se à equipa. Além de contribuir para combater o preconceito, a participação no programa tem um efeito terapêutico (...) (Público, 2012).

Este excerto de um artigo do Jornal *Público* exemplifica como existe a participação de toda a comunidade e a acessibilidade desta às emissões que são produzidas no Hospital Júlio de Matos. Uma ideia que foi reforçada pelo seu coordenador, que garantiu também não existir qualquer critério vocal para fazer parte da equipa que constrói o programa. Nuno Faleiro da Silva (2018) sublinhou que, embora tenham existido rádios que tenham exigido *castings* de voz para aceitarem transmitir o programa que coordena, “não faz sentido algum reduzir a comunicação a uma faixa de vozes mais ou menos calibradas” (Nuno Faleiro da Silva, Entrevista Pessoal, agosto, 2018).

Numa fase inicial, este projeto recebeu o apoio e a formação da *Rádio Zero*, também de Lisboa e que compreende a listagem de projetos comunitários desta análise, e, em 2018, Nuno Faleiro da Silva procurava que um dos seus pacientes encontrasse vocação para a questão técnica da sonoplastia do programa que, nessa altura, estava a cargo do próprio.

8.5.7 - Rádio Autónoma

Em 2019, a *Rádio Autónoma* apresentava-se nas redes sociais como uma rádio de experiências, de autores, com espaço para todos os apaixonados pela rádio e para programas de estilos variados e onde se pode fazer rádio sem medo de errar. “Somos os alunos, os técnicos e os professores que embarcam neste projecto, com a esperança de despertar e abalar o mundo da Rádio” (Rádio Autónoma, 2019).

Este projeto era composto por elementos da comunidade escolar da Universidade Autónoma de Lisboa. João de Sousa (2020), coordenador do projeto, afirma que todos eram livres de criar o seu próprio programa ou de fazer animação de rádio nos programas de *playlist* existentes e que permitem a continuidade do projeto.

As temáticas são decididas pelos autores/colaboradores, com anuência da coordenação da rádio. Todos podem participar. Basta propor uma ideia. Com mais ou menos *coaching* a ideia é estruturada até se produzir um programa-piloto. Treina-se um esquema de produção, coloca-se o programa no ar. Estes voluntários podem também optar por fazer animação de programas, ou seja, apresentação durante a rotação musical da rádio. Neste caso, participam também da construção da *playlist*” (João de Sousa, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

Ao longo do ano letivo é disponibilizado apoio técnico aos autores dos programas na *Rádio Autónoma*, que pode ser técnico (áudio e vocal) ou ao nível da escrita e linguagem radiofónica.

Depende das necessidades dos proponentes. Esse apoio é dado individualmente ou em grupo, pode ir desde questões técnicas até formação de escrita e linguagem radiofónica, formatação de conteúdos áudio ou técnica vocal (João de Sousa, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

Este apoio é maior na fase de produção do programa-piloto e vai diminuindo gradualmente à medida que vai aumentando a autonomia do voluntário na produção e realização do seu próprio programa.

8.5.8 - ESCSFM

Esta rádio da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa era dinamizada, na íntegra, por alunos da instituição. O projeto estava aberto à participação da comunidade em que se insere e destacava no seu *site* na internet, através do separador *Recrutamento*, a vontade de incorporar mais elementos.

Vale a pena mencionar que estamos sempre à espera de sangue fresco que consiga carregar os valores da nossa rádio e que esteja ciente da loucura, união e esforço que nos caracteriza. Se és Alumni, o teu lugar é aqui! (ESCSFM, 2020)²⁰³.

De acordo com André Maia, o coordenador do projeto em 2018, não existia qualquer controlo temático, nem mesmo regulação ou coordenação por parte de professores (André Maia, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Também os ex-alunos da ESCS de Lisboa tinham a possibilidade de continuar a colaborar com a emissora, ou de regressar (se a saída da instituição não tivesse ultrapassado os dois anos), muito embora as vagas estivessem limitadas a dez elementos por ano e o valor da quota cobrado fosse o dobro daquele que era cobrado a um atual aluno. Segundo a ESCSFM (2020), estas restrições existiam para “preservar o ideal de aprendizagem do projeto, focado nos atuais alunos da instituição e não naqueles que já concluíram a licenciatura”.

Em relação à formação, esta emissora possuía um departamento responsável por esta área, com o objetivo de formar todos os membros que faziam parte do projeto. “Assim, quando um membro mostra interesse em participar na ESCS FM é formado para o programa em específico no qual quer participar” (Larissa Silva, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020)²⁰⁴. A estas formações juntavam também o apoio dado pelo respetivo coordenador de cada departamento da rádio. “Em termos de formação, este ano [2020] começámos a apostar numa formação mais intensiva dos membros, de modo a prepará-los para os respetivos programas ou departamentos que queiram participar” (Larissa Silva, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

8.5.9 - Rádio Radical

Em 2018, esta rádio era composta apenas por voluntários e estava aberta à participação daqueles que nela estivessem interessados em fazer um programa, desde que fosse ao encontro da génese da emissora: uma rádio que pretendia valorizar o KPOP, música pop coreana, e os talentos nacionais dentro desta área musical específica.

²⁰³ ESCSFM - <https://escsfm.ipl.pt>

²⁰⁴ Larissa Silva substituiu André Maia na coordenação desta emissora em 2020.

No entanto, o acesso à produção de programas era controlado. Embora manifestassem intenções de receber um maior número de contributos de voluntários, de acordo com Helder Tavares (2018), um dos membros fundadores do projeto, a coordenação controlava a qualidade vocal de quem aqui pretendia realizar um programa de rádio. Um dado confirmado, dois anos mais tarde, por Sofia Rodrigues (2020), elemento da equipa. “De momento já temos a equipa cheia, mas antes de alguém ser adicionado são pedidas algumas gravações e estas são analisadas pelo diretor (Sofia Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

A *Rádio Radical* não disponibiliza qualquer ação de formação aos seus membros. Todavia, grande parte da equipa tem formação prévia na área da rádio ou da comunicação.

8.5.10 - RUBI

Funcionando esta rádio como um laboratório da disciplina de jornalismo, está implícita a formação que os membros que a dinamizam recebem ao longo do ano letivo, bem como o seu estatuto de voluntários.

A participação está aberta a toda a comunidade académica da Universidade da Beira Interior, havendo em 2018 uma vontade expressa de que outros elementos pudessem fazer parte da dinamização da grelha de programas. Embora o maior número de contributos chegasse por parte dos alunos de jornalismo, existiam programas produzidos por estudantes de outros cursos desta instituição e a intenção de que também a comunidade envolvente pudesse passar a fazer parte da dinâmica da emissora.

A RUBI é nesta fase essencialmente um laboratório e repositório, mas que pretende ser algo mais, que pretende estabelecer uma ligação com a comunidade, para que possam existir, numa futura grelha, programas e conteúdos diversos, mas sobretudo que não sejam apenas dos estudantes, mas de toda a comunidade (Ricardo Morais, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

As temáticas dos programas eram escolhidas pelos alunos, embora existisse uma validação por parte do docente coordenador do projeto.

8.5.11 - NRC

Como esta emissora nasceu de um projeto pessoal de Emanuel Magalhães, em 2018, a escolha da programação estava centralizada no seu mentor, que era quem pré-

determinava os conteúdos emitidos pela *NRC*. Esta rádio de inspiração cristã tinha quatro colaboradores voluntários e estava aberta à participação de outros autores. Exemplo disso eram os programas *Shalom - momentos de paz*, da autoria de Carlos Cabrita Mendes e também o *Paulus Apresenta*, da responsabilidade da Editora Paulus.

De acordo com Emanuel Magalhães (2018), a *NRC* apresentava como condicionalismo único à realização de um programa de rádio a necessidade de partilhar a mesma convicção cristã. “Está aberta a novos membros desde que partilhem do mesmo carisma e compromisso católico/cristão” (Emanuel Magalhães, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Quanto à formação, não encontramos dados que nos permitam aferir se esta existe em termos técnicos ou de conteúdos²⁰⁵.

8.5.12 - CCFM

Na *CCFM* podia participar qualquer membro da comunidade em que esta estava inserida, ou seja, qualquer aluno do curso de ciências da comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto poderia, se assim o entendesse, ter um programa de rádio. Em 2018, as temáticas, as músicas e até a forma de comunicação dos conteúdos, como por exemplo a escolha das redes sociais, eram determinadas pelo autor do programa, sem que houvesse limitações temáticas.

Não existem propriamente limitações, visto que se trata de um espaço onde os alunos podem desenvolver capacidades muito úteis para a disciplina de Rádio. No entanto, antes de surgir um novo programa, a ideia é discutida com as coordenadoras e com a professora de Rádio, Ana Isabel Reis. O mais comum é que todas as propostas sejam aceites (Rita Ferreira, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Neste projeto, todos os elementos eram voluntários e tratando-se de uma rádio dinamizada dentro de uma faculdade, por alunos da área da comunicação, com a supervisão de professores de rádio, estava implícita a existência de formação, servindo a emissora para complementar precisamente essa formação.

²⁰⁵ Esta temática não foi abordada na primeira entrevista realizada, ainda em 2018, a Emanuel Magalhães, que não se mostrou disponível para uma segunda entrevista.

8.5.13 - Cascais Net Rádio

A *Cascais Net Rádio* começou como um projeto pessoal, que se foi abrindo à comunidade. Em 2018, além do seu mentor Carlos Didier, esta emissora contava com a participação de onze membros na programação e de Rui Lameira²⁰⁶, em colaboração esporádica, na criação de *jingles* e sons de continuidade para a antena.

Considerava-se uma rádio aberta àqueles que nela pretendessem participar, na qual todos eram voluntários. Contudo, mesmo não sendo colaboradores profissionais auspiciavam um resultado de qualidade e uma rádio estruturada.

É o amigo do amigo que se aproxima e que pretende fazer um programa. O contacto pode acontecer através das redes sociais. Aconteceu isso, por exemplo com o [programa] *Zona 8*. (...) Aqui ninguém é profissional, mas dentro do amadorismo tentamos que se obtenha um produto razoável e que tenha, pelo menos, princípio, meio e fim, e que resulte em algo estruturado. (...) Não posso exigir muito porque quem está connosco está a dar muito de si e a mais não é obrigado. São voluntários (Carlos Didier, Entrevista Pessoal, julho 18, 2018).

De acordo com o coordenador do projeto, não existia qualquer formação da área da rádio para estes voluntários, uma vez que, quase na totalidade, são elementos que já trazem consigo essa formação e vários anos dedicados a este meio de comunicação social.

8.5.14 - Rádio Lusitânia CB

A *Rádio Lusitânia CB* apareceu pelas mãos de Carlos Carvalho, em 2006. Ao mentor do projeto juntaram-se mais dois voluntários, que dinamizavam a rádio nas suas diferentes vertentes, formando assim um “Grupo de Rádio” (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho, 2018). Carlos Carvalho geria aquela que chamava de “rádio mãe”, a generalista *RLCB* e também a *RLCB Dance*, ficando a gestão da *CC Rádio Portugal* a cargo de Carmen Dolores e a *RLCB Tuga* sob a orientação de João Gomes.

Carlos Carvalho (2018) afirmava que todos os contributos para a dinamização da programação eram bem-vindos. Todavia, sublinhou que a equipa composta por estes três voluntários era muito selectiva na aceitação de propostas de novos programas e parcerias.

²⁰⁶ Rui Lameira é locutor e animador de rádio na emissora privada TSF.

Quando nos propõem algo temos de analisar, ouvir para avaliar a voz e principalmente a postura em rádio. (...) Estamos sempre muito presentes no projeto e reunimos este pequeno conjunto de locutores amadores. Abdicamos muitas vezes da nossa vida pessoal para dar continuidade e interatividade a uma missão comum e assumimos um compromisso com o grupo...” (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Assim, a participação no projeto e a acessibilidade da comunidade à construção e manutenção da grelha de programas era diminuta, estando muito centralizadas nestes membros.

Discutimos ideias, avaliamos, tomamos decisões, nem sempre as mais acertadas, reformulamos, revelamos capacidade de acção e reacção e adaptamo-nos a novas situações. Existe uma boa comunicação entre os membros e, regra geral, um excelente relacionamento pessoal (Carlos Carvalho, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Apesar desta participação limitada da comunidade, a pluralidade de vozes na emissão existia através dos contributos externos de programação que o projeto recebia, nomeadamente formatos destinados ao público infantil.

No campo da formação, de acordo com Carmen Dolores (2020), uma das voluntárias do projeto, apenas um dos elementos que compõem a programação da emissora não teve qualquer formação em rádio. Os outros dois membros, a própria Carmen Dolores e Carlos Carvalho, têm percurso na rádio nacional, onde adquiriram experiência no setor.

O Carlos Carvalho esteve na Radio Popular de Lisboa (antiga rádio pirata no final dos anos 80) e posteriormente dedicou-se à CB Radio Amadorismo. Em 1994 voltou ao *broadcasting* já em internet onde formou o actual grupo Rádio Lusitânia CB. Eu, iniciei a minha carreira como locutora em 1994 na antiga Radio Renascença de Elvas, onde estive durante 10 anos. Nessa altura ainda tirei um curso de aperfeiçoamento em imprensa e rádio através da CENJOR cujos formadores/jornalistas pertenciam à revista VISÃO. Já em 2019 ainda integrei um programa na actual Rádio Elvas (rádio local) (Carmen Dolores, Entrevista Pessoal, janeiro 2020).

8.5.15 - Rádio Miúdos

A *Rádio Miúdos*, que está voltada para a comunidade escolar, pretende que o projeto seja também construído pelas crianças, servindo de ferramenta de apoio para

pais e professores. De acordo com a diretora, Verónica Milagres (2015), o objetivo com que nasceu esta emissora foi o de “dar às crianças uma rádio sua, com hipótese de participarem, escolherem elas próprias o que gostam de fazer” (Verónica Milagres, Youtube, junho, 2015)²⁰⁷.

Para além das 25 crianças envolvidas como locutores ou como correspondentes, em 2020, existia ainda o projeto “Rede Rádio Escolas”, que contava com 120 estabelecimentos escolares nacionais e três internacionais. Este projeto possibilitava o contacto direto das crianças com a rádio e a participação ativa na criação de conteúdos, e pretendia

reunir os programas, ideias, projetos e todos os conteúdos produzidos nas escolas, através do programa Rádio-Escolas, e servir de plataforma de partilha de alunos e professores para uma forma de cidadania participativa mais ativa, dinâmica e global (Rádio Miúdos, 2020).

Este projeto e outros como, por exemplo, o concurso nacional “Põe a tua terra nos píncaros” eram geridos por profissionais da área da produção e do jornalismo. Este último, tratava-se de outra forma que a emissora encontrava para envolver as crianças com o mundo da rádio, possibilitando-lhes criar programas sobre uma determinada temática. Exemplos como evidenciar a personagem mais impactante da localidade ou as alterações climáticas foram abordados na segunda e terceira edições da iniciativa.

Em 2020, havia ainda outro exemplo de como a *Rádio Miúdos* possibilitava a participação e a acessibilidade ao meio, envolvendo a sua comunidade no dia a dia da emissora. Tratava-se da realização da “Oficina de Rádio” nas escolas, que tinham a duração de três horas e estavam direcionadas para alunos do 2º ao 9º ano.

Todas estas iniciativas demonstram que existe pluralidade de vozes nas emissões desta rádio e que a formação dos voluntários que compõem a equipa está assegurada.

De acordo com Verónica Milagres (2020), todas as crianças que mostrem vontade de participar na rádio são bem-vindas, quer seja em participação esporádica, quer seja em participação regular.

“[As crianças] vêm através do boca a boca, mas também por *castings* que vamos fazendo e ainda quando vamos às escolas ou das escolas vêm até nós. Estamos de

²⁰⁷ Vídeo alojado na página internet da rádio miúdos, com ligação para o Youtube, que pode ser consultado em <https://youtu.be/q7i0emtOYTE>

braços abertos para todos os miúdos que queiram participar, de forma mais regular ou não. Intensiva ou não.

Temos também a figura dos correspondentes nacionais e até temos internacionais: um em Cabo Verde e dois na Escócia” (Verónica Milagres, Entrevista Pessoal, janeiro 2020).

A *Rádio Miúdos* era composta sobretudo por voluntários, mas também existiam assalariados para permitir “a continuidade e o crescimento do projeto” (Verónica Milagres, Entrevista Pessoal, janeiro 2020). A formação estava também garantida, havendo mesmo crianças que, sozinhas, faziam o seu próprio programa, incluindo a sonoplastia.

8.5.16 - RadioActive 101

O projeto *RadioActive101* pretendia que os participantes envolvidos nas rádios comunitárias estivessem presentes nos “processos de discussão, análise e produção dos conteúdos da rádio” (Jorge, A.; Brites, M.J.; Minga, E.; 2016, p. 5), centrando-se nas particularidades de cada uma das comunidades onde estes estavam a ser desenvolvidos.

No manual que o projeto criou e que servia de guia aos voluntários que pretendam criar uma rádio comunitária, sob a alçada deste projeto chapéu, era evidente a vontade de destacar as particularidades de cada uma das comunidades representadas. Podia ler-se neste documento que

se escutarem os *jingles* dos 10 centros em <http://pt.radioactive101.eu/category/podcast/>, os ouvintes vão perceber as suas identidades sociais, as suas dificuldades e as suas forças. Por exemplo, o *jingle* do Multivivências foi feito com recurso à música cigana, tão importante na comunidade de Ponte de Anta, em Espinho (Jorge, A.; Brites, M.J.; Minga, E.; 2016, p. 15).

Um claro apelo às singularidades socioculturais de cada uma das comunidades, que eram também envolvidas no projeto através da promoção da emissão junto destas. O possível *feedback* gerado era considerado como um estímulo à melhoria da programação.

No RadioActive, tornou-se hábito promover a emissão como um momento para a comunidade ouvir os programas produzidos pelos jovens, com convívio, reconhecimento e feedback sobre ganhos e aprendizagens feitas. É importante recolher o feedback da audiência ouvinte através da internet, estimulando isso

mesmo na programação. Depois, deve-se responder a cada um, agradecendo as sugestões dadas. Eventuais críticas, positivas e negativas, devem ser transmitidas ao grupo e refletidas conjuntamente, avaliando o valor de cada uma (Jorge, A.; Brites, M.J.; Minga, E.; 2016, p. 40)

No campo da formação, os mesmos autores denotavam que estava assegurada a aprendizagem técnica aos monitores que iriam coordenar as equipas locais e que estaria também garantida a cedência de equipamento de rádio. O grupo de investigadores que compunham o *RA101* comprometiam-se a acompanhar as atividades dos grupos, trabalhando na autonomização dos mesmos.

Além da formação técnica de rádio, com vista a garantir a continuidade futura dos projetos, era também desenvolvido treino na técnica de obtenção de fundos, nomeadamente ao nível do *Crowdsourcing/ Crowdfunding*, pela realização de eventos radiofónicos de captação de recursos financeiros junto da comunidade ou ainda através de patrocínios.

8.5.17 - RRE

A informação disponibilizada no *site* desta emissora e nas redes sociais não pode ser considerada suficiente para avaliar a participação da comunidade na construção da grelha de programas das emissões da rádio, nem a acessibilidade da comunidade ou a formação dos voluntários envolvidos no projeto. Como já referimos anteriormente, foram efetuados contactos nesse sentido, mas sem sucesso.

De referir que, em 2020, na página internet da *RRE* podia ler-se que a rádio aceitava novos locutores, mostrando abertura à participação de novos elementos²⁰⁸.

8.5.18 - Rádio Baixa

Entre 2018 e 2020, a grelha da *Rádio Baixa* foi construída com base em colaborações, que surgiram de convites estabelecidos pelos membros fundadores da emissora ou por “sugestão dos membros da comunidade, que engloba patronos e patrocinadores, parceiros e fãs” (Daniel Lopes, Entrevista Pessoal, julho, 2018).

Na altura, não era exigida qualquer formação aos convidados e a antena estava aberta também àqueles que nunca tinham feito rádio, sem controlo temático ou de estilo

²⁰⁸ Mais tarde, o site radiorefugiadoemigrante.pt deixou de estar acessível.

musical. Contudo, de acordo com Daniel Lopes (2018), os conteúdos deveriam estar dentro daquilo que os programadores consideravam de qualidade para ser exibido na rádio.

Embora a participação em antena não estivesse limitada aos quatro fundadores, todavia, esta acessibilidade, como referimos, estava limitada ao convite estabelecido pelos membros fundadores ou por sugestão da comunidade, sendo assim uma participação controlada.

8.5.19 - Rádio Quântica

Na análise anterior aos conteúdos dos programas da *Rádio Quântica* ficou claro que a comunidade estava ativa na criação de conteúdos e na programação, uma vez que dos 53 programas identificados, 44 eram programas com assinatura. Esta abertura da programação à comunidade confirma a pluralidade de vozes nas emissões.

Em 2019, para comemorar o quarto aniversário, a emissora, com a colaboração de 24 dos seus membros, lançou a compilação “IV”, com o objetivo de angariar fundos para melhorar as condições técnicas do seu estúdio, em Lisboa, e a qualidade dos programas.

Entre os convidados, há produtores mais experientes, como é caso de Citizen: Kane, Photonz, Roundhouse Kick, Shcuro e Violet, e outros que têm dado a conhecer o seu trabalho no último par de anos, como Odete e Stasya. A compilação conta com faixas variadas de outros 17 nomes, incluindo BLEID, Diogo, Enkō, Fabaitos, Luar Domatrix, Peterr, Prec e YLS (A Cabine, 2019)²⁰⁹.

Também nas comemorações do seu quarto aniversário se ficou a conhecer melhor este projeto, que começou como “uma plataforma DIY digital, sem estúdio e com cerca de 70 pessoas a transmitir a partir de casa, tornando-se, entretanto, numa comunidade diversificada com mais de 150 *broadcasters* – e com estúdio” (A Cabine, 2019).

No caso da *Rádio Quântica* não conseguimos aferir se existe algum tipo de formação de conteúdos e técnica às dezenas de voluntários que a compõem.

²⁰⁹ Informação recolhida em <https://acabine.pt/sentir/lancamento/radio-quantica-celebra-4o-aniversario-com-compilacao/>

8.5.20 - Rádio Escuta

A *Rádio Escuta* existiu para dar voz à comunidade de imigrantes do bairro do Intendente, na capital portuguesa, que é composta por dezenas de origens. As emissões desta rádio efêmera foram realizadas por estudantes de jornalismo e pelas pessoas que compunham as principais comunidades deste bairro lisboeta, oriundas do Bangladesh, China, Índia, Irão, Nepal e Paquistão.

Esta rádio esteve de microfones abertos a estas pessoas, que fizeram ouvir a sua voz em variados assuntos, mas com ênfase na questão dos direitos e do acesso à saúde (Ricardo J. Rodrigues, Declarações à SIC Notícias, julho, 2018)²¹⁰. Por exemplo, Nayem Hasan, oriundo do Bangladesh, correspondente da *News 24*, e a colaborar na tradução das notícias na *Rádio Escuta*, referia que “os imigrantes têm algo a dizer e não têm as devidas plataformas. A Rádio Escuta é este tipo de plataforma” (Nayem Hasan, Declarações à SIC Notícias, julho, 2018). Tendo-se assumido como um espaço para dar voz aos imigrantes, a *Rádio Escuta* envolveu-os nas suas emissões.

Esta rádio estava também acessível à sua comunidade, não apenas porque permitia que a população participasse nos programas que dinamizou, mas também porque os desenvolveu em diversas línguas, como por exemplo português, inglês, hindi, mandarim, bengali e urdu. Assim, conseguiu chegar a um maior número de imigrantes do bairro do Intendente, mas também fora das suas fronteiras. Os números registaram audições em cerca de 100 países estrangeiros, com destaque para a Índia e o Bangladesh (Sic Notícias, 2018).

Tínhamos a rádio online, que durante aquelas três semanas funcionava 24 horas e estávamos a ser ouvidos em mais de 100 países. Isso deve-se muito às comunidades estrangeiras que vivem no bairro, que se sentiram retratadas e começaram a envolver as famílias e amigos nos países de origem (Ricardo J. Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

Outro dos aspetos que também mostrava que a rádio estava aberta à participação da comunidade era a sua localização visível e central no bairro, bem como a própria construção do edifício que albergou o projeto.

²¹⁰ Informação obtida em <https://sicnoticias.pt/pais/2018-07-18-Radio-Escuta-da-voz-aos-imigrantes-que-vivem-em-Lisboa>

A rádio tinha um contentor de vidro no meio do Largo do Intendente com colunas em todo a praça. Muitas pessoas vinham bater diretamente no vidro para participar e contar histórias. Daí, eram reencaminhados para a redação, num dos edifícios do Largo. Além disso, havia oito pontos de escuta espalhados pelo bairro, normalmente em associações que se tinham juntado ao projeto, onde as emissões também eram transmitidas (Ricardo J. Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

Pelo *site* deste projeto consegue perceber-se que o envolvimento da comunidade foi para lá da participação nos programas ou da temática atribuída às rubricas criadas. Através da consulta à constituição da equipa, verifica-se que a comunidade esteve envolvida em aspetos como a coordenação técnica da emissora, a coordenação musical, ou a tradução e mediação.

A questão da formação está inerente a todo o processo de criação e dinamização desta emissora, uma vez que possibilitou ser um laboratório para os alunos de jornalismo que nela estiveram envolvidos. Receberam formação os cinco alunos da Universidade Lusófona que estiveram presentes, mas também os cinco mediadores da comunidade (uma chinesa, um nepalês, um paquistanês, um indiano e um bangladeshiano, que representavam as línguas nucleares do bairro). A formação foi na área do jornalismo e na componente técnica da gravação e edição áudio.

Nas semanas anteriores eu dei formação a todos em jornalismo e o nosso técnico deu-lhes a formação técnica para poderem editar e gravar as peças, bem como preparar os noticiários multilíngues. Durante as emissões, houve também vários jornalistas de rádio que se juntaram à nossa pequena redação e prepararam em conjunto algumas peças para as emissões (Ricardo J. Rodrigues, Entrevista Pessoal, janeiro, 2020).

Como por exemplo Fernando Alves, Pedro Pinheiro, Ricardo Oliveira Duarte e Joana Carvalho Reis, na altura todos elementos da TSF - Rádio Notícias.

8.5.21 - Rádio Transforma

Esta emissora portuense era plural nas vozes dos seus programas, tendo a audiência como protagonista na criação dos seus conteúdos, uma vez que praticamente a totalidade dos seus programas era de autor. Na criação de programas estava envolvido um grupo de cidadãos eclético, composto por psicanalistas, ativistas (ex: feministas), arquitetos ou antropólogos. “Em cada autor, programa e género, identidades que se complementam” (Transforma, 2019).

Os elementos que a compunham chegaram ao projeto mediante o convite do fundador da *Rádio Transforma*, José Carlos Tinoco.

Os realizadores dos diferentes programas foram expressamente convidados por mim ou conhecedores e identificados com o nosso projeto. Apresentaram propostas que, mercê das suas qualidades, foram apreciadas e aprovadas. Em alguns casos, receberam alguma formação sobre colocação da voz e edição áudio (José Carlos Tinoco, *Entrevista Pessoal*, novembro, 2019).

Sendo a participação efetuada mediante convite do coordenador do projeto e necessitar de aprovação prévia dos conteúdos, depreende-se que não existe via aberta à emissora, havendo um controlo prévio de participantes e de conteúdos.

9. Sistematização dos resultados do estudo

Os projetos de rádio com cariz comunitário que analisámos encontram-se maioritariamente nas grandes áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto e mais no litoral do que no interior do país.

Embora a quantidade seja ainda reduzida (n=21), é observável a diversidade de âmbitos neste grupo de emissoras. Conseguimos encontrar projetos vocacionados para a intervenção e integração social (*Rádio Manobras*, *Rádio Aurora*, *Rádio Miúdos*, *RadioActive101*, *Rádio Escuta*, *Rádio Transforma*), mas também de intervenção cultural (*Rádio Quântica*) ou de promoção da língua e cultura portuguesas (*Rádio Miúdos*, *Rádio Transforma*). Dentro desta diversidade, encontramos ainda uma rádio de âmbito religioso (*Net Rádio Católica*) e alguns projetos direcionados para a visibilidade e voz de minorias (*Rádio Zero*, *RadioActive101*, *Rádio Quântica*, *Rádio Escuta*).

Nesta fase, sistematizamos os principais resultados, dividindo a sua apresentação em propriedade e receitas, gestão e objetivos, conteúdos, e participação, acessibilidade e formação dos voluntários.

9.1 Resultados da análise à propriedade e receitas

Quando analisamos a propriedade destes projetos portugueses de rádios *online* percebemos que, praticamente na sua totalidade, seguem a linha internacional de serem criados a partir de um grupo de cidadãos, em comunidades geográficas. Exemplo disso são os projetos que têm surgido em bairros, em cidades como Coimbra, Lisboa e Porto, como a *Rádio Manobras*, a *Rádio Escuta* ou a *Rádio Baixa* e o *RadioActive101*.

Da análise anterior que realizámos aos *sites*, blogues e redes sociais das emissoras destes projetos de rádio, em conjunto com as entrevistas que desenvolvemos para complementar a informação recolhida, denotamos que podemos dividi-los em dois grandes grupos: as estações de rádio *online* vocacionadas para as comunidades de estudantes do ensino superior, que surgem numa primeira fase, concentrada na viragem para o novo milénio; e só uma década depois, numa segunda fase, assistimos ao aparecimento de emissoras de rádio com um maior cariz social e, presumivelmente, de maior intervenção social, cultural e política, como são os casos das rádios *Manobras* (2011), *RadioActive101* (2013), *Quântica* (2015), *Escuta* (2018) e *Transforma* (2018).

Em suma, na generalidade, estes projetos analisados mostram também que estão a ser implementados por grupos de cidadãos, havendo três casos em que as emissoras *online* assumem formalmente a figura de associação: *Rádio Manobras*, *Rádio Zero* e *Engenharia Rádio*. Na maioria dos casos (n=11) estamos perante a criação de emissoras por parte de um grupo de cidadãos sem representação legal, mas em três situações concretas, as rádios foram estabelecidas e estão centralizadas num só indivíduo e, em dois casos, estas emissoras receberam financiamento institucional que permitiu operacionalizar estes projetos.

Nenhuma destas 21 rádios evidenciou ser uma fundação ou uma cooperativa, embora a *Rádio Miúdos* tenha o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian. Nestes projetos, que existem sem finalidades lucrativas, não há, na generalidade, financiamento por patrocínios ou publicidades. A ressalva deve fazer-se em relação à *Cascais Net Rádio*, que demonstra vontade que esta inversão aconteça. Não há também registo de doações comunitárias por parte dos voluntários e da comunidade, nem mesmo a ocorrência de financiamento estatal. Todavia, há dois casos em que é admitida a organização de eventos, com vista à angariação de fundos para substituição e compra de novo material (*Rádio Manobras*, *Cascais Net Rádio*). Há também a salientar o registo do caso da *Rádio Miúdos*, que funciona, entre outros, com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e do projeto *RadioActive101*, que foi impulsionado com financiamento europeu.

No Quadro 12, que apresentamos de seguida, sumariamos os diferentes tipos de propriedades destes projetos de rádio de âmbito comunitário.

Propriedade e receitas dos projetos comunitários portugueses

Nome da Rádio	Tipo de propriedade ou detentores da propriedade	RF
Rádio Zero	Associativismo (Universitário)	SFL
Rádio Manobras	Associativismo	SFL
Stress FM	Cidadãos sem representação legal	SFL
Quase FM	Cidadãos sem representação legal - cariz universitário	SFL
Engenharia Rádio	Associativismo (Universitário)	SFL
Rádio Aurora	Cidadãos sem representação legal	SFL
UALMEDIA Rádio	Cidadãos sem representação legal - cariz universitário	SFL
ESCS FM	Cidadãos sem representação legal - cariz universitário	SFL

Rádio Radical	Cidadãos sem representação legal	SFL
RUBI	Cidadãos sem representação legal - cariz universitário	SFL
NRC	Cidadão independente	SFL
CC FM	Cidadãos sem representação legal - cariz universitário	SFL
Cascais Net Rádio	Cidadão independente	SFL
Rádio Lusitânia CB	Cidadãos sem representação legal	SFL
Rádio Miúdos	Cidadãos - Apoio Institucional	SFL
RadioActive101	Cidadãos - Apoio Institucional	SFL
RRE	Cidadãos sem representação legal	SFL
Rádio Baixa	Cidadãos sem representação legal	SFL
Rádio Quântica	Cidadãos sem representação legal	SFL
Rádio Escuta	Cidadãos - Apoio Institucional	SFL
Rádio Transforma	Cidadão independente	SFL

Quadro 12 - síntese da propriedade e receitas dos projetos comunitários portugueses.
 Fonte: elaboração própria. Legenda: RF - Receita Financeira | SFL - Sem Fins Lucrativos | CFL - Com Fins Lucrativos.

9.2 Resultados da análise à gestão e objetivos

No âmbito da gestão e objetivos dos projetos comunitários portugueses, observando o Quadro 13, no qual se sintetiza esta temática, percebe-se que existem três grandes grupos de objetivos.

O primeiro composto por seis projetos direcionados para a intervenção social, tais como a *Rádio Zero*, a *Rádio Manobras*, a *Rádio Aurora*, o *RadioActive101*, a *Rádio Escuta* e a *Rádio Transforma*. O segundo reúne sete projetos que pretendem a promoção e dinamização cultural, como a *Rádio Zero*, a *Rádio Lusitânia CB*, a *Rádio Miúdos*, a *RRE*, a *Rádio Baixa*, a *Rádio Quântica* e a *Engenharia Rádio*. Por fim, o terceiro grupo é composto pelas rádios que se constituem como meio de aprendizagem e formação de alunos do ensino superior, na área da comunicação e jornalismo. Exemplos disso são a *Ualmedia Rádio*, a *RUBI*, a *CCFM*, a *Quase FM*, a *Engenharia Rádio* e a *ESCSFM*.

Embora estes sejam os três principais grupos de objetivos, observa-se que, de entre estas 21 emissoras, quatro têm objetivos que estão voltados para as questões que envolvem minorias étnicas e sociais.

Em relação à gestão, a maioria destes projetos partilha a coordenação e o funcionamento dos mesmos com a comunidade em que se inserem, quer ao nível da programação e dos conteúdos, quer ao nível dos procedimentos administrativos e de comunicação interna e externa. Destes 21 projetos em análise, 16 têm uma gestão comunitária partilhada, três centralizam a coordenação no fundador da emissora, em duas situações não foi possível obter esta informação. Quanto à organização, depreende-se que em cerca de metade dos casos existe uma estrutura organizada, com a figura de diretor ou coordenador de áreas ou departamentos, ou seja, com atribuição de responsabilidades definidas. Em três casos, *Rádio Manobras*, *Stress FM* e *Rádio Miúdos*, a estrutura é organizada e legalmente constituída como associação.

Gestão e objetivos dos projetos comunitários portugueses

Nome da Rádio	Sumário de objetivo(s):	Tipo de gestão
Rádio Zero	<ul style="list-style-type: none"> • Intervenção social e promoção cultural; • Promover o experimentalismo e a criação de obras de arte sonoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Estrutura organizada.
Rádio Manobras	<ul style="list-style-type: none"> • Dar voz à população sem voz na radiodifusão <i>mainstream</i>; • Combater o formato estandardizado das rádios comerciais; • Ser um espaço livre de comunicação, individual e coletiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Associação.
Stress FM	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma rede de ideias entre pessoas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Associação.
Quase FM	<ul style="list-style-type: none"> • Abordar a vida universitária; • Dinamizar o meio académico e universitário. 	<ul style="list-style-type: none"> • NI
Engenharia Rádio	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilitar novidades do mundo das artes e do espetáculo à comunidade estudantil; • Possibilitar a participação da comunidade nas atividades da rádio; • Ser um espaço de aprendizagem e de formação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Estrutura organizada.
Rádio Aurora	<ul style="list-style-type: none"> • Ser um espaço de causas; • Trazer ao espaço público o debate sobre a saúde mental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Sem estrutura organizada.
UALMEDIA Rádio	<ul style="list-style-type: none"> • Produzir conteúdos jornalísticos em ambiente de redação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunitária partilhada; • Sem estrutura organizada.

ESCS FM	<ul style="list-style-type: none"> Formar alunos na vertente de rádio e nas diferentes profissões que o <i>medium</i> abarca. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Estrutura organizada.
Rádio Radical	<ul style="list-style-type: none"> Ganhar experiência de rádio. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Sem estrutura organizada.
RUBI	<ul style="list-style-type: none"> Funcionar como laboratório de prática para os alunos da unidade curricular de jornalismo radiofónico. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Sem estrutura organizada.
NRC	<ul style="list-style-type: none"> Evangelizar através das rádios; Divulgação e criação de conteúdos católicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Centralizada no fundador/coordenador.
CC FM	<ul style="list-style-type: none"> Laboratório de prática para os alunos de Comunicação; Desenvolver e explorar a vertente rádio. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Estrutura organizada.
Cascais NET Rádio	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar música alternativa, quebrando a rigidez das <i>playlists</i> apresentadas pelas rádios privadas e comerciais; Levar a rádio para a rua com a cobertura de festividades e arraiais. 	<ul style="list-style-type: none"> Centralizada no fundador/coordenador.
Rádio Lusitânia CB	<ul style="list-style-type: none"> Criar uma rádio generalista <i>online</i>, com espaço para música, cultura, desporto e informação. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Sem estrutura organizada.
Rádio Miúdos	<ul style="list-style-type: none"> Criar conteúdos para crianças, excluídas nos conteúdos das rádios <i>mainstream</i>; Promover a língua portuguesa junto das crianças emigradas; Estabelecer uma ligação à cultura e ao país. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada. Associação.
RadioActive101	<ul style="list-style-type: none"> Promover a inclusão social através da rádio; Dar voz aos sem voz; Promover competências tecnológicas; Desenvolver competências pessoais dos envolvidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Estrutura organizada.
RRE	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar música, tradições e artistas portugueses junto dos emigrantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Sem estrutura organizada.
Rádio Baixa	<ul style="list-style-type: none"> Criar uma comunidade na baixa de Coimbra através da música, recebendo contribuições dessa comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Sem estrutura organizada.
Rádio Quântica	<ul style="list-style-type: none"> Dar voz aos artistas e ativistas culturais portugueses. 	<ul style="list-style-type: none"> NI
Rádio Escuta	<ul style="list-style-type: none"> Soar e escutar a zona de Almirante Reis, em Lisboa; Dar voz à comunidade de imigrantes existente (Bangladesh, Índia e Paquistão). 	<ul style="list-style-type: none"> Comunitária partilhada; Estrutura organizada.

Rádio Transforma	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar a transformação social e a discussão permanente, promovendo o debate; • Combater a instrumentalização política; • Ser plural e incómoda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Centralizada no fundador/coordenador.
-------------------------	---	---

Quadro 13 - síntese da tipologia de gestão e dos objetivos dos projetos comunitários portugueses. Fonte: elaboração própria. Legenda: NI - Não Identificado.

9.3 Resultados da análise aos conteúdos dos projetos

No total foram quantificados 367 programas emitidos ou disponíveis *online* por estas emissoras de rádio, quer em *streaming*, quer em *podcast*. Este número perfaz uma média de cerca de 17 programas de rádio por emissora, destacando-se a *Rádio Quântica* como a emissora que disponibiliza um maior número de programas, no total 53, entre os que estão em grelha e os que são exclusivamente divulgados em plataformas como a *Mixcloud* e a *Soundcloud*.

De seguida referimo-nos à grelha de programas e às emissões *online*. Dos 21 projetos de rádio *online* analisados, 41,8% (n=9) apresentam uma grelha de programas com o nome e o horário de emissão destes. A emissão contínua *online* verifica-se em 62% destas emissoras, a mesma percentagem de projetos que disponibiliza os seus programas em formato de conteúdo. Esta percentagem equivale a 13 projetos de rádio que permitem a escuta dos programas em *streaming* (audição em tempo real) ou em *podcast* (permitindo a descarga dos ficheiros para um dispositivo). Destas rádios, 12 colocam os seus programas em *streaming* (57,1%), quatro em *podcast* (19%), o mesmo número de rádios que permite ambas as modalidades de escuta. É importante acrescentar ainda que apenas as emissoras *Engenharia Rádio* e *NRC* (9,5%) permitem a adesão ao *Feed RSS*.

Em duas situações não existe possibilidade de aceder aos conteúdos *online*: na *Rádio Aurora*, que emite o seu programa em FM através de uma parceria com rádios locais, e na *RRE*. Na *Quase FM*, os programas são emitidos ao vivo dentro da Universidade Católica Portuguesa, embora sejam posteriormente disponibilizados em arquivo.

No que concerne às plataformas em que estes projetos se divulgam, 100% recorrem às redes sociais, complementando com a existência de site próprio para o mesmo efeito (86%). Dentro das redes sociais, destaca-se o facto de existir uma

distribuição dispar, apresentando-se o *Facebook* como a plataforma mais escolhida. Pode-se verificar uma diferença considerável para o *Twitter*, a segunda rede social mais utilizada, aparecendo ainda depois o *Youtube* e, por último, o *Instagram*. Em mais de metade dos casos (57,1%), estas emissoras divulgam-se e promovem os seus programas em mais do que uma rede social.

Embora não de forma significativa, além das redes sociais, alguns destes projetos em análise divulgam-se também em outras plataformas de áudio como a *Mixcloud*, *Soundcloud* ou *Bandcamp*, como pode verificar-se no gráfico que apresentamos na Figura 14.

Plataformas em que comunicam as emissoras com potencial comunitário

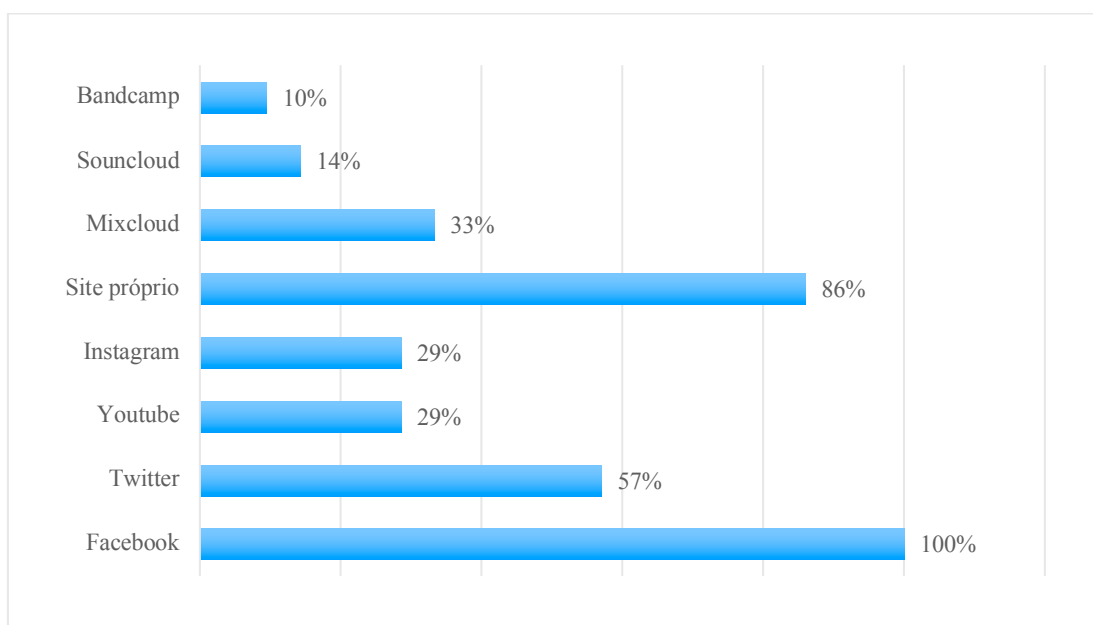


Figura 14 - Identificação das plataformas áudio e das redes sociais em que as emissoras portuguesas de rádio *online* com potencial comunitário se divulgam e comunicam os seus programas. Fonte: elaboração própria.

A análise à tipologia de programas destas emissoras foi efetuada de acordo com as categorias apresentadas no Quadro 11 - Tipologias de programas de rádio. Dos 367 programas escutados, verifica-se que 134 (36,5%) são de carácter musical de autor. Pode-se também aferir que são diminutos os programas das categorias de teatro radiofónico, apenas três (0,8%), *call-in-phone in*, em que se registaram quatro (1,1%); de paisagem sonora, não mais do que cinco (1,4%); desportivos, com nove programas assinalados

(2,5%); e religiosos, num total de 12 programas identificados (3,3%), todos eles em apenas uma destas emissoras.

Na Figura 15 percebe-se que existe diversidade programática pela forma como os programas escutados se distribuem também pelas restantes categorias de musical de *playlist*, notícias e informação, entretenimento e *talk show*, entrevista, e magazine cultural.

Distribuição dos programas analisados por categorias

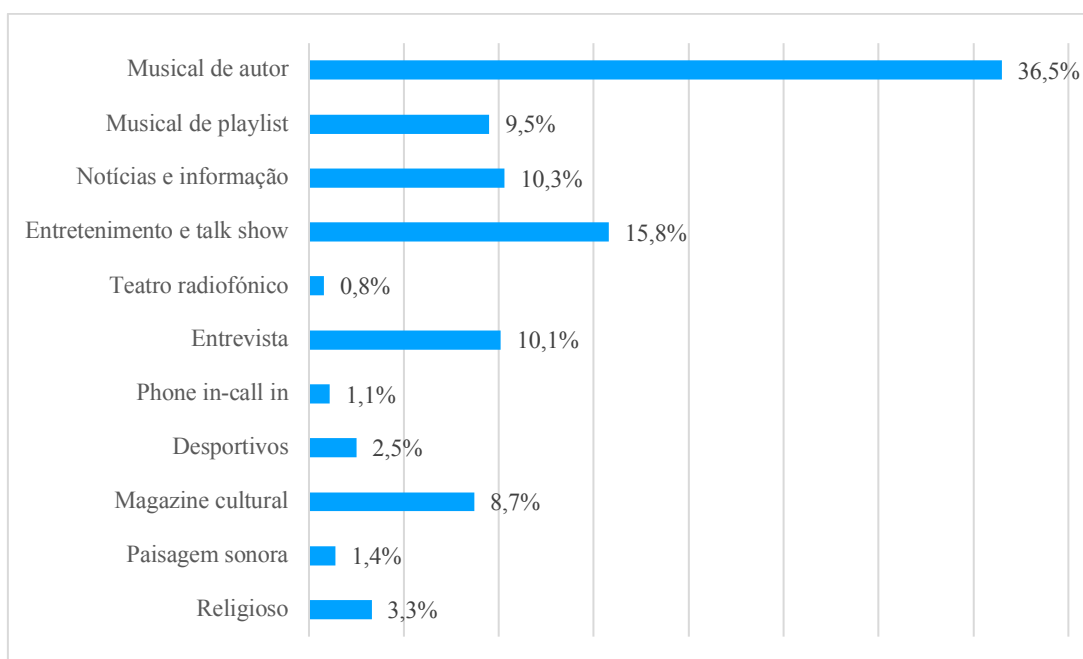


Figura 15 - Distribuição dos 367 programas escutados e analisados pelas categorias criadas e apresentadas no Quadro 11, com percentagens referentes à quantificação apresentada na Tabela 3. Fonte: elaboração própria.

Dentro deste grupo de categorias compreende-se que, depois dos programas musicais de autor com 36,5%, a segunda categoria de programas com maior quantidade é a de entretenimento e *talk show*, com 15,8% (n=58), enquanto as restantes apresentam uma quantidade muito semelhante: 10,3% (n=38) de notícias e informação, 10,1% (n=37) de entrevista, 9,5% (n=35) musicais de *playlist*, e 8,7% (n=32) de magazines culturais.

Na tabela 3²¹¹, que colocamos abaixo, apresentam-se quantificados os conteúdos de cada uma das emissoras *online* com cariz comunitário e mostra-se como estes conteúdos se distribuem pelas categorias acima mencionadas.

Resumo dos conteúdos das emissoras online com cariz comunitário

	Musical de autor	Musical de playlist	Notícias e informação	Entretenimento e <i>Talk Show</i>	Teatro radiofónico	Entrevista
Rádio Zero	5	7	4	3	0	2
Rádio Manobras	1	2	1	0	0	3
Stress FM	0	0	0	0	0	0
Quase FM	1	1	1	0	0	0
Engenharia Rádio	9	0	3	4	0	0
Rádio Aurora	0	0	0	0	0	0
Rádio Autónoma	8	2	2	1	0	4
ESCSFM	1	0	3	7	1	3
Rádio Radical	12	6	0	1	0	1
RUBI	17	0	3	15	0	3
NRC	1	0	2	3	0	1
CCFM	4	0	0	4	0	2
Cascais Net Rádio	13	0	0	0	0	0
Rádio Lusitânia CB	5	7	0	1	0	0
Rádio Miúdos	1	0	0	9	0	2
RadioActive101	2	0	10	8	2	14
RRE	0	0	0	0	0	0
Rádio Quêntica	43	9	0	1	0	0
Rádio Baixa	0	0	0	0	0	0
Rádio Escuta	0	0	4	0	0	1
Rádio Transforma	11	1	5	1	0	1
TOTAIS	134	35	38	58	3	37

	Phone in – call in	Desportivo	Magazine cultural	Paisagem sonora	Religioso	Total global de programas
Rádio Zero	0	0	2	0	0	23
Rádio Manobras	0	0	4	4	0	15
Stress FM	0	0	0	0	0	0
Quase FM	0	0	0	0	0	3
Engenharia Rádio	0	4	3	0	0	23
Rádio Aurora	0	0	0	0	0	0
Rádio Autónoma	1	0	3	1	0	22
ESCSFM	0	2	4	0	0	21

²¹¹ A Tabela 3 foi dividida em duas partes, para que seja facilitada a leitura dos dados, uma vez que unificada dificultava a visualização e interpretação dos mesmos.

Rádio Radical	0	0	0	0	0	20
RUBI	0	3	2	0	0	43
NRC	1	0	2	0	12	22
CCFM	0	0	2	0	0	12
Cascais Net	0	0	0	0	0	13
Rádio						
Rádio Lusitânia	0	0	1	0	0	14
CB						
Rádio Miúdos	0	0	6	0	0	18
RadioActive101	1	0	1	0	0	38
RRE	0	0	0	0	0	0
Rádio Quêntica	0	0	0	0	0	53
Rádio Baixa	0	0	0	0	0	0
Rádio Escuta	0	0	0	0	0	5
Rádio	1	0	2	0	0	22
Transforma						
TOTAIS	4	9	32	5	12	367

Tabela 3

Fonte: elaboração própria.

Observando a Tabela 3, percebe-se que na categoria *Musical de autor*, o projeto que apresenta um maior número de programas é a *Rádio Quântica* (n=43), seguindo-se, com uma diferença significativa a *RUBI* (n=17). A mesma rádio lidera os programas da categoria *Musical de Playlist*, com nove programas, seguida pela *Rádio Zero* (n=7) e pela *Rádio Lusitânia CB* (n=7). A *RUBI* lidera no *Entretenimento e Talk Show* (n=15) acompanhada pela *Rádio Miúdos* (n=9).

Ainda nas categorias com um maior número de programas identificados, é claro o domínio do projeto *RA101* em *Entrevista* (n=14) e de *Notícias e Informação* (n=10). Apenas este projeto e a *ESCSFM* apresentam programas dentro da tipologia de *Teatro Radiofônico*.

Pouco expressivos são os programas de *Call In - Phone In* (n=4), cabendo um programa a cada uma das seguintes emissoras: *Rádio Autónoma*, *NRC*, *RA101* e *Rádio Transforma*. Na mesma tendência encontram-se os programas de *Paisagem sonora* (n=4), com a *Rádio Manobras* a apresentar três programas e a *Rádio Autónoma* apenas um.

Os programas desportivos surgem somente em projetos de rádio ligados a comunidades de estudantes do ensino superior, como *Engenharia Rádio* (n=4), *RUBI* (n=3) e *ESCSFM* (n=2).

Entre aquelas que apresentam *Magazines culturais* a distribuição é homogênea, sendo que a *Rádio Miúdos* (n=6) é quem apresenta maior quantidade.

Por último, como já havíamos apresentado anteriormente, apenas a *NRC* (n=12) apresenta programas de cariz religioso.

9.4 Resultados da análise à participação, acessibilidade e formação dos voluntários

No campo da participação, acessibilidade e formação dos voluntários que compõem os projetos, consideramos que apenas foi possível analisar 18 das 21 emissoras que trazíamos em análise até este momento da investigação. Excluímos deste último ponto a *Stress FM*, a *Quase FM* e a *RRE - Rádio Refúgio do Emigrante*, pelos motivos que explicamos de imediato.

No caso da *Stress FM*, o projeto continuava numa fase de remodelação iniciada em 2018 e ainda se encontrava em *stand-by*, continuando sem atividade: sem programação, sem publicações nas redes sociais e sem qualquer informação disponibilizada na sua página na internet. Embora a emissão *online* estivesse ativa, era totalmente composta por música de *playlist*, evidenciando que não existia participação da comunidade.

No que respeita à *Quase FM*, mesmo que tendo programação e conseguíssemos assim perceber que existia participação da comunidade na sua dinâmica, foi impossível perceber o grau de participação, através dos conteúdos publicados *online*. Também não obtivemos resposta aos contactos estabelecidos no sentido de obter estes dados.

Pelas mesmas razões ainda iremos excluir a *RRE*. A informação disponibilizada *online* não é suficiente para retirar ilações, não responderam aos contactos estabelecidos e as emissões *online* tiveram várias falhas ao longo do nosso período de análise.

Destes 18 projetos analisados conseguimos perceber, pela observação da Figura 15, que a quase totalidade contava com uma comunidade ativa na criação de conteúdos e na construção da grelha de programas (94,4%). Esta participação era também extensível a outras atividades, como a comunicação externa, a sonoplastia, a logística, entre outras (61,1%). Este envolvimento apenas não existia em cinco das emissoras analisadas.

Participação da comunidade na produção de conteúdos e dinâmica das rádios

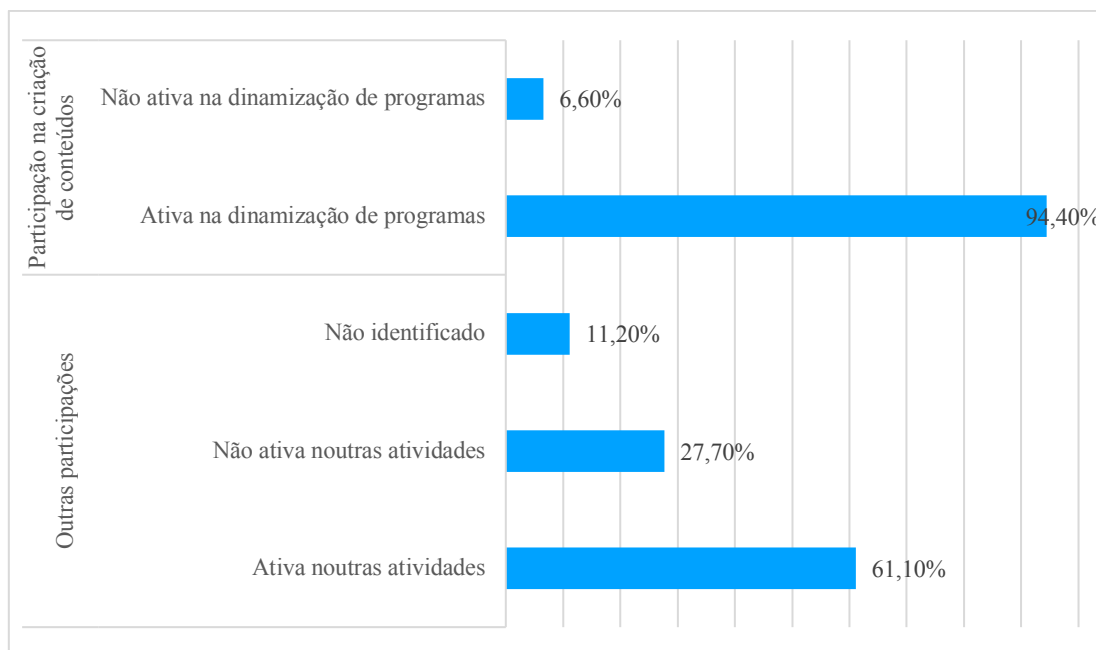


Figura 15 – Apresentação da participação da comunidade como ativa ou não ativa na produção de conteúdos e em outras atividades das emissoras de rádio. Fonte: elaboração própria.

Neste ponto foi também analisada a pluralidade de vozes nestas rádios, verificando-se que esta era uma garantia dada por todas as emissoras (n=18), como podemos constatar na Figura 16, havendo mesmo casos em que cada programa era concretizado por um autor diferente. Exemplo disso eram as duas rádios com o maior número de programas e de participantes voluntários: a *RUBI* e a *Rádio Quântica*. Em relação à componente da formação, verifica-se que, globalmente, esta era assegurada aos voluntários, quer a nível técnico (ex: sonoplastia, mesas de mistura, microfone...), quer na área de conteúdos (guião de rádio, técnicas de escrita, técnicas de jornalismo...). Estes dados estão também visíveis na Figura 16 e observa-se que, excluindo os três casos em que não nos foi possível obter essa informação, só duas emissoras (*Rádio Radical* e *Cascais Net Rádio*) mostraram que não faziam este acompanhamento técnico aos seus elementos.

Pluralidade de vozes nas emissões e formação dos voluntários

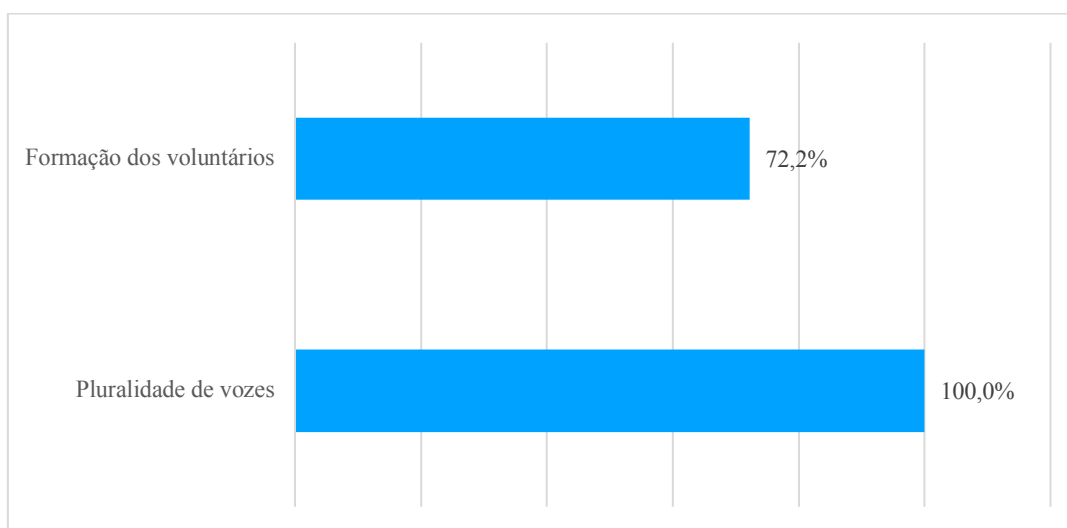


Figura 16 – Expressão da pluralidade de vozes existente nas emissoras de rádio comunitárias e percentagem daquelas que garantem formação aos seus voluntários. Fonte: elaboração própria.

Nesta parte da investigação foi também conferida a acessibilidade à emissora, nomeadamente a abertura desta e dos seus programas à participação do auditório, quer ao nível de uma participação pontual (ex: dar opinião ou ser entrevistado num programa), quer ao nível da possibilidade de realizar um programa com total autonomia.

Acessibilidade da comunidade à emissora de rádio

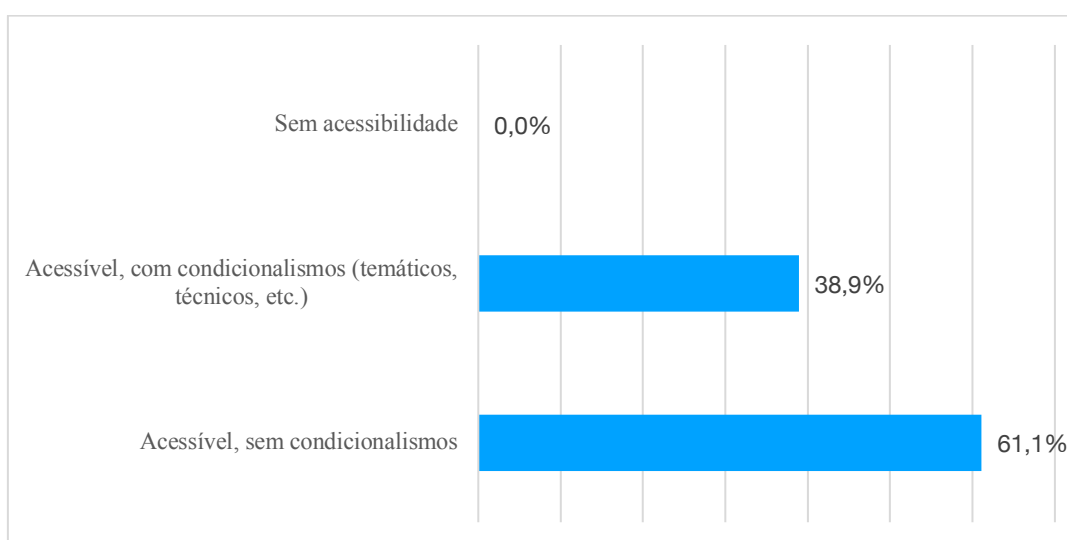


Figura 17 – Acessibilidade das comunidades às emissoras de rádio comunitárias. Fonte: elaboração própria.

Como podemos verificar na Figura 17, em todas as emissoras o acesso da comunidade é possibilitado. Todavia, em sete casos este acesso é controlado e apresenta condicionalismos temáticos, técnicos, entre outros, contrapondo com os onze casos em que não existem quaisquer condicionalismos. Pela análise efetuada, verificou-se também que em nenhuma destas emissoras a acessibilidade é impedida na totalidade.

10. Discussão dos resultados do estudo

Neste estudo, os dados obtidos permitem verificar que, apesar de não existir um enquadramento legal para estas rádios, confirma-se a hipótese levantada no início de que existem rádios comunitárias, em Portugal, respondendo afirmativamente à questão de partida central desta investigação. Os resultados alcançados possibilitam afirmar que, ainda que subtil, existe um terceiro setor de radiodifusão em Portugal, distinto dos setores público e privado, reconhecidos pela Lei da Rádio n.º 54/2010.

Em 2012, o Fórum Europeu de *Media* Comunitários (CMFE) contemplava a existência de duas rádios comunitárias portuguesas, um número muito aquém daquele que foi obtido com este estudo, realizado seis anos depois, em que mapeámos 21 projetos. Ainda assim, esta cifra poderia ser consideravelmente superior se existisse um estatuto legal para estas emissoras. Steve Buckley (2010) constatou isso mesmo, ao analisar o estatuto das RC nos países da UE, em 2007. Naqueles em que havia apoio estatal e enquadramento legal, as RC existiam em muito maior quantidade, com números extremamente distantes dos nossos, como a França com 683, a Alemanha com 304 ou mesmo a Holanda com 264 emissoras de rádio comunitárias.

Todavia, ainda que no vazio legal, aventamos que o fenómeno das RC no nosso país está em ascensão, sendo impulsionado pelas oportunidades que lhe confere a internet. Nas últimas décadas, a internet tem criado espaço de oferta e de crescimento rápido de projetos comunitários e de nicho (Evens e Paulussen, 2012). Em Portugal, coincidindo com a expansão da digitalização, confirma-se que todas estas emissoras comunitárias surgiram já depois da viragem do milénio, fazendo parte de um contexto de convergência de meios, que, como refere Henry Jenkins (2006), impulsiona a participação coletiva e, como denota Carpentier (2017), incentiva a existência de uma audiência ativa, a diversificação de formatos e a variedade de conteúdos. Só em 2018, o último dos três anos que dedicámos à reconhecimento destas emissoras no *online*, foram identificados três novos projetos.

A análise mais detalhada (mapeamento e caracterização) a estes 21 projetos de rádio com cariz comunitário foi efetuada com base em nove características, que considerámos fundamental atribuir às RC e que apresentámos no Quadro 10. Este quadro de características, construído a partir das leituras de Cicília Peruzzo (2009), Fraser & Restrepo (2001), Gumucio-Dagron (2005), Inês David (2006), Janey Gordon (2012), Lílían Mourão Bahia (2005), Malki (2006), MJR David (2002), Matt Mollgard

(2018), Miriam González (2014), Orlando Berti (2013), Papa Dieng (2013), Patrícia Paula (2016), Price-Davis & Tacchi (2001), Salvatore Scifo (2014), Sayonara Leal e Lavina Ribeiro (2007), Tom Loncar (2010), Valerie Alia (2006) e Valci Zuculoto (2005), permitiu analisar os 21 projetos quanto à sua propriedade, gestão, objetivos, receitas de funcionamento, alcance da emissão, conteúdos, produtores, formação de voluntários e acessibilidades.

Principais características, propriedade, fontes de receita e comunidades presentes

Com base nos resultados obtidos observa-se que as rádios comunitárias portuguesas, à semelhança do que Miriam González (2014), Price-Davis & Tacchi (2001) e Salvatore Scifo (2014) verificam na Europa, surgem pela iniciativa de cidadãos, agrupados em comunidade, quer geográfica, quer de interesses comuns, que encontram na rádio um espaço de partilha das suas ideias e afinidades. Esta situação verifica-se quando existe um ideal de dar voz a um público-alvo, grupo ou área social mais específicos, como por exemplo as rádios de cariz universitário, ou as rádios de cariz mais social, nomeadamente *Rádio Miúdos*, *Rádio Transforma*, *Rádio Quântica*, *Stress FM*, *Rádio Aurora*, *Rádio Radical*, *NRC*, *Rádio Lusitânia CB*.

Na generalidade, são grupos de cidadãos informais, sem estatuto legal, embora se detete vontade de oficializar as emissoras, criando a figura legal de associação. Ainda assim, há um número relevante de projetos que surgem do esforço individual de um único cidadão, que depois vai reunindo interesses e abrindo a ideia a outros voluntários. Não obstante, em determinados casos assumem, passado algum tempo da sua criação, o quadro legal de associação. A *Rádio Manobras* é disso exemplo. Em vários casos estão diretamente ligadas a associações de estudantes do ensino superior universitário e politécnico, público e privado. Nestas situações servem, nos projetos identificados, de laboratório para os cursos e as unidades curriculares vocacionadas para as áreas da comunicação social e do jornalismo.

Deste grupo de rádios com vocação comunitária universitária a exceção é a *Engenharia Rádio*. Este projeto pioneiro (1997), que nasceu na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, está fora deste âmbito das ciências da comunicação e do jornalismo e recebe contributos de toda a academia, independentemente da área de estudos em questão.

Em Portugal, pode-se inferir que são diversas as comunidades presentes nestas rádios, o que corresponde depois a uma variedade de programas e de conteúdos, conferindo o que Fraser e Restrepo-Estrada (2001) recomendam como característica destas emissoras. Este estudo mostra que, dentro desta diversidade, existem rádios, sobretudo, de âmbito académico e de intervenção social e cultural, o que reflete o argumento de Cicília Peruzzo (1998; 2009) de que estas emissoras trabalham no contexto cultural das comunidades que servem.

Da análise efetuada, verifica-se que, conforme as recomendações da Unesco (2001), estas emissoras são propriedade de grupos não comerciais e organizações sem fins lucrativos. Este facto coincide com o que observámos por todo o globo, embora o mesmo não aconteça com o aspeto do recurso a fontes de financiamento. A realidade nacional mostra que não existe publicidade para financiar as emissoras, que funcionam no amadorismo, com a benevolência, benfeitoria e beneficência dos voluntários que as compõem ou dos mentores dos respetivos projetos. Este cariz difere dos estudos de Price-Davis & Tacchi (2001), que mostram que, na globalidade, as RC necessitam de publicidade e anúncios como fontes de financiamento. A corroborar esta ideia estão as realidades francesa e irlandesa. Em França, o primeiro país a legalizar o setor, é possível angariar publicidade e emitir mensagens publicitárias que não ultrapassem 20% do total do orçamento e, na Irlanda, país que segue as recomendações da AMARC Europa, permite-se um máximo de seis minutos por hora em publicidade, desde que não exceda 50% de toda a atividade comercial.

No nosso país é insignificante o número de rádios comunitárias que angaria publicidade para as suas emissões e que recorre a apoios institucionais. Nesse ponto de vista, evidentemente respeitando fontes de financiamento plurais como sugerem Price-Davis & Tacchi (2001), seria importante que a inclusão de publicidade acontecesse. Este passo poderia significar uma oportunidade para que o setor se pudesse manter e crescer, dando possibilidade às rádios que já existem de se estabelecerem fisicamente e de adquirirem estabilidade financeira e de recursos humanos. Neste caso, teria de ser salvaguardado que estas emissoras não enveredassem por um caminho comercial e mercantilista e, por exemplo, como instituiu a autoridade irlandesa que regula a radiodifusão, a BAI - *Broadcast Authority of Ireland* (2008), que essas publicidades ou anúncios estivessem relacionados, obrigatoriamente, com empresas ou instituições da respetiva comunidade representada na rádio. Também ao contrário dos estudos de Miriam González (2014) que mostram que na Suécia existem doações por parte dos

voluntários das rádios e das comunidades em que estas se inserem, com vista a apoiar a sua atividade, no nosso país isso não acontece, tal como é inexistente o financiamento estatal, que ocorre em países como a Austrália e o Canadá, demonstrado pelos estudos de Price-Davis e Tacchi (2001), em França, por Brock e Malerba (2012) ou na Noruega, por Miriam González (2014).

Em relação à localização das rádios comunitárias portuguesas, os resultados são coincidentes com a tendência que Steve Buckley (2010) mostrava na UE, em 2010. Estas emissoras são, maioritariamente, urbanas. Estão, acima de tudo, no litoral do país, com grande tendência para surgirem nas duas principais áreas metropolitanas. A explicação para esta situação pode residir na atual conjuntura das rádios locais em Portugal, que se reparte entre as rádios que se mantêm ligadas à sua génese local, sobretudo no interior do país, e as que, mais situadas no litoral e nos centros de maior densidade populacional, têm sido alvo de concentrações e de aglutinações em cadeias de rádio (Costa, 2017; Reis, 2014). Esta última realidade mata o espírito de localismo e proximidade das rádios locais, que se transformam em meros transmissores de conteúdos nacionais, particularmente musicais, deixando de estar próximas das populações e quebrando, como defende Luís Bonixe (2017), a ligação às comunidades e à identidade local.

Estamos, pois, convictos de que este contexto pode servir de oportunidade para as rádios comunitárias, que conseguem encontrar aqui uma brecha para se afirmarem como meio para o fortalecimento das comunidades, das suas culturas e valores culturais locais. Os nossos resultados permitem mesmo verificar que este fenómeno pode estar já em marcha, pois a disposição das RC portuguesas está concentrada no litoral do país, na parte do território que Pedro Costa (2017) afirma estar a passar por um processo mais acentuado de adesão a emissões em cadeia por parte das rádios locais.

Gestão e Objetivos – Como funcionam e qual a sua missão

Quanto à análise efetuada à gestão e objetivos destas emissoras, que nos permite responder à pergunta de partida sobre como funcionam e qual a sua missão, percebe-se que existem três grupos fundamentais de objetivos, dois dos quais se assemelham bastante aos que encontrámos nas realidades internacionais observadas e anteriormente expostas, nomeadamente a intervenção social e a promoção cultural. Depois, a existência de um terceiro objetivo, que escapa àquilo que é a panorâmica internacional, que está relacionado com a aprendizagem e a formação dos alunos do ensino superior da área da comunicação e jornalismo.

Os resultados mostram que as rádios comunitárias portuguesas, entre outros aspetos, estão vocacionadas para a intervenção social, procurando ser um espaço de causas, no qual se promove a inclusão social e as competências tecnológicas, pretendendo transformar a sociedade através do debate e do combate à instrumentalização política. Este aspeto da intervenção social está sustentado no argumento de Fraser e Restrepo-Estrada (2001) de que a sua presença deve permitir identificar e analisar problemas sociais, mas também construir caminhos e soluções para esses problemas identificados. Percebe-se, ainda, que é objetivo destas emissoras portuguesas dar voz àqueles que não têm voz nos *media* tradicionais, criando diversidade de presenças e de conteúdos em antena. Porém, esta evidência é ténue, pois o conjunto de projetos analisados que centram o seu âmbito neste aspeto é pequeno, diferindo dos contextos asiático e africano, que foram estudados por Pavarala (2015) e Papa Dieng (2013), respetivamente. Por exemplo, confirma-se a presença de grupos minoritários nestas rádios, mas de forma insipiente, longe da situação que Lewis e Booth (1989) refletem sobre os Estados Unidos da América ou a que Valerie Alia (2006) mostra do Canadá e das comunidades indígenas.

Em Portugal, estas rádios podem ser, principalmente, uma alternativa aos *media* públicos e privados de rádio, criando plataformas com diferentes pontos de vista, que não encontram espaço nos *media* de massa (CBAA, 2019), podendo afirmar-se como rádios nicho, a nomenclatura que recebem na Noruega. Isto porque o seu número é ainda reduzido, mas o leque de objetivos é bastante dissemelhante. Num grupo tão estreito de emissoras encontra-se espelhada a (quase) totalidade dos objetivos que fomos encontrando nas várias geografias analisadas na segunda parte deste estudo²¹².

Há um consenso internacional quanto à gestão partilhada das RC, transformando-as em espaços mediáticos mais abertos e alternativos (Carpentier, 2017), de gestão participativa (Unesco, 2001) e comunitária (Price-Davis & Tacchi, 2001), que envolva os voluntários na produção e gestão da organização mediática (Carpentier, 2017; Lewis & Booth, 1989). Portugal não é exceção e confirma-se que as RC nacionais, na sua maioria, partilham, seja a coordenação, seja a produção de conteúdos ou a gestão administrativa da emissora. As rádios portuguesas assumem uma gestão comunitária partilhada, denotando-se a presença de uma estrutura interna organizada, com distribuição de funções, normalmente rotativas, entre os membros que as compõem.

²¹² Cf. Quadro 13

Todavia, ressalva-se que, em vários casos, por causa da dimensão muito reduzida dos projetos, esta gestão acaba por estar centralizada também num pequeno número de indivíduos.

Conteúdos – quais as temáticas presentes nas emissoras portuguesas

Os dados recolhidos neste estudo sugerem que existe diversidade de programas e de conteúdos nas RC portuguesas. Deteta-se ainda a multiplicidade de formatos, de estilos e de assuntos, um conjunto de parâmetros que Fraser & Restrepo-Estrada (2001) indicam como essenciais para estas emissoras alternativas. Porém, observamos que as RC portuguesas estão demasiado vocacionadas para a música, pois quase metade dos 367 programas estudados era de cariz musical, relegando assim para um segundo plano o seu papel de intervenção social, de alternativa à *media mainstream*, seguindo um caminho trilhado também pelas rádios locais portuguesas, que privilegiam, de acordo com o relatório do Obercom (2018), cada vez mais, a temática musical, em detrimento da informação e dos programas com a participação dos ouvintes.

Existem projetos direcionados para o desenvolvimento local e para o combate à exclusão social, confirmando o que Brock e Malerba (2012) consideram primordial nestes *media* comunitários, mas são ainda em número reduzido. À semelhança do que encontramos nas rádios privadas, também nas comunitárias portuguesas, depois dos programas de carácter musical, os mais comuns são conteúdos de entretenimento. Menos frequentes são os programas que permitem a participação do auditório, nomeadamente os de entrevista e os de *phone-in – cal in*, que, no entanto, seriam aqueles que mais relevo deveriam receber numa emissora comunitária. O potencial democrático destas rádios e a sua utilização como ferramenta de *empowerment* e de capacitação das comunidades nelas representadas está assim diminuído, descurando o que David Hendy (2002) propunha para estes meios.

O aspeto mais positivo encontrado nas RC portuguesas é a diversidade de tipologias de programas que podemos verificar nas suas emissões, como se pode observar na Figura 15, e também a multiplicidade de formatos em que disponibilizam os seus conteúdos. À semelhança do que a CBF (2010) mostrava na Austrália, também em Portugal estas rádios têm facilmente aproveitado o serviço digital, criando uma espécie de *media* multiplataforma, permitindo quer a audição *online* das emissões, quer a sua escuta posterior em arquivo, com recurso a *streaming* ou a *podcast*. Este estudo

mostra mesmo que existe um número razoável de emissoras que reúne todas estas formas de disponibilização de conteúdos. Formatos de escuta e de divulgação disponíveis, pela maioria, em *site* próprio e, fortemente, complementadas com o recurso às redes sociais, em que todas estão presentes.

Nesta análise aos conteúdos das rádios salientamos ainda as particularidades da *Stress FM*, que não tem qualquer programa em grelha ou acessível à escuta, estando a emissão ocupada continuamente com música, justificando os voluntários que a emissora atravessa um momento de reestruturação. Mas também o caso da *Rádio Aurora*, de programa único e que, depois de ser emitido em direto no Hospital Júlio de Matos em Lisboa, é gravado e enviado para cerca de duas dezenas de rádios locais, que garantem a sua difusão, ao abrigo de protocolos. Não foi possível identificar programação na *RRE - Rádio Refúgio do Emigrante*, uma vez que as suas emissões são pautadas por música e com programação esporádica, sem continuidade e irregular. Também a programação da *Rádio Baixa* é casual, sobretudo ao fim de semana, com os programas a serem assumidos por figuras convidadas dos elementos que compõem a emissora, não havendo também uma grelha e uma regularidade das emissões.

Considera-se importante referir que a lista de tipologias criada para avaliar estes projetos se mostrou, em algumas situações, redutora. Por exemplo, na categoria *Notícias e Informação* não foram apenas incluídos programas com o tradicional formato de noticiário, mas sim também os programas de carácter informativo e que abordam especificamente um determinado assunto. Por exemplo, o programa *Sui Generis*, da *Rádio Transforma*, que pretende debater ideias no formato de reportagem, abordando as questões de género, do transfeminismo e anarquismo. Também o programa *Hora de Ares*, vocacionado para temáticas históricas como as invasões francesas, entre outros, gerou algumas dúvidas: poderia ser catalogado como *Magazine cultural* ou como *Notícias e informação*. Neste caso, por estar ausente o cariz de atualidade inerente às notícias considerou-se um *Magazine cultural*. Estas situações foram, no entanto, pontuais.

Em suma, com base nos resultados que referimos anteriormente, percebe-se que a quantidade de programas existentes nestas rádios de cariz potencialmente comunitário é considerável para o número ainda reduzido de projetos existentes em Portugal.

Na análise efetuada aos conteúdos destes 21 projetos constata-se que existe um conjunto assinalável de projetos que apresentam uma programação estruturada. Em 28,5% dos casos, as emissoras apresentam simultaneamente uma grelha de programas,

emissão contínua *online* e disponibilizam os seus programas para escuta posterior, variando depois o recurso ao *streaming* ou ao *podcast*. No entanto, conseguimos observar que o recurso ao *podcast* é diminuto e ainda menos ao *feed RSS*.

A importância que a internet assume para estes projetos verifica-se na sua forte presença nas redes sociais. Além da divulgação que é feita nestas redes, complementam a sua promoção e disponibilização de programas com recurso a *site* próprio, mas também a plataformas de áudio.

Na generalidade, como vimos, estamos perante projetos de rádio sobretudo de cariz musical, pois o somatório dos programas musicais de autor e musicais de *playlist* perfaz 46% da totalidade dos programas identificados e analisados. Não obstante, existem rádios em que o peso da sua programação recai em formatos mais ligados à informação, notícias, entrevista e magazines culturais.

Participação, acessibilidade - quem compõe o setor das comunitárias

Neste âmbito, os resultados mostram que existe diversidade de programas, maioritariamente de autor, que permitem afirmar que as comunidades representadas nestas emissoras estavam ativas na criação de conteúdos e na construção da grelha programática. Dos 367 programas de rádio analisados, tornou-se evidente a existência de um ou mais autores na produção de cada um deles. Se excluirmos os 35 programas identificados como musicais de *playlist*, ou seja, exclusivamente musicais e sem que tenha sido identificado um autor ou uma seleção temática prévia, a esmagadora maioria (90,4%) tem uma assinatura e representa uma participação ativa da comunidade na produção de conteúdos. Ativa porque reúne as componentes que Nico Carpentier (2017) sugere para que haja uma participação plena, ou seja, a participação na sociedade através dos *media*, a produção de conteúdos e, por último, aquela que nos parece de existência mais subtil em Portugal, a interação da comunidade com esses conteúdos produzidos.

Trata-se também de uma participação extensível a outros domínios do funcionamento das rádios, tais como a sonoplastia, a logística ou a comunicação externa e a visibilidade destas. Conforme afirmam Fraser & Restrepo-Estrada (2001) para estas emissoras comunitárias, os projetos portugueses estudados garantem a pluralidade de vozes nas suas emissões.

No entanto, é importante que se estabeleça aqui uma ressalva, pois o grau de participação e de acessibilidade é ainda modesto. Como vimos, a participação existe e o acesso da comunidade está garantido, mas há ainda um número significativo de situações

em que subsiste um controlo deste acesso, que é barrado por condicionalismos de carácter técnico. Em alguns casos, quem assume a direção ou coordenação da rádio quer aproximar-se da profissionalização existente nas rádios dos setores público e privado, impondo vozes formatadas, colocação de voz ou posturas homogeneizadas em antena, o que colide com os princípios das rádios comunitárias. Esta situação coincide com um dos problemas que John L. Hochheimer (1993) apontou às rádios pequenas e de índole comunitária, nas quais, segundo este professor e investigador estadunidense, haverá sempre indivíduos que se mostram mais ativos e empenhados do que outros, existindo controlo de uns sobre os outros, acabando por haver grupos à margem no seio das comunidades.

Outra das perguntas de partida que norteou este estudo prendia-se com a vontade de saber quem são aqueles que dinamizam as RC portuguesas. As informações recolhidas permitem-nos comparar a realidade portuguesa com os quadros que os estudos de Price-Davis & Tacchi (2001) observaram na África do Sul, Austrália, Canadá, França, Holanda e Irlanda. O seu funcionamento é, maioritariamente, assegurado por voluntários, que recebem acompanhamento técnico na produção de conteúdos, adquirindo, com o decorrer do tempo, competências de radialistas (Peruzzo, 1998; 2009).

Todavia, a fragilidade destes projetos pode estar precisamente aqui. Ainda que seja essencial para as rádios comunitárias a presença de uma quantidade significativa de voluntários, mostra-se também crucial a permanência de assalariados nestas emissoras a tempo inteiro, para possibilitar a sua continuidade, pois a ligação dos voluntários pode ser passageira. Na verdade, em muitos casos portugueses, a participação pode mesmo ser temporária, uma vez que se tratam de rádios inseridas em comunidades académicas do ensino superior.

Por exemplo, nas RC australianas, como vimos, Simon Order (2013) dá-nos conta de que, apesar de serem sem fins lucrativos, estas estações de rádio empregam mais de mil pessoas, contando depois com cerca de 23 mil voluntários.

CONCLUSÃO

O estudo das rádios comunitárias em Portugal é praticamente inexistente, o que sustenta o relevo e o pioneirismo desta pesquisa, que utiliza o mapeamento como método de investigação. Acresce o facto de a lei da rádio em Portugal não prever a existência de rádios comunitárias, apesar da pressão internacional que tem sido feita nesse sentido, num âmbito alargado a toda a Europa, por parte de entidades como a AMARC, a UNESCO e a UE (CMFE, 2017). Assim, Portugal integrava a lista dos 10 países da UE a 28²¹³ sem qualquer legislação ou apoio financeiro a este tipo de emissoras, de acordo com o *ranking* elaborado pelo Fórum Europeu de *Media* Comunitários, em 2012. Quase uma década depois, nada mudou nesta realidade. Este mesmo estudo dava conta da existência de duas emissoras de rádio comunitárias no território português. Todavia, a nossa investigação permitiu identificar 21 projetos de rádio *online* comunitários, em Portugal, entre 2015 e 2018.

Este número mostra-se consideravelmente maior do que aquele que havia sido identificado pela CMFE, já depois de terem sido excluídos 14 projetos identificados, quer por não respeitarem as principais características inerentes a este tipo de emissora, quer por falta de dados suficientes ou por falta de contactos, que permitissem incluí-las nesta análise.

Assim, respondemos com segurança à primeira questão que levantámos no início desta tese: mesmo sem enquadramento legal, existem rádios comunitárias em Portugal, que funcionam imersas neste quadro de vazio legal.

Com este estudo conclui-se que o conceito de comunidade, entendida com base na tradição, na moral e nos valores de proximidade e de afinidade (Delanty, 2009), está presente e é transversal a todos os projetos, assim como a comunidade enquanto forma de relações sociais e de pertença simbólica (Delanty, 2009). Em alguns casos, o aparecimento do sentimento de comunidade é proporcionado pela existência de uma mesma linguagem, tradição ou até mesmo vizinhança (Weber, 1983), noutros em particular, como é o caso da *NRC*, existe uma consciência de comunidade por motivos religiosos (Amaro, 2007; Cohen, 1985).

Em Portugal, são ainda vários os exemplos em que estamos perante comunidades geográficas, ligadas a uma ideia de relacionamento social baseado na localidade (Cohen 1985; Peter & Booth, 1989), nomeadamente *Engenharia Rádio*, *Rádio Autónoma*,

²¹³ Antes do Brexit e da saída do Reino Unido da União Europeia a 31 de janeiro de 2020.

RUBI, CCFM, RadioActive101, a Rádio Escuta e todas as que identificámos como ligadas a comunidades académicas no ensino superior.

Com este estudo às RC portuguesas, verificamos ainda que, mais do que comunidades imaginadas como as definiu Benedict Anderson (1993), compostas por indivíduos que não se conhecem e que nunca se viram, mas que vivem com a imagem mental da existência de uma comunhão entre todos, estamos perante rádios que surgem em comunidades unidas por interesses comuns, em que os indivíduos se conhecem. Em todas elas verificámos que se tratam de comunidades unidas por interesses particulares partilhados (Price-Davis & Tacchi, 2001). É também possível identificar, em alguns destes projetos analisados, as denominadas comunidades virtuais (Rheingold, 1996; Parks, 2011), nas quais os cidadãos se agrupam por necessidades, afinidades ou consumo cultural no mundo virtual, sem qualquer contacto físico. São disso exemplo a *Rádio Radical, a Rádio Baixa* e a *Rádio Quântica*.

Estas várias noções de comunidade presentes nos projetos portugueses de cariz comunitário são reforçadas, quer pela proximidade geográfica, quer pela proximidade afetiva dos indivíduos que as compõe. Nestas comunidades, criando redes nas quais os indivíduos se relacionam, existe proximidade geográfica, mas também proximidade motivacional e afetiva (Newcomb, 1956) ou proximidade cultural (Ksiazek & Webster, 2008), impulsionadas pelo recurso às TIC (Brownie, 2006).

A proximidade cultural, como vimos, é uma noção complexa e com várias dimensões (Ksiazek & Webster, 2008), podendo estar, de acordo com Straubhar (2003), representada em múltiplos aspetos. No conjunto das rádios analisadas conclui-se que existe proximidade cultural pela partilha da mesma religião (*NRC*); proximidade cultural pela identidade de género (*Rádio Zero, Rádio Quântica*); proximidade cultural pela arte (*Rádio Quântica*); proximidade cultural pela tipologia de música (*Rádio Zero, Rádio Radical, Rádio Baixa*); proximidade cultural pela imagem criada acerca de outras nacionalidades ou etnias (*Rádio Escuta*); proximidade cultural pela partilha de notícias ou discussão de tópicos sociais (*Rádio Manobras, Rádio Aurora, Rádio Miúdos, RadioActive101, Rádio Escuta, Rádio Transforma*).

Nestas rádios, a proximidade cultural é intensificada pela *web*, que trouxe consigo uma nova noção de proximidade, a digital, à distância, bem presente nas comunidades virtuais. A transformação, que advém desta nova proximidade, provocada no cidadão, que passa de recetor e consumidor de conteúdos a emissor e produtor destes

(Burton, 2005) é visível no fenómeno das RC, onde se evidenciam novas formas de convivência.

Esta ligação digital permite recuperar os laços de proximidade e o retorno do sentido comunitário e do comunitarismo (Spenillo, 2015). Em Portugal, por exemplo, é coincidente a expansão da digitalização com o período de surgimento destes projetos de rádio de cariz comunitário (2004 —), sendo a sua presença *online* forte, consolidada e praticamente exclusiva. É possível perceber que todas as rádios surgem já no século XXI, primeiro ligadas às academias e às comunidades de estudantes e, só quase uma década depois, aparecem as que estão vocacionadas para a intervenção social e cultural nas respetivas comunidades, aproximando-se mais dos objetivos que encontramos nas emissoras comunitárias do centro e norte da Europa, caracterizadas pelos estudos de Brock e Malerba (2012), Miriam González (2014), Price-Davis e Tacchi (2001) e Salvatore Scifo (2014).

Nesta proximidade, geográfica ou não, criada em rede nas comunidades surge a possibilidade da troca de conhecimentos e da capacitação dos sujeitos em termos cognitivos, afetivos e até comportamentais (Klebar & Wendausen, 2009; Pinto, 2001). A esta construção de natureza individual e ao mesmo tempo coletiva, que permite aos indivíduos um maior controlo das suas vidas e da participação democrática em comunidade, Perkins e Zimmerman (1995) chamam de *empowerment*. Uma característica que aparece evidenciada, por diversos autores, como uma das que pode e deve abranger as RC (Bahia, 2005; Downing, 2011; Fraser & Restrepo-Estrada (2001); Leal e Ribeiro, 2006; Pavarala, 2015; Peruzzo, 1998; Price-Davis & Tacchi, 2001) e que, por isso, ensaiámos aqui também identificar nos projetos portugueses analisados.

De acordo com Proulx et al. (2011), o *empowerment* pode resumir-se pela disponibilidade humana para a ação, independentemente da posição que o indivíduo ocupa na sociedade, e como um ato de resistência em relação ao sistema dominador, permitindo através do espírito crítico alternar o normal curso social. Pode estar também representado na participação ativa na produção de conteúdos, favorecendo a autonomia e a autodeterminação (Friedman, 1996; Gomes, 2007; Wallerstein, 2006).

Por serem ainda pontuais os casos das RC portuguesas com forte vocação para a intervenção social, induzimos que é bastante débil a capacitação das comunidades nelas representadas para a promoção e o desenvolvimento social, o bem-estar da comunidade, o despoletar da sua capacidade crítica, conduzindo à boa governança local, na qual a comunidade está inserida (Laverack, 2005).

Vimos, através de Klebar e Wendausen (2009), que o conceito de *empowerment* está fortemente ligado com o de participação, pois é participando que os indivíduos obtêm capacitação para apresentar ideias e soluções para os seus problemas. Ora, a participação ativa da sociedade civil, neste caso através dos *media*, constitui um núcleo fundamental da democracia contemporânea (Shaaning & Jiménez, 2017). Estes fenómenos sociais, como as RC, permitem reforçar a cidadania e a busca de soluções para determinados problemas, através da possibilidade que dão de participação às comunidades (Fung, 2004).

Em Portugal, este fenómeno é ainda pequeno, mas existe. As emissoras que identificámos sob a alçada do projeto-chapéu *RadioActive101*, na generalidade, pretendem a inclusão social de crianças e jovens, o combate à vulnerabilidade social, a promoção da igualdade (*Catapulta, Escolhe Vilar, Desafios, Cerca-te, Trampolim, Metas, Espaço J, Esperança, Orienta-te*) e a inclusão das comunidades migrantes e das comunidades ciganas (*Desafios, Trampolim*). Estas emissoras localizam-se sobretudo em centros históricos e bairros desfavorecidos das cidades de Coimbra, Gaia, Lisboa e Porto. Um exemplo que também reforça a ideia que Steve Buckley (2010) confere às RC europeias, quando refere que estas são maioritariamente urbanas. Portugal segue esta tendência de presença de emissoras comunitárias mais acentuada nas principais áreas metropolitanas e, sobretudo, no litoral do país.

Conforme Rezaul Islam (2016) constatou no Bangladesh, também em Portugal o *empowerment* das comunidades é promovido por agentes de desenvolvimento económico e social, que servem como uma alavanca inicial para capacitar as comunidades. Estes projetos que integram o *RadioActive101* são disso um exemplo.

A rádio, já o sabemos, é um *medium* mais democrático e que permite, mais facilmente, a atividade comunitária e o *empowerment*, por ser mais acessível economicamente (Hendy, 2002), mais voltada para as culturas locais (Duarte, 2005; Bonixe, 2012), permitindo uma maior participação na sua produção (Ribeiro, 2013). Contudo, Hochheimer (1993) alertava para os problemas de uma rádio de pequenas dimensões e de tendência comunitária, um dos quais relacionado com o grau de participação dos indivíduos. Neste campo, remete-nos para o facto de existirem sempre indivíduos mais ativos do que outros, podendo levar a uma relação de controlo de um sobre os outros. Na verdade, esta preocupação espelha o contexto nacional, pois identificámos projetos em que existem hierarquias definidas, direções estabelecidas e até a figura de fundador único, que detém o controlo daquilo que é emitido e de quem

são aqueles que podem participar na dinâmica e produção de conteúdos dos projetos, ou seja, estamos perante uma participação controlada.

Não obstante, também há várias rádios em que a comunidade é ativa na criação de conteúdos e na construção da grelha de programas e a pluralidade de vozes está garantida na emissão. Estes atributos contribuem para a existência de *empowerment* comunitário, reforçando também a noção de poder que podem exercer socialmente (Nye, 2011). Este é o poder deliberativo, o poder de muitos, o poder coletivo (Aristóteles, 1998) - quando os cidadãos, em conjunto, deliberam sobre os assuntos que dizem respeito à comunidade.

Das fontes de poder que nos são apresentadas por Nye (2011), *hard power* e *soft power*, a que mais se encontra nas relações sociais estabelecidas nas comunidades inerentes às rádios comunitárias portuguesas é a de *soft power*, por trata-se do poder agregado através de fontes como a cultura, a política ou a atração positiva. Esta é a tipologia de poder que possibilita a criação de agendas e a definição de temáticas de relevância, moldando interesses e preferências, influenciando crenças e perceções. É este o poder do coletivo que conduz à participação e ao reforço da democracia (Ginsborg, 2008).

É aqui que os *media* podem e devem assumir um papel de relevo, quer com os *media mainstream* a proporcionarem a existência de novos centros de poder (Curran, 2001), quer através da criação de *media* alternativos (Carpentier, 2017), com espaços abertos a um maior número de cidadãos, nos quais encontram voz para o seu discurso.

Neste campo, os 21 casos analisados são *media* alternativos mostram que há um longo caminho a percorrer no setor de rádios comunitárias em Portugal, pois é significativo o número de emissoras que apresenta ainda condicionalismos (temáticos, técnicos e outros) de acessibilidade das comunidades à participação, seja na sua gestão, seja na sua programação. Ainda assim, não foi observado qualquer caso de negação total de acesso da população.

Vimos que, de acordo com Carpentier (2017), esta participação de que falamos não pode ser olhada como o simples acesso do cidadão aos *media*, mas sim como a participação social através dos *media*. Esta situação mostra-nos que existem dois tipos de participação, a passiva (quando existe interação com os conteúdos dos *media* e participação na produção) e ativa (quando às outras duas realidades somamos a participação na sociedade através dos *media*). Com este estudo, denotamos que, nestas rádios, existe claramente participação passiva, pois as comunidades estão, na sua

maioria, presentes na criação de conteúdos e na dinamização de programas e também em outras atividades inerentes ao seu funcionamento, como a componente técnica, a sonoplastia, a comunicação externa ou a logística. Contudo, não conseguimos perceber qual o verdadeiro impacto social destes projetos. Para fazê-lo seria necessário outro tipo de estudo, adotando outra metodologia focada nas interações sociais e na utilização estratégica destes *media* para influenciar, na esfera pública, o poder político, o poder social e as agendas públicas (Habermas, 2006). Tal como não é evidente que a mensagem que veiculam exerça pressão junto dos poderes locais, para que haja uma melhoria na governação (Downing, 2011).

Não obstante, nestes *media* alternativos portugueses existe autorrepresentação e autogestão. Dois conceitos que, de acordo com Carpentier (2017), Dahlgren (2013) e Higgins (2008), os coloca próximos da democracia participativa, com participação heterogénea e onde está espelhada diversidade. Esta participação é reforçada pelas TIC, nomeadamente a internet, que é agora o meio mais acessível à criação de conteúdos e de veículo de mensagem por parte do cidadão (Van Dijk, 2013). Estas rádios são disso um exemplo, pois todas têm presença na internet, divulgam-se nas redes sociais e alojam os seus programas, quer em sites próprios, quer em plataformas de armazenamento e escuta de áudio.

As RC portuguesas são espaços mediáticos mais abertos (ainda que com os constrangimentos que evidenciámos) e alternativos (pela diversidade de temáticas e conteúdos abordados), em muitos casos com partilha de poder entre todos os que nela participam (Carpentier, 2017).

Aliás, com a sua presença quase exclusivamente *online*, as RC portuguesas reforçam a ideia de que a *web* está a permitir novas formas de participação cívica e uma nova fase na história da democracia (Dahlgren, 2013; Ferreira, 2012), sendo o espaço indicado para a mobilização de pessoas em torno de uma causa em comum (Morais & Sousa, 2012). Este facto corrobora também a ideia de Costa (2017), que considera que a internet veio trazer mais oportunidades à rádio falada do que à rádio musical e que possibilita a participação dos cidadãos enquanto produtores de conteúdos de rádio (Portela, 2011). Uma rádio feita pelos próprios ouvintes, com temáticas marginalizadas pelas rádios *mainstream* e que pode reforçar a proximidade com as comunidades envolventes (Bonixe, 2017). Por exemplo, nas RC portuguesas, cada programa é singular e corresponde a um autor diferente, existindo claramente diversidade nos

conteúdos e nas temáticas abordadas, ainda que se verifique um excesso de programas de carácter musical.

De acordo com a UNESCO (2001), as RC são resultado da democratização do setor dos *media*, trabalhando nos contextos culturais das comunidades e no desenvolvimento económico-social deixado em branco pelas rádios pública e privada (Bahia, 2005; Luz, 2015; Peruzzo, 1998; Peruzzo, 2009). Neste âmbito, devem ainda contribuir para a harmonia social e a correta governação local (Fraser & Restrepo-Estrada, 2001).

Como vimos não há consenso quanto a uma definição compreensiva de rádio comunitária, com as nomenclaturas a variarem entre comunitárias, altifalantes, piratas, livres, locais, de vizinhança ou de proximidade. Esta variedade encontra-se em muitas geografias do mundo e até dentro de um mesmo país, consoante a região ou o Estado, mas mais importante do que encontrar uma definição consensual é perceber quais os elementos que têm em comum estas diferentes designações e quais os que podem ser díspares, mantendo, ainda assim, a sua índole comunitária.

Por agora, importa explicar que se conclui que existe consenso internacional quanto às características que este tipo de emissoras devem obrigatoriamente reunir, tais como a gestão comunitária, a programação marcadamente de âmbito local ou comunitário (Zuculoto, 2005), a participação direta da comunidade (Peruzzo, 1998) e a propriedade coletiva. Estas rádios devem ser detidas por grupos de cidadãos, que partilham um objetivo comum, desencorajando a programação formatada ou em rede (Dieng, 2013; Fraser & Restrepo-Estrada, 2001; UNESCO, 2001). Os grupos de cidadãos que detêm estas rádios podem fazê-lo assumindo estatuto legal de fundações, associações ou cooperativas, desde que sem fins lucrativos (AMARC, 2015; Price-Davis & Tacchi, 2001).

Este estudo mostra que, em Portugal, estas emissoras seguem esta linha de referência e são, globalmente, constituídas por grupos de cidadãos, que partilham a gestão da emissora e a criação da grelha de programas. Porém, são diminutos os casos em que assumem o estatuto legal de associação. Apenas três emissoras assumem esta posição legal, não existindo qualquer fundação ou cooperativa sem fins lucrativos no seio destas rádios.

No contexto nacional, outro aspeto bem marcado é que estas emissoras são compostas maioritariamente por voluntários e que proporcionam o desenvolvimento técnico dos seus recursos humanos. Segundo Price-Davis e Tacchi (2001), o facto do

seu funcionamento estar assegurado por voluntários, que participam na gestão e administração, na componente técnica, na produção e na animação, significa que estão a favorecer a sua inclusão social, através da ligação que se estabelece entre a emissora e a comunidade. Estas emissoras comunitárias devem ainda promover a identidade e a cultura locais, estando o trabalho neste sentido espelhado na diversidade de programas e de temáticas abordadas.

A nível internacional, estas rádios de cariz comunitário são, no entanto, diferentes quanto aos seus objetivos, finalidades e também o local em que surgem. Muitas aparecem em geografias sobretudo rurais, outras estão mais vincadas nas grandes áreas metropolitanas. A mesma disparidade é denotada em relação ao seu financiamento, que pode variar desde ser o próprio auditório e voluntários associados que as sustentam através do pagamento de quotas, financiadas por entidades de desenvolvimento social, pelo poder local ou mesmo pelos respetivos governos nacionais.

Também o reconhecimento legal (ou não) varia consoante o país ou a região deste (Ex. Alemanha ou Espanha) e a possibilidade que existe em incluir publicidade e anúncios nas suas emissões. Em Portugal, vimos que apenas uma rádio analisada admitiu sentir necessidade de incluir publicidade na sua emissão. Ainda que possível, Price-Davis e Tacchi (2001) ressalvem que a existência deste recurso não pode significar a adoção de uma estratégia comercial na programação.

Depois de confirmada a existência de RC portuguesas, esta tese tinha o objetivo de perceber como se caracterizam. Estamos perante fenómenos essencialmente urbanos, com principal incidência nas duas maiores áreas metropolitanas do país, o que justifica também uma maior incidência no litoral que no interior. Uma descoberta que está alinhada com a tendência europeia analisada por Steve Buckley (2010) e que, no contexto português, permite estabelecer a ponte com a atual situação das rádios locais.

De acordo com Ana Isabel Reis (2017)²¹⁴, é no litoral que as rádios locais se têm diluído mais, perdendo a sua génese de localidade, sendo algumas, inclusive, absorvidas por emissões em cadeia. Esta lacuna deixada pelos *media* locais que, de acordo com Carlos Camponez (2003), deveriam assegurar o processo identitário com o local, fortalecendo as comunidades e o sentimento de pertença a estas, pode estar a ser colmatado por estes projetos de rádio de âmbito comunitário e sê-lo ainda mais no

²¹⁴ Entrevistada por Pedro Costa (2017) no seu livro *As Teias da Rádio: Ensaios e Reflexões sobre as políticas do setor*.

futuro. Até porque se deteta, com o presente estudo, que as RC portuguesas oferecem uma comunicação mais personalizada e segmentada, produzida por grupos não massificados, que se constituem enquanto comunidades, o que seria expectável que acontecesse também em torno de um setor de radiodifusão local forte.

No entanto, sabemos que não é o caso, visto que as rádios locais portuguesas vivem tempos conturbados, provocados pela falta de economia de escala (Costa e Silva, 2014) e pelo domínio de grupos económicos que as transformam em rádios musicais (Bonixe, 2017; Costa, 2017), perdendo, desta forma, a sua densidade local (Oliveira, 2017). Este contexto difícil das locais, marcado pelo afastamento em relação às suas comunidades, apresenta-se como uma forte oportunidade para as comunitárias.

Este fenómeno das RC em Portugal é recente, pois todas as emissoras que identificámos surgiram já no século XXI. Ainda que haja projetos que tenham sido pensados antes (*Engenharia Rádio*), as suas emissões regulares só começaram depois da passagem para o novo milénio.

Os dados encontrados neste estudo sugerem, ainda, que as primeiras emissoras comunitárias a surgir foram de âmbito académico, voltadas para as comunidades de ensino superior público e privado. Só praticamente uma década depois surgem iniciativas de carácter social e cultural. É possível ainda referir que estamos perante um fenómeno social que tende a intensificar-se, pois há dados que mostram que, só em 2018, surgiram três novas emissoras.

Através da pesquisa bibliográfica, complementada com a pesquisa de conceitos primários e conceitos secundários em motores de busca, que explicámos no capítulo dedicado à estratégia metodológica, chegou-se a uma listagem de 35 projetos *online* de rádios com potencial comunitário. Entre os que já haviam sido extintos, os que não tinham gestão comunitária, eram de cariz privado, estavam ligados ao serviço público de radiodifusão e os que não tinham contactos ou atividade que permitisse caracterizá-los, foram excluídas 14 emissoras desta primeira etapa inicial. Por isso, as evidências que explanamos dizem respeito à listagem final de rádios, que foram alvo de uma análise mais aprofundada.

Este estudo começou por estabelecer uma apresentação de cada um deles, no sentido de perceber a sua origem e as comunidades que neles estão representadas e o papel que estas emissoras podem desempenhar no seio destas. Nesse sentido, percebemos que estamos perante projetos muito diversos. Uma das conclusões que emerge desta análise é que, embora não em quantidade, Portugal tem RC de âmbitos

diferentes e que se encaixam nas tipologias internacionais, que fomos identificando na fase da revisão da literatura. Existem rádios vocacionadas para a intervenção e integração social, a intervenção cultural, focadas na promoção da língua e cultura nacionais, de carácter religioso ou direccionadas para as minorias.

Os projetos nacionais estão alinhados com a tendência internacional e são rádios sem fins lucrativos. Em relação à obtenção de receitas para o seu funcionamento para garantir a sua existência, não existem fundos governamentais nem mesmo o pagamento de quotas por parte de associados e da comunidade. Como já tivemos oportunidade de afirmar, também são praticamente inexistentes o recurso a patrocínios e a publicidade como forma de financiamento. Apenas duas destas emissoras referem que recorrem a financiamentos de fundações ou a financiamento europeu. A maioria mostra mesmo que não tem qualquer apoio financeiro para o seu desenvolvimento e funcionamento.

Porém, importa ressaltar que, embora se tratem de *media* sem fins lucrativos, é importante o recurso a financiamento, seja este estatal, seja advindo de publicidade e anúncios, para que se possa garantir a sustentabilidade e continuidade dos projetos. Price-Davis e Tacchi (2001) apontam como um dos principais motivos para esta necessidade a importância de ter assalariados nestas rádios, não somente voluntários, com vista a potenciar a continuidade destas emissoras, uma vez que a dedicação dos voluntários pode ser temporária.

Outro propósito desta investigação centrou-se em perceber como funcionam e qual a missão das RC nacionais, bem como o papel que exercem dentro da comunidade em que se inserem. Para isso, focámo-nos nos objetivos e no tipo de gestão destes projetos nacionais. Confirma-se que várias RC estão voltadas para a intervenção social, para a comunicação de causas, a inclusão social, o combate à instrumentalização política, a promoção e dinamização cultural. Todavia, há um significativo número destas que funciona como laboratórios experimentais de comunicação e jornalismo em instituições de ensino superior. Este aspeto é singular, pois desconhecemos outra realidade internacional em que as RC surjam inseridas em comunidades académicas e que sirvam de instrumento de aprendizagem e plataforma de ensinamento técnico e de conteúdos para a profissionalização em rádio.

A gestão das RC portuguesas é, maioritariamente, comunitária partilhada, quer ao nível da coordenação e funcionamento, quer ao nível da programação e conteúdos, ou dos procedimentos administrativos e de comunicação interna e externa. Todavia, em vários casos encontramos uma gestão vertical, apoiada em estruturas hierárquicas, como

direções e coordenações de departamentos, que existem com vista a organizar o seu funcionamento. A panorâmica internacional mostra que é possível que isto aconteça, muito embora tenha de ser garantida a rotatividade de funções entre os elementos da comunidade. Esta situação mostra que são projetos organizados, mas pode depreender-se que, tal como vimos sobre a participação, também a gestão da emissora esteja controlada por apenas alguns elementos da comunidade, não estando, como deveria, acessível a todos.

Como ficou estabelecido na introdução deste estudo, interessava-nos perceber quais as temáticas abordadas nestas emissoras e como podemos contribuir para a criação de uma panorâmica geral deste terceiro setor. Assim, com essa finalidade, foram analisados 367 programas nas rádios que os disponibilizam em emissão contínua *online*, em *podcast* ou em *streaming*, ou em quaisquer outras plataformas de alojamento de áudio. Ficaram justificados anteriormente, na apresentação dos resultados do estudo, os motivos pelos quais não foi possível escutar os programas da *Stress FM*, *Rádio Aurora*, *RRE* e *Rádio Baixa*.

Conclui-se que estamos perante rádios com uma componente musical muito acentuada, pois quase metade do tempo de antena é ocupado com programas de música, sejam de autor ou de *playlist*. Como tivemos oportunidade de afirmar atempadamente, esta é já uma acentuada tendência das rádios privadas portuguesas, até mesmo das rádios locais (OBERCOM, 2018), que colide com o objetivo expresso pela generalidade das RC portuguesas, que se afirmam como meios alternativos às rádios *mainstream*. Porém, na verdade, seria necessário fazer uma análise mais profunda às temáticas musicais presentes nestas rádios, pois aquando da escuta dos programas para averiguar a sua tipologia percebeu-se uma predominância de estilos musicais alternativos, pouco habituais nas *playlists* das rádios comerciais, tais como techno, kpop coreano, rap, jazz, entre outros.

Ainda assim, mostrou-se significativa a diversidade e o tempo de antena ocupado com programas de notícias e informação, de entrevista e de magazines culturais. Apenas esporádicos na RC portuguesas são os programas de paisagem sonora, desportivos, religiosos, teatro radiofónico e de *call in - phone in*. Ainda assim, importa reforçar que, na generalidade, as rádios comunitárias portuguesas apresentam uma grelha de programas estruturada, oferecendo a possibilidade de escutar os programas *online* em direto ou em formato conteúdo indeferido, através do recurso ao *streaming* ou ao *podcast*, sendo praticamente inexistente o uso que estas emissoras fazem do *Feed RSS*.

Quanto à sua presença *online*, a promoção e divulgação que fazem dos seus programas e as plataformas em que se comunicam, as descobertas estão alinhadas com a nossa convicção inicial de que a *web* estaria a possibilitar o seu desenvolvimento e funcionamento. À exceção da *Rádio Manobras*, que consegue esporadicamente emissão em FM, todas as restantes rádios são exclusivamente *online*. Por isso, neste campo, os dados sugerem que todas as RC portuguesas estão presentes nas redes sociais, preferindo o *Facebook* para comunicar-se. Esta forma de comunicação é fortemente complementada com site próprio e com recurso a plataformas de rádio como a *Mixcloud* ou a *Soundcloud*.

Como indica Dahlgren (2013), a internet apresenta-se como a plataforma de comunicação para aqueles que encontram barreiras na comunicação de massas, tornando-se mais acessível à criação de conteúdos, divulgando assim opiniões e argumentos que, de outra forma, ficariam silenciados. Esta existência exclusiva no *online* por parte das RC portuguesas mostra-nos como as NTIC, essencialmente a internet, podem estar a transformar o processo democrático, prenunciado há mais de duas décadas por Wheeler (1997), fortalecendo o que Van Dijk (2013) apelida de democracia digital. Ainda que seja uma perspetiva, talvez, demasiado otimista, a verdade é que, não existindo enquadramento legal para estas rádios em Portugal, se não fosse a internet estes projetos estavam condenados à partida. Isto porque simplesmente não existiam ou teriam de funcionar como rádios piratas, tomando de assalto as frequências de outras emissoras.

Esta investigação pretendia ainda perceber como as comunidades participam nestas rádios. Assim, voltando aos dados que recolhemos na análise aos conteúdos dos programas, excluindo os programas musicais de *playlist*, conclui-se que nos demais existe sempre a participação ativa de um autor, um dinamizador, ou seja, um elemento da comunidade que participa na construção da grelha de programas da rádio e que dá voz aos conteúdos que são apresentados na emissão. Estes dados sugerem uma comunidade ativa na criação dos conteúdos e na dinamização das emissoras.

Na globalidade, através das entrevistas realizadas como recurso para complementar as falhas de informação encontradas na análise aos sites e redes sociais em que se divulgam, saiu reforçada a ideia da participação estendida também a outras atividades, como por exemplo no campo administrativo, na área técnica e da sonoplastia, e até em outros tipos de comunicação, como a interna (entre os vários elementos que as

compõem) e a externa (ao nível da imagem e da promoção da marca da rádio junto da comunidade).

Esta pesquisa foi realizada ainda com o objetivo de perceber por quem são dinamizadas as RC portuguesas. Nesta altura, podemos afirmar que, quase exclusivamente, as emissões e gestão destas emissoras estão asseguradas por voluntários. Apenas na *Rádio Miúdos* existem assalariados, embora em número reduzido, por forma a dar continuidade ao projeto. Estamos perante uma dualidade, dado que é positivo que estas sejam asseguradas, essencialmente, por voluntários, pois é esse o espírito destes projetos, como denotam Fraser e Restrepo-Estrada (2001; 2002), Cicília Peruzzo (2009), Papa Dieng (2013) ou Kalinga Seneviratne (2012), entre outros. Todavia, o amadorismo excessivo e a dedicação efémera dos voluntários aos projetos podem comprometê-los. Por essa razão, sugere-se o reforço destes projetos nacionais com assalariados, com vista a uma modesta profissionalização do setor, mas também à sua continuidade e fortalecimento, tomando como exemplo o que se faz na Austrália (Loncar, 2010), na Nova Zelândia (Mollgard, 2018) ou em França (Price & Tacchi, 2001).

Consideramos pertinente referir ainda a questão da acessibilidade da comunidade à estação de rádio. Em Portugal, encontramos um contexto dividido entre, por um lado, emissoras que garantem que qualquer elemento da comunidade pode aceder à rádio, sem condicionalismos temáticos ou técnicos, por outro situações de condicionalismos de vários géneros, como por exemplo a qualidade vocal (*Rádio Radical*, *Rádio Lusitânia CB*), a convicção religiosa (*NRC*) ou a qualidade dos conteúdos apresentados no guião do programa (*Cascais Net Rádio*, *Rádio Transforma*). Este acesso condicionado coloca em causa um dos aspetos fundamentais inerentes a uma RC, que se prende precisamente com o facto de estas possibilitarem o acesso aberto a qualquer pessoa da comunidade que representam.

Para finalizar, este estudo oferece evidências de que, embora tímido, existe um terceiro setor de radiodifusão em Portugal, o comunitário, com características muito próprias que aqui já evidenciámos. Face a isto, consideramos que estão reunidas as condições para que possamos ensaiar uma caracterização geral das rádios comunitárias portuguesas.

Estas são emissoras de rádio sem fins lucrativos, maioritariamente criadas por grupos de cidadãos, sem qualquer representação legal. Estão vocacionadas para serem laboratórios experimentais de jornalismo e comunicação no ensino superior, para

promoverem culturas marginalizadas, a intervenção e a integração social. As suas emissões são exclusivamente *online*, sobretudo motivadas pela ausência do seu estatuto legal e pelas oportunidades conferidas pela internet, as quais têm uma forte componente musical, mas também de abordagem e debate de temas atuais e marginalizados nas rádios dos setores público e privado, privilegiando, neste caso, formatos de notícias, entrevistas e magazines culturais. As RC portuguesas são emissoras criadas, dinamizadas e geridas por voluntários, abertas à participação das comunidades, quer na gestão, quer na construção da grelha de programas, muito embora o acesso não seja totalmente livre e esteja condicionado pelas estruturas das emissoras, normalmente concentradas num número reduzido de pessoas ou até mesmo, em alguns casos, na figura de fundador único ou criador do projeto.

No contexto atual, torna-se fundamental uma revisão da lei da rádio portuguesa e também uma análise aprofundada às rádios locais, no sentido de perceber que percentagem reúne características de serviço comunitário. A lei da rádio vigente não serve, na plenitude, o contexto atual de radiodifusão no país e, por isso, torna-se evidente a necessidade de repensar o setor radiofónico em Portugal, incluindo ideias próximas das de um meio comunitário, como também sugeriram Luís António Santos (2015) e João Paulo Meneses (2017)²¹⁵.

Esta revisão deveria surgir em paralelo com uma apreciação aprofundada às rádios locais, no sentido de perceber, entre este grupo ainda considerável de emissoras, quais as que foram aglutinadas em cadeias nacionais de transmissão e quais as que, mantendo-se ligadas ao objetivo inicial de proximidade com as comunidades, poderão, inclusive, ser encaradas como emissoras comunitárias.

Este último argumento, que pode ser olhado com alguma ousadia, justifica-se com o facto de existirem rádios locais portuguesas que, tal como as comunitárias, são emissoras sem fins lucrativos, assumindo o estatuto de associações e de cooperativas, com gestão partilhada entre elementos das comunidades nas quais estão inseridas, com produção de conteúdos próprios e próximos do auditório, com elementos da comunidade a participar na construção das emissões e com angariação e difusão de publicidades de empresas e instituições, fundamentalmente, ligadas ou representadas nas respetivas comunidades.

²¹⁵ Entrevistado por Pedro Costa (2017) no seu livro *As Teias da Rádio: Ensaios e Reflexões sobre as políticas do setor*.

LIMITES E CONSIDERAÇÕES FUTURAS

Neste trabalho, do ponto de vista da investigação em comunicação podem existir lacunas que não identificámos ou perspectivas que, involuntariamente, não abordámos. Não havendo teses nesta área específica da rádio e das ciências da comunicação, os pilares teóricos que sustentam esta investigação foram escolhidos com base na reflexão conjunta entre orientando e orientador.

Depois, precisamos ainda refletir sobre a escolha do mapeamento como método de investigação. A decisão foi tomada antes mesmo do estudo que Chris Voniati, Vaia Doudaki e Nico Carpentier (2018) desenvolveram no Chipre e que utilizou também este caminho metodológico para mapear as organizações de *media* comunitários. Ainda que saibamos que um mapeamento é mais do que uma simples cartografia e que nos permite melhorar a organização do conhecimento, facilitando o processo de exploração e comparação de informação (Voniati, Doudaki e Carpentier 2018), preocupa-nos o facto de ser um método pouco validado pela academia na área das ciências sociais e de haver ainda pouca literatura que o suporte enquanto método de investigação. Contudo, salvaguardamos que os cinco passos seguidos por estes investigadores no mapeamento cipriota foram os mesmos que seguimos em Portugal, sem que tivesse havido um conhecimento prévio desta investigação divulgada três anos depois de termos iniciado a nossa.

É importante referirmos que, infelizmente, quando tipificámos os programas destas RC houve situações de análise complexa, com programas a poderem enquadrar-se em mais do que uma categoria. A fronteira entre uma tipologia e outra nem sempre foi clara, tendo sido necessário adotar uma estratégia, baseada na opção pela tipologia que nos pareceu maioritária. Isto aconteceu quando houve situações em que um determinado programa poderia reunir e ser identificado com múltiplas categorias. Por exemplo, o *Divulgarte* na *Rádio Zero* está focado na cultura e na música portuguesa e divulga a arte em todas as suas vertentes, com uma duração de cerca de quatro horas, composto por várias rubricas, como a “Sabores Lusófonos”, vocacionada para a gastronomia dos países de língua portuguesa, ou a “Estrearte”, relacionada com o cinema e a sétima arte, abrindo frequentemente espaços para destacar artistas da lusofonia, tendo uma forte componente musical exclusivamente em português. Perante esta multiplicidade de temáticas, tomámos a decisão de optar por catalogá-lo como um

Magazine Cultural, mesmo reconhecendo que algumas das rubricas que o compõem podem não estar devidamente enquadradas nesta tipologia.

Ainda na análise aos conteúdos dos programas das rádios, em determinadas situações, consideramos que a tipologia atribuída ao conteúdo foi muito redutora. Para justificar esta ilação damos como exemplo o programa *Let's the dogs out* da *Rádio Quântica*. Este programa foi catalogado como *Musical de Autor*, por passar música com a assinatura de João Manuel Oliveira. Consideramos que a atribuição desta categoria fica redutora, visto que refletia também a temática da identidade de género, através da intervenção do autor e locutor, que expunha os seus pontos de vista. Contudo, não tinha qualquer formato de notícia ou de entrevista, qualquer convidado ou participação de público ou ouvintes no programa.

Neste estudo foram realizadas 21 entrevistas, para complementar a informação recolhida na análise aos sites e às redes sociais das emissoras. Contudo, como fomos clarificando ao longo do estudo, não foi possível estabelecer contacto com todas as rádios, por haver casos em que ficámos sem resposta aos emails e aos contactos telefónicos.

O número de vezes que os programas foram ouvidos para definir a sua tipologia pode ser outro limite deste estudo. Com algumas exceções, os 367 programas analisados foram escutados uma única vez, o que significa que poderão existir alterações semanais ao formato dos mesmos, sem que isso esteja evidenciado nesta investigação. A exceção recaiu naqueles que levantaram dúvidas de categorização aquando da primeira audição.

Todavia, um dos pontos mais débeis deste estudo, que também se revelou um dos seus maiores desafios, foi a identificação dos projetos que permitiu a sua posterior caracterização. O vazio legal e a falta de registo oficial, o seu confinamento às comunidades e o nem sempre presente uso do termo rádio comunitária causaram dificuldades acrescidas. Sabemos, por isso, de antemão que poderão ter ficado por incluir projetos neste mapeamento. Também outras rádios poderão ter surgido já depois de dezembro de 2018, altura em que tivemos de encerrar a pesquisa para começar a analisar os projetos que tinham sido identificados no hiato de três anos. Por exemplo, em fevereiro de 2020, quando já havia sido fechada a fase de identificação dos projetos de rádio *online* com potencial comunitário e estávamos num estágio avançado do estudo,

obtivemos conhecimentos da rádio *Zuca Tuga*²¹⁶, que surge de uma investigação de doutoramento em ciências da comunicação, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, com o objectivo de unir a comunidade portuguesa e brasileira a uma só voz (Rádio Renascença, 2020). Outros exemplos são os da rádio *Zip*²¹⁷, localizada em Marvila (Lisboa), que se assume como uma “web rádio on-line comunitária, geral e independente para informar, servir e promover uma vida social e coletiva da comunidade” (Zip, 2020) e também o da *Rádio Faneca*, uma rádio efêmera, que funciona em Ílhavo durante o festival com o mesmo nome. Desta última tivemos conhecimento através da prática profissional do investigador enquanto jornalista, mas decidimos não a incluir, por nunca ter aparecido na pesquisa efetuada nos motores de busca, com os conceitos-chave oportunamente referidos. Em 2020, de novo o município de Ílhavo criou a *Rádio 23 Milhas, online* e com emissão em 105.0fm, durante o período de quarentena provocado pela COVID19, para servir de plataforma de encontro e divulgar “concertos, espetáculos, rubricas dos festivais, programas especiais das estruturas culturais do município”²¹⁸.

Não obstante, não há uma solução informática, que possibilite uma deteção automática das emissoras de rádio que funcionam *online*. Na generalidade, estas emissoras também não têm registos. Das que analisámos, apenas duas se encontram registadas na ERC (*Rádio Miúdos* e *RadioActive101*) e uma é associada da ARIC (*NRC*). Nesta investigação ficam por questionar estas mesmas entidades que aceitaram o registo ou associação destas emissoras, sem que haja enquadramento legal nacional que as reconheça como rádios comunitárias e sem que estas tenham a figura legal de qualquer outro tipo de rádio, sendo por isso uma ponta solta a colmatar no futuro.

Esta análise, como já o assumimos, esteve focada nos projetos de rádio *online* com potencial cariz comunitário, deixando de parte os possíveis projetos de rádios comunitárias que existam afastados da internet, como por exemplo as rádios-escola. Estamos convictos da sua existência em comunidades escolares fechadas, no ensino básico e secundário e que, embora reúnam condições para serem consideradas como comunitárias, seria uma tarefa árdua e praticamente impossível de completarmos, tendo em conta os milhares de estabelecimentos público e privados que existem no país,

²¹⁶ <https://rr.sapo.pt/2020/02/20/vida/zucatuga-uma-radio-para-evitar-guetos-brasileiros/noticia/182642/#comentar>

²¹⁷ <http://radiozip.pt/sobre-nos/>

²¹⁸ <https://www.23milhas.pt/evento/20-03-24-radio-23-milhas-programacao-13----17-abril/>

ficando a análise dependente de uma resposta afirmativa ao contacto com estas instituições.

Por razões diferentes foram excluídas as rádios universitárias com frequência atribuída e registadas como rádios locais. Porém, em futuras pesquisas consideramos que também estas devem ser analisadas e caracterizadas, pois consideramos que, entre este grupo relativamente pequeno de rádios, encontraremos emissoras claramente comunitárias, em termos de propriedade, receitas, gestão, objetivos, missão, programação e participação da comunidade.

À parte desta análise ficaram as rádios locais. É verdade que abordámos a temática, como aliás não podíamos deixar de fazê-lo, por serem atualmente, no quadro da radiodifusão em Portugal, o principal meio de ligação com as comunidades, a localidade e a informação de proximidade (Bonixe, 2012, Bonixe, 2017). Além disso, o setor está perante um quadro desafiante, marcado pelas dificuldades económicas, pela falta de recursos humanos e pelo agrupamento de rádios para emissões em cadeia (Costa, 2017; Obercom, 2018), que abre espaço, como vimos, para o crescimento do número de rádios comunitárias em Portugal.

No futuro, importa realizar outra investigação e perceber quais destas rádios locais mantêm a sua génese de proximidade e localidade, servindo as comunidades locais em que se encontram inseridas. É um estudo ao qual pretendemos dedicar-nos, sabendo de antemão que existem rádios locais, com frequência atribuída, que são associações ou cooperativas sem fins lucrativos e que vivem, em grande parte, do contributo essencial de voluntários das comunidades inerentes. Estas características que encontramos também nas rádios comunitárias podem levantar a possibilidade de, no seio destas rádios locais, termos algumas delas que possam ser classificadas como RC, completando assim este mapeamento que aqui apresentamos e que pretende ser apenas o início de um, ainda, longo caminho a percorrer.

No horizonte fica também a vontade de criar um fórum entre estes projetos identificados e analisados, no qual se possa discutir a temática das emissoras comunitárias nacionais, possibilitando que estas se conheçam, partilhem experiências, desafios e dificuldades. Assim, abrir espaço à criação de uma rede de rádios comunitárias nacionais, como a CRAOL irlandesa ou mesmo a RENARC guineense. Com esta rede poderá sair impulsionado o conhecimento acerca deste terceiro setor de radiodifusão, dando-lhe voz e exercendo *lobby* para que a lei da rádio portuguesa volte a ser reavaliada e possa vir a integrar também as rádios comunitárias.

BIBLIOGRAFIA

Alia, V. (2006). Indigenous radio in Canada. In A. Crisell (Ed.), *More than a music box – Radio cultures and communities in a multimedia world* (pp.77-94). Nova Iorque: Berghahn Books.

Amaro, J.P. (2007). Sentimento Psicológico de Comunidade: uma revisão. *Análise Psicológica*, 1 (15), 25-33.

Arendt, H. (2001). *A Condição humana*. Lisboa: Relógio d'Água.

Arshan, L. (2008). Soft power and the role of media - a case study of PKU African strategy and state image, *World Economy and Politics*, 4, 6-15.

Atton, C. & Hamilton, J. (2008). *Alternative journalism*. Londres: Sage.

Azevedo, A. P. (2001). As rádios locais no pós 25 de abril. *Observatório*, 4, 113-122.

Bahia, L. (2005). *Potencialidades e limitações de rádios comunitária e educativa da região metropolitana de Belo Horizonte*. Artigo apresentado no livro de Actas do 4º SOPCOM - Congresso das Ciências da Comunicação, Porto. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bahia-lilian-potencialidades-limitacoes-radios-comunitaria-educativa.pdf>

Baptista, A. (2010). Democracia e representação democrática. *Análise Social*, 14(196), 491-514.

Barabási, A.L. (2002). *Linked – The new science of networks*. Cambridge: Perseus Publishing.

Baym, N. (2000). *Tun in, log on - soaps, fandom and online community*. Londres: Sage Publications.

Beaman, J. (2006). *Programme making for radio*. Nova Iorque: Routledge.

Berti, O.M.C. (2013, setembro). *O perfil das rádios comunitárias nordestinas que estão na internet*. Apresentado no INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, Brasil. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0036-1.pdf>

Bonini, T., Fesneau, E., Perez, J., Luthje, C., Jedrzejewski, S., Pechoia, A., Rohn, N., Sellas, T., Strakey, G., & Stiernstedt, F. (2014). Radio formats and social media use in Europe - 28 case studies of public service practice. *The Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12 (1,2), 89-107.

Bonixe, L. (2012). *O local como especialização – as rádios locais portuguesas enquanto espaço para a comunicação de proximidade*. Disponível em Repositório Comum, acessível em <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/5287/1/Lu%C3%ADs%20Bonixe.pdf>

Bonixe, L. (2014) (Ed.). Apresentação - Rádio contextos e linguagens. *Media & Jornalismo*, 24, 13(1). Disponível em <http://cicdigitalpolo.fcsh.unl.pt/pt/revista-media-jornalismo-no-24/>

Bonixe, L. (2017). As rádios locais portuguesas na transição para a internet. In P. Jerónimo (Ed.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. Covilhã: Labcom.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory of research for the sociology of education*. Greenwood Press.

Brabham, D. (2008). Crowdsourcing as a model for problem solving: an introduction and cases. *Convergence: The international Journal of Research into New Media Technologies* 14(1), 75-90. Disponível em <http://sistemas-humano-computacionais.wdfiles.com/local--files/capitulo%3Aredes-sociais/Crowdsourcing-Problem-solving.pdf>

Brites, M. J., Santos, S. C., Jorge, A. & Navio, C. (2014). Problematizar para intervir: rádio online e educação para os media como estratégia de inclusão de jovens. *Observatorio*, 8(1), 145-169.

Brites, M. J., Ravenscroft, A., Dellow, J., Rainey, C., Jorge, A., Santos, S. C., Rees, A., Auwarter, A., Catalão, D., Balica, M. & Camilleri, F. (2014). *RadioActive101 practices*. CIMJ - Centro de Investigação Media e Jornalismo. Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/46245/1/RadioActive101-Practices-PDF.pdf>

Brock, N. & Malerba, J. (2012). Um ar mais livre? Uma breve abordagem comparativa da situação legal das rádios comunitárias na Europa e na América do Sul. *Observatório da Imprensa*, 980. Disponível em observatoriodaimprensa.com.br. Consultado a 27 de março de 2018.

Brownie, B. (2006). A brief introduction to Gestalt, identifying key theories and principles. University of Hertfordshire, Faculty for the creative and Cultural Industries. Disponível na plataforma Docplayer, em <https://docplayer.net/30481323-A-brief-introduction-to-gestalt-identifying-key-theories-and-principles.html>

Bryman, A. (2004). *Quantity and quality in social research*. Nova Iorque: Routledge.

Buckley, S. (2010, janeiro). *Third pillar of media pluralism: community broadcasting in the UK and Europe*. Apresentado na Conferência Media, Communication and Cultural Studies Association (MeCCSA), na London School of Economics and Political Science, Londres, Reino Unido.

Burton, G. (2005). *Media and society – critical perspectives*. Nova Iorque: Open University Press.

Camponez, C. (2003). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva Coimbra.

Camponez, C. (2015). Transformações do pacto comunicacional do jornalismo na era digital: dos media à mensagem. *Comunicação, jornalismo e espaço público na era digital. Estudos do século XX*, 15, 35-56.

Camponez, C. (2017). Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal. In P. Jerónimo (Ed.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp.11-26). Covilhã: Labcom.

Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Revista Index Comunicación*, 1, 13-24. Disponível em <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/4/16>

Carlomagno, M. C. & Rocha, L. C. (2016). Como criar e classificar categorias para fazer análise. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 7(1). Disponível em <https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/45771/28756>

Carvalho, M. (2012). *A afeição/desafeição dos jovens na política. Um estudo de caso sobre comportamentos juvenis na actividade política* (Tese de Mestrado). Disponível no repositório da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, acessível em <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/18455/1/Dissertação%20A%20Afeição%20Desafeição%20dos%20Jovens%20na%20Pol%C3%ADtica.pdf>.

Castells, M. (1996). *O poder da identidade* (Vol. II). São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2005). *A sociedade em rede* (vol I). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Reino Unido: Wiley-Blackwell.

CBA – Community Broadcasting Association (2019, março). *State of the community broadcasting sector*. Community Broadcasting Association of Australia. Alexandria: CBA Edições. Disponível em

https://www.cbaa.org.au/sites/default/files/media/CBAA%20State%20of%20the%20Community%20Radio%20Sector%20Report%202019_2.pdf

CBF - Community Broadcasting Foundation (2010). *Voices and vision – community broadcasting in Australia*. Austrália: CBF Edições. Disponível em https://www.cbaa.org.au/sites/default/files/Voices%20%26%20Vision%20-%20All%20About%20Community%20Broadcasting_0.pdf

Cohen, A.P. (1985). *Symbolic construction of community*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Cordeiro, P. (2003). *A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Repositório da Biblioteca Online das Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>. Consultado a 14 de fevereiro de 2018.

Correia, J. C. (2002). *Cidadania, comunicação e literacia mediática*. Repositório da na Biblioteca Online das Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>. Consultado a 20 de dezembro de 2014.

Costa, P. (2017). *Teias da rádio: ensaios e reflexões sobre as políticas do setor*. Braga: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Costa e Silva, E. (2014). Rádios Locais: concentração e regulação. P. Portela, A. I. Reis, F. Ribeiro (Eds.), *Das piratas à internet: 25 anos de rádios locais*. Braga: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Cristo, D. (2005). *A Rádio em Portugal e o declínio do regime de Salazar e Caetano (1958-1974)*. Coimbra: EdiçõesMinerva.

Cruz, M.B. (1985). A participação política da juventude em Portugal. *Análise Social*, 21, 1067-1088. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223480202Y7eVG2cq8Cn79OV1.pdf>.

Curran, J. (2002). *Media and power*. Nova Iorque: Routledge.

Dahlgren, P. (2013). Online journalism and civic cosmopolitanism. Professional vs. Participatory ideals. *Journalism Studies*, 14(2), 156-171.

David, MJR. (2002) Mahaweli community radio. In B. Girard (Ed.), *Radio apasionados – experiencias de radio comunitária en el mundo*. Disponível em www.comunica.org/apasionados.

David, M. I. (2006). *(Community) Radio for development in Timor-Leste* (Tese de Mestrado). Faculty of Social and Behavioral Sciences, Leiden University, Holanda.

Decreto de lei n.º 338/88, de 28 de setembro. Diário da República, n.º 225/1988, série I, 1988.

Delanty, G. (2009). *Community*. Nova Iorque: Routledge.

Dewey, J. (1946). *The public and its problems - An essay in political inquiry*. Chicago: Gateway Books.

Dieng, P. (2013, junho). Radio Communautaires, espace public et développement local: enjeux et contraintes au Sénégal. *Revue Electronique Internationale de Sciences du Langage – Sudlangues*, 19, 43-67. Disponível em: http://www.sudlangues.sn/IMG/pdf/article_2_dieng.pdf.

Dockrell, W. Hamilton, D. (1983). *Nuevas reflexiones sobre la investigación educativa*. Madrid: Narcea.

Downing, John (2001). *Radical media. Rebellious communications and social movements*. Londres: Sage Publications.

Dubé, L. & Paré, G. (2003). “Rigor in information systems positivist case research: current practices, trends and recommendations. *MIS Quarterly*. Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.108.2091&rep=rep1&type=pdf>. Consultado a 01 de abril de 2018.

Esteves, J.P. (2007). Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação. In E. Pires (Ed.), *Espaços públicos, poder e comunicação* (pp. 209-224). Porto: Edições Afrontamento.

Fabre, M. (1980). *História da comunicação*. Lisboa: Moraes Editores.

Fals-Borda, O. (1987). The application of participatory action-research in Latin America. *International Sociology*, 2(4), 329-347.

Ferin, I. (2008). Os media e o regionalismo. In A. T., Matos e M. Lages (Eds.), *Portugal intercultural: Razão e projecto* (pp. 370-412). Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.

Ferreira, A.T. (2001). A comunidade dos países de língua portuguesa no contexto da globalização: problemas e perspetivas. In A. Moreira (Ed.), *Comunidade dos países de língua portuguesa – cooperação*. Coimbra: Almedina.

Ferreira, G. (2012). *Novos media e vida cívica – Estudos sobre deliberação, internet e jornalismo*. Covilhã: Livros Labcom.

Ferreira, J., Canseiro, S., & Rodrigues, D. (2010, outubro). *A Geografia das redes sociais*. Apresentado no XII Colóquio Ibérico de Geografia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto.

Ferraretto, L. (2007). *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e as suas estratégias de programação na 2ª metade do século 20*. Brasil: editora da Ulbra.

Ferronha, L. A. (2001). Cooperação com os PALOP nas áreas da educação e formação profissional. In A. Moreira (Ed.), *Comunidade dos países de língua portuguesa – cooperação*. Coimbra: Almedina.

Festinger, L., Schachter, S., & Bach, K. (1950). *Social pressures in informal groups*. Nova Iorque: Harper.

Festinger, L. (1964). *Conflict, decision and dissonance*. California: Stanford University Press.

Fleming, C. (2009). *The radio handbook*. Nova Iorque: Routledge.

Flew, T. (2016). Entertainment media, cultural power, and post-globalization: the case of China's international media expansion and the discourse of soft power. *Global media and China*, 1-17.

Foucault, M. & Deleuze, G. (1977). Intellectuals and power. In D. F. Bouchard (Ed.), *Language, counter-memory, practice: selected essays and interviews*. Ithaca: Cornue: University Press.

Foucault, M. (1955). *Discipline and punish - the birth of the prison*. Nova Iorque: Vintage Books.

Fraser, C. & Restrepo-Estrada, S. (2001). *Community radio handbook*. UNESCO. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595e.pdf>.

Fraser, C. & Restrepo-Estrada, E.S. (2002). Community radio for change and development. In *Society for international development*. Londres: Sage Publications.

Friedmann, J. (1996). *Empowerment: uma política de desenvolvimento alternativo*. Oeiras: Celta.

Fung, A. (2004). *Empowered participation - reinventing urban democracy*. Oxford: Princeton University Press.

Gastil, J. (1993). *Democracy in small groups - participation, decision making and communication*. Filadélfia: New Society Publishers.

Geoghegan, M.W. & Klass, D. (2007). *Podcast solutions: the complete guide to audio and videopodcasting*. Nova Iorque: Friends of.

George, Ch. (2016). Soft power: media influence and its limits. *Media Asia: the soft power of cultural exports*, 43(2), 69-75.

Giddens, A. (2003). *O Mundo em descontrolo – o que a globalização está fazendo de nós*. Rio de Janeiro: Record.

Ginsborg, Paul (2008). *A democracia que não há*. Teorema: Lisboa.

Girard, Bruce (2002). *Radio apasionados – experiencias de radio comunitária en el mundo*. Disponível em: www.comunica.org/apasionados.

Gomes, A. (2007). *Direitos e cidadania: justiça, poder e mídia*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Gomes, G., Imbuzeiro, C., Santos, M., Souza, S., & Pinheiro, S. (2013). *Movimento de rádios comunitárias: limites e desafios para uma comunicação contra-hegemónica*. Apresentado na VI Jornada Internacional de Políticas Públicas, na Cidade Universitária de UFMA, São Luís do Maranhão, Brasil.

Gómez, A., Foufe, E., Seoane, J., & Miranda, M. (2006). Google como gatekeeper sobre la importancia del posicionamiento en buscadores para el marketing político. In P. Cardoso & A. Cairrão (Eds.), *Comunicação política - cadernos de estudos mediático*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

González, M. (2014). *El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la ley general de la comunicación audiovisual* (Tese de Doutoramento). Universidad Complutense de Madrid. Disponível em <http://eprints.ucm.es/33015/1/T36345.pdf>.

Gauntlett, David (2011). *Making is connecting*. Cambridge: Polity Press.

Graeme, G. (2002). *Walter Benjamin – critical constellations*. Cambridge: Polity Press.

Granovetter, M. (1973, maio). The strength of weak ties. *The American Journal of Society*, 78(6), 1360-1380.

Golding, P. & Murdock, G. (1997). *The political economy of the media*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Gordon, J. (2012). *The community media in the twenty-first century*. Londres: Peter Lang Editions.

Grindle, M. (2007). Good enough governance revisited. *Development Policy Review*, 25(5), 553-574.

Gumucio-Dagron, A. (2005). Miner's radio stations. A unique communication experience from Bolivia. In *Media and glocal change: rethinking communication for development*. Buenos Aires: CLACSO – Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Habermas, J. (2006, junho). *Political communication in media society - Does the democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. Apresentado na Convenção Anual da ICA, Dresden, Alemanha.

Halinen & Tornroos (2005). Using case methods in the study of contemporary business networks. *Journal of Business Research*, 58(9), 1285-1297.

Hall, S. & Gay, P. (2005). *Questions of cultural identity*. USA: Sage Publications.

Hallett, L. & Wilson, D. (2010, janeiro). *Community radio: collaboration and regulation*. Apresentada na conferência Media Policy and regulation: current challenges, radio regulation and policy, LSE, Londres.

Hamlyn, D.W. (2017). *The psychology of perception: a philosophical examination of gestalt theory and derivative theories of perception*. Nova Iorque: Routledge.

Hanretty, C. (2011). *Public broadcasting and political interference*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Helsper, E. (2009). The ageing internet: digital choice and exclusion among the elderly. *Working with Older People*, 13(4) 28-33. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1108/13663666200900068>

Hendy, David (2002). *La radio nell'era globale*. Roma: Editori Riuniti.

Herreros, C. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Higgins, M. (2008). *Media and their publics*, Londres: Open University Press.

Hochheimer, J.L. (1993). Organizing democratic radio: Issues in Praxis. *Media, culture & society*, 15, 773-86.

Howard, P. (2011). *Castells and the media*. Cambridge. Polity Press.

Islam, M.R. (2016). *NGO, social capital and community empowerment in Bangladesh*. Singapura: Palgrave, MacMillan.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture – where old media and new media collide*. Nova Iorque: New York Press.

Jong, A. & Schuilenburg, M.B. (2006). *Mediapolis - popular culture and the city*. Rotterdam: 010 Publications.

Jorge, A.; Brites, M.J.; Minga, E. (2016). *Manual de sugestões - fazer rádio online com crianças e jovens*. Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo.

- Kaufman, D. (2012, junho). A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. *Galáxia*, 23, 207-218.
- Karim, K. (2011). Global media policy and cultural pluralism. In Mansell & Raboy (Eds.). *The handbook of global media and communication policy*. Reino Unido: Blackwell Publishing.
- Kleba, M. & Wendausen, A. (2009). Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. *Saúde Soc.*, 18(4), 733-743.
- Książek, T. & Webster, J. (2008). Cultural proximity and audience behavior: the role of the language in patterns of polarization and multicultural fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 485-503.
- Lamy, C. (2010, julho/setembro). Os media e o poder económico - uma relação difícil. *Jornalismo & Jornalistas*. Disponível em <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/14448/1/Os%20Media%20e%20o%20Poder%20Económico.pdf>.
- Laverack, G. (2005). Using a ‘domains’ approach to build community empowerment. *Community Development Journal*, Oxford University Press, 1-9.
- Leal, S., & Ribeiro, L. (2007). Mídias alternativas e esfera pública: democracia e reconhecimento nas rádios comunitárias no Brasil e na França. *Estudos De Sociologia*, 12(23). Disponível em <http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/500>.
- Lei 87/88, de 30 de julho. Diário da República n.º 175/1988, série I, 1988.
- Lei da rádio n.º 54/2010 de 24 de Dezembro, (revoga a Lei 4/2001, de 23 de Fevereiro) alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de Julho. Disponível em: <http://www.erc.pt/pt/radio>.
- Lewis, P. (2005). Editorial introduction. In T. Wall & P. Lewis (Eds.), *The radio journal: international studies in broadcast and audio media*, 3(1), 3–6. Disponível em <https://pt.scribd.com/document/18798558/The-Radio-Journal-International-Studies-in-Broadcast-and-Audio-Media-Volume-5-Issue-1>.
- Lewis, P. & Booth, J. (1989). *The invisible medium. Public, commercial and community radio*. Washington: Howard University Press.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2016). *A Cultura-mundo – resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.

Livingstone, S. (1994). The mass media, democracy and the public sphere. In S. Livingstone & P. Lunt (Eds.), *Talk on television audience participation and public debate* (pp. 9-35). Londres: Routledge.

Loncar, T. (2010). *Community attitudes to radio content - research report prepared for the Australian communications and media authority*. Relatório realizado para a ACMA - Australian Communications and Media Authority, disponível em <http://acma.gov.au>.

Lovink, G. (2012). *Networks without a cause – a critique of social media*. Cambridge: Polity press.

Luz, D. (2015). Existe um radiojornalismo que seja peculiar às rádios comunitárias no Brasil? In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários*. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Lynch, T. (2014). *Writing up your PhD - qualitative research*. University of Edinburg: English Language Teaching Centre.

Macedo, L., Cabecinhas, R., Macedo, I. (2011, março). Perspectivas sobre info-exclusão no ciberespaço lusófono. In S. Pereira (Ed.), *Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania*. Congresso realizado em Braga, pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Magalhães, P. & Moral, J. (2008). *Os jovens e a política*. (Estudo do Centro de Sondagens e Estudos de Opinião, da Universidade Católica Portuguesa). Disponível em https://jpn.up.pt/pdf/Os_jovens_e_a_politica.pdf.

Maia, M. (1995). *Telefonia*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Malki, M. (2006). Community development approaches: a concept note. In Hamyaran (Ed.), *Community empowerment for sustainable development in Iran* (pp. 50-59). Beirut: Iran NGO Resource Centre.

Markoff, J. (2013, janeiro/abril). Democracia: transformações passadas, desafios presentes e perspectiva futuras. *Sociologias*, 32, 18-50.

Martín, M. & Sánchez, M. (2000). *La radio del siglo XXI*. Madrid: Editorial Fragua.

Mathe, M. (1995). *La radio*. Paris: Milan Editions.

Maxwell, J. (2009). *Designing a qualitative study. The SAGE handbook of applied social research methods*. EUA: Sage Publications.

McChesney, R. W. (2000). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. Nova Iorque: The New York Press.

McChesney, R. W. & Nichols, J. (2016). *People get ready: The fight against a jobless economy and a citizen democracy*. Public Affairs.

McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. London & Nova Iorque: The MIT Press.

McLuhan, M. (2009). *Compreender-me. Marshall McLuhan – Conferências e Entrevistas*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.

McMillan, D. & Chavis, D. (1986). Sense of community: definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-23. Disponível em <https://pdfs.semanticscholar.org/e5fb/8ece108aec36714ee413876e61b0510e7c80.pdf>.

Meditsch, E. (1999). *A rádio na era da informação*. Coimbra: Minerva.

Meditsch, E. & Betti, J. (2008, setembro). *Mario Kaplún: teoria e técnica radiofônica a serviço da emancipação latino-americana*. Apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação., Natal, Brasil.

Mendel, T. (2011). *Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado*. Brasília: UNESCO.

Mesquita, M. (2007). *El cuarto equívoco – el poder de los media en la sociedad contemporánea*. Madrid: Editorial Fragua.

Miguel, A. (1992). *Rádio Renascença: os trabalhos e os dias (1933-1948)*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Mill, J.S. (1980). *Considerações sobre o governo representativo*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília.NT

Mollgard, M. (2018). *Access community radio in New Zealand*. Austrália: NZ on Air. Disponível em https://d3r9t6niqlb7tz.cloudfront.net/media/documents/2018-10_Mollgaard_Access_Radio_Review_2018_FINAL_for_publishing.pdf.

Morais, R. e Sousa, J. (2012). *Do envolvimento associativo à mobilização cívica: o potencial das redes sociais*. Atas do VII Congresso Português de Sociologia – Sociedade, crise e reconfigurações, Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Moreira, A. (2001). *Comunidade dos países de língua portuguesa – cooperação*. Coimbra: Almedina.

Muñoz, J. & Gil, C. (2002). *La radio: teoría y práctica*. Madrid: IORTV - Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Newcomb, T. (1956). *The prediction of interpersonal attraction*. Apresentado na 64ª Convenção Anual da American Psychological Association, Chicago (Illinois), EUA.

Newcomb, T. (1963). Stabilities underlying changes in interpersonal attraction. *The Journal of Abnormal and Psychology*, 66(4), 376-386.

Nobre-Correia (2004). Os media e a Europa - o sistema mediático da União, a sociedade civil e a identidade europeia. In M. Mesquita (Ed.), *Territórios do jornalismo*. Caleidoscópio - Revista de Comunicação e Cultura.

Nyre, L. & Fossi, M. (2010). Two-way radio: audience participation and editorial control in the future. In B. O'Neill (Ed.), *Digital radio in Europe – technologies, industries and cultures*. Reino Unido: Bristol.

OBERCOM (2018). A rádio em Portugal - Dinâmicas concorrenciais de audiências e publicidade (2002-2016). Relatório do Observatório da Comunicação. Disponível em www.obercom.pt.

OBERCOM (2018). As rádios locais em Portugal: caracterização, tendências e futuros. Relatório do Observatório da Comunicação. Disponível em <https://obercom.pt/as-radios-locais-em-portugal-caracterizacao-tendencias-e-futuros/>

Oliveira, F. (2013, julho/setembro). Democracia e internet. A revolução digital e os desvios à representação política. *Revista de informação legislativa*, 199(50), 143-161.

Oliveira, J. N. (1998). *A imprensa cabo-verdiana 1820-1975*. Macau: Edições Fundação Macau.

Oliveira, M. (2017). A reconfiguração das rádios locais ou a ameaça da frequência localizada. In P. Costa, *Teias da rádio: ensaios e reflexões sobre as políticas do setor*. Braga: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Oliveira, M. (2015). Som em frequência moderada: cartografia dos estudos de rádio em Portugal. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.) *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 239-249). Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Order, S. (2013). *Community radio: the joy of social connection*. Austrália: Community Broadcasting Foundation.

Paquete de Oliveira, J. (1992). A integração europeia e os meios de comunicação social. *Análise Social*, 27(118-119), 995-1024.

Pardal, L. & Lopes, E. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Areal Editores.

Parks, M. (2001). Social network sites as virtual communities. In Z. Papacharissi (Ed.), *A network self: identity, community, and culture on social network sites* (pp. 105-123). Nova Iorque: Routledge.

Pateman, C. (1970). *Participation and democracy theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

Paula, P. (2011, agosto). *Rádios comunitárias: por uma democracia activa. Dois estudos de caso: Guiné-Bissau e Moçambique*. Diversidades e (Des)igualdades, XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais, Universidade Federal da Baía, Salvador, Brasil.

Paula, P. (2012). *Comunicação para o desenvolvimento: novo paradigma de intervenção comunitária. Rádios comunitárias da Guiné Bissau e de Moçambique*. Lisboa: CIES-IUL – Centro de Investigação e Estudos em Sociologia, do Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/4266/1/CIES_WP133_Paula.pdf

Paula, P. (2016, abril). *Rádios comunitárias: novo paradigma de intervenção! Perspetiva comparada: Guiné Bissau, Moçambique e Timor Leste*. Comunicação apresentada no seminário: The role of communication within social emancipation processes. Imaginaries, theorisations and social practices, organizado pelo CES – Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Pavarala, V. (2015). Community radio “under progress”. Resuming a paused revolution. *Economic & Political Weekly*, 51. Disponível em <http://www.sancomonline.net/wp-content/uploads/2015/02/Community-Radio-Under-Progress-Vinod-Pavarala.pdf>.

Pedroia, A. (2008). La radio privée commerciale, un acteur central. *Mediamorphosis*, 23, 33-37. Disponível em http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/28256/MediaMorphoses_2008_23_33.pdf?sequence=1

Perkins, D. e Zimmerman, M. (1995). Empowerment theory, research and application. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569-579.

Peruzzo, C. (1998). *Participação nas rádios comunitárias no Brasil*. Repositório da Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, da Universidade da Beira Interior. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf.

Peruzzo, C. (2009). Rádios livres e comunitárias, legislação e educomunicação. *Revista Eletrónica Internacional de Economia Política da Informação e da Comunicação*, 11(3). Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/98/70>.

Peruzzo, C. & Volpato, M. (2009). Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. *Revista Libero*, 139-152. Disponível em <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/508/482>.

Pickering, M. (2008). Experience and the social world. In M. Pickering (Ed.), *Research Methods for Cultural Studies* (17-31). Edimburgo: Edinburgh University Press.

Pinto, C. (1988). Empowerment, uma prática de serviço social. In O. Barata (Ed.), *Política Social*. Lisboa: ISCSP.

Portaria n.º 691/88, de 15 de outubro. Diário da República, n.º 239/1988, série I, 1988.

Portela, P. (2006). *A rádio na internet em Portugal: a abertura à participação num meio em mudança* (Tese de Mestrado). Repositório da Universidade do Minho – Instituto de Ciências Sociais. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/6251>.

Portela, P. (2011). *Rádio na internet em Portugal*. Ribeirão: Edições Húmus.

Price-Davis-Davis, E., Tacchi, J. (2001). *Community radio in a global context: a comparative analysis in six countries*. Relatório para a CMA - Associação de Media Comunitários. Sheffield: CMA.

Projeto de Lei de Radiodifusão da República de Angola, do Ministério da Comunicação Social (2009). Disponível em <http://imgs.sapo.pt/jornaldeangola/content/pdf/pacote-legislativo/projecto-de-lei-de-radio-difusao.pdf>.

Proposta de lei n.º9/III (2ª) – Lei da Imprensa de Timor-Leste. Texto votado na especialidade. Disponível em https://arktlenglish.files.wordpress.com/2013/11/draft-media-law_-por_may-5_2014.pdf.

Proulx, S., Heaton, L., Choon, M., & Millette, M. (2011). Paradoxical empowerment of producers in the context of informational capitalism. In *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 17(1), 9-29.

Putnam, R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of american community*. Nova Iorque: Simon & Schuster Paperbacks.

Rennie, E. (2003). *The future of community broadcasting: civil society and communication policy* (Tese de Doutoramento). Disponível na Queensland University of Technology, Austrália, acessível em: <https://eprints.qut.edu.au/15829/>

Reis, A. I. (2014). As rádios piratas em Portugal - contributos para um percurso. In A.I. Reis, F. Ribeiro, P. Portela (Eds.), *Das piratas à internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 9-28). Braga: CECS - Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Reis, A. I. (2015). *O áudio nas cibernotícias da rádio*. Lisboa: Média XXI.

Reis, B. (2017). Os conteúdos em análise - teorias e práticas da análise de conteúdo. Repositório Institucional Camões - Universidade Autónoma de Lisboa. Disponível em <http://repositorio.ual.pt/handle/11144/3162>

Rheingold, H. (1996). *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva.

Ribeiro, F. (2013). *A participação dos cidadãos nos média portuguesas: estímulos e estrangimentos* (Tese de Doutoramento). Repositório da Universidade do Minho – Instituto de Ciências Sociais. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/27212>.

Ribeiro, F. (2014). Recuperar o espírito das piratas: reflexões sobre rádios comunitárias em Portugal, do vazio legal a uma proposta concreta. In A. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Eds.), *Das Piratas à internet: 25 anos de rádios locais*. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Ribeiro, F. (2015). *Rádios comunitárias na Galiza e em Portugal, o ruído e o silêncio: contraste de experiências na emergência de novos desafios sociais*. Repositório da Universidade do Minho. Disponível em http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/42061/1/FR_2015_relatorio-IACOBUS.pdf.

Ribeiro, F. (2016, novembro). *Reading between lines: the relationship between media coverage and legal status of community radios within european countries*. Apresentado na 6ª Conferência Europeia da Comunicação - Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures, Praga, República Checa.

Ribeiro, N. (2000). A rádio Renascença na transição do regime: do 25 de abril ao 25 de novembro. *Lusitania Sacra* 2(12), 267-314.

Ribeiro, N. (2014). Broadcasting to the portuguese empire in Africa: Salazar's singular broadcasting policy. *Critical Arts* 28(6), 920-937.

Ribeiro, N. (2014). *Salazar e a BBC na 2ª guerra mundial*. Coimbra: Edições Almedina.

Ribeiro, N. (2005). A emissora nacional nos primeiros anos do Estado Novo (1933-1945). Lisboa: Quimera.

Ribeiro, N. (2002). A rádio Renascença e o 25 de abril. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Roberto, M., Fidalgo, A., Buckingham, D. (2015). De que falamos quando falamos de infoexclusão e literacia digital? Perspetivas dos nativos digitais. *Observatório*. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542015000100003

Rodrigues, A.D. (2007). As novas configurações do público. In E. Pires (Ed.), *Espaços públicos, poder e comunicação* (pp. 21-34). Porto: Edições Afrontamento.

Salgado, S. (2014). *The internet and democracy building in lusophone african countries*. Surrey: Ashgate.

Santos, B. (2001). Entre próspero e caliban: colonialismo, pós-colonialismo e inter-identidade. In M.I. Ramalho & A.S. Ribeiro (Eds.), *Entre ser e estar: raízes, percursos e discursos da identidade* (pp. 23-85). Porto: Afrontamento.

Santos, J. A. (2000). *Homo zappiens – o feitiço da televisão*, Lisboa: Editorial Notícias.

Santos, L. A. (2015). Rádio e internet: o desafio pode começar de novo. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetórias e cenários* (pp. 189-202). Braga: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Santos, R. (2020). *Os microfones da rádio: do portuense à delírio*. Coimbra: Edições Minerva.

Santos, R. (2019). *Sintonias da rádio em Lisboa*. Lisboa: Colibri.

Santos, R. (2017). *Estudos da rádio em Portugal*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Santos, R. (2014). *A rádio em Portugal*. Lisboa: Colibri.

Santos, R. (2012, fevereiro). A rádio não tem emissão educativa. É essencialmente distração. Da tradição à modernidade radiofónica (1961-1969). Apresentado no colóquio *O meio rádio e os 75 anos da Rádio Renascença*, na Universidade Católica Portuguesa.

Santos, R. (2003). Rádio Clube Português - da escassez de frequências à grande importância no meio radiofónico nacional (1931-1936). *Media & Jornalismo* (3), 51-66.

Santos, S. (2007). *Imprensa regional - temas, problemas e estratégias da informação local*. Lisboa: Livros Horizonte.

Santos, S. (2011). *Serviço público de radiodifusão em Portugal: do controlo ideológico ao fim da representatividade social* (Tese de Doutoramento). Repositório Estudo Geral da Universidade de Coimbra, disponível em <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/20291>.

Santos, S. (2013). *Os media de serviço público*. Covilhã: Labcom.

Scifo, S. (2014). Communication rights as a networking reality: community Radio in Europe. In C. Padovani (Ed.), *Communication rights and social justice. Global transformation in media and communication research* (pp. 164-179). Londres: Palgrave.

Scott, M. (2009). *Guidelines for broadcasters on promoting user generated content, and media and information literacy*. UK: CBA – Commonwealth Broadcasting Association.

Sena, N. (2007, abril). Espaço Público, opinião e democracia. *Estudos de Comunicação - Studies in Communication Review, 1*. Disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/sena-nilza-espaco-publico-democracia.pdf>

Serra, J. P. & Francisco, N. (2014). Televisão: do grande ecrã coletivo aos dispositivos móveis. In A. Fidalgo & J. Canavilhas (Eds.), *Comunicação digital – 10 anos de investigação*. Covilhã: Labcom.

Seneviratne, K. (2012). Community radio in Asia - slowly coming out of the shadows. In U. Kalinga (Ed.), *Peoples' voices, people's empowerment: community radio in Asia and beyond*. Singapura: CBS International.

Silverstone, R. (1999). *Why Study the media?*. Londres: Sage Publications.

Silverstone, R. (2006) *Media and morality: on the rise of the mediapolis*. Cambridge and Malden: Polity Press.

Skaaning, S. & Jiménez, M. (2017). The global state of democracy, 1975-2015. *The global state of democracy. Exploring democracy resilience*,

International IDEA - Institute of Democracy and Electoral Assistance, 6-33.
Disponível em <https://www.idea.int/gsod/files/IDEA-GSOD-2017-REPORT-EN.pdf>

Spenillo, G. (2015). Mobilizações em redes nos espaços virtuais: reflexos da era digital nas lutas sociais de resistência. *Comunicação, jornalismo e espaço público na era digital. Estudos do século XX*, 15, 95-114.

Starkey, G. (2011). *Local radio going global*. Reino Unido: Palgrave MacMillan.

Straubhaar, J. (2003). Choosing national TV: cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil. In M. Elasmán (Ed.), *The impact of international television, a paradigm shift*. Londres: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Street, S. (2015). *Historical dictionary of british radio*. Reino Unido: Rowman & Littlefield.

Tajla, S., Keso, H. & Pietiläinen, T. (1999). The production of “context” in information seeking research: a metatheoretical view. *Information Processing and Management*, 35, 751-763.

Thompson, J.B. (1993). *Ideología y cultura moderna – Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Torres, A. (2003). Desenvolvimento local e as relações de proximidade: conceitos e questões. *Revista Internacional de Desenvolvimento local*, 4 (7), 27-39.

Torres, B. (2009, agosto). *O movimento de democratização do rádio no panorama latino-americano*. Apresentado no 7º Encontro Nacional da Mídia – Mídia alternativa e alternativas midiáticas, Fortaleza, Brasil.

Ursell, G. (2001). Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism. *Journalism and New Technologies*, 2 (2), 175–196.

Van Dijk, J. (2013). Digital democracy: vision and reality. In Snellen & Donk (Eds.), *Public administration in the information age*. IOS Press. Disponível em <https://research.utwente.nl/en/publications/digital-democracy-vision-and-reality>.

Venâncio, J.C. (2001). A Cooperação cultural. In A. Moreira (Ed.), *Comunidade dos países de língua portuguesa – cooperação*. Coimbra: Almedina.

Wallerstein, N. (2006). *What is the evidence on effectiveness of empowerment to improve health?* Apresentado no WHO Regional Office for Europe, Copenhaga, Dinamarca. Disponível em <http://www.euro.who.int/Document/E88086.pdf>.

Weber, M. (1983). *Fundamentos da sociologia*. Porto: Rés.

- Wheeler, M. (1997). Democracy and the information superhighways. In *Politics and the Mass Media*. Oxford: Blackwell.
- Wolton, D. (1994). *O elogio do grande público*. Lisboa: Edições Asa.
- Wolf, M. (1999). *Teoria da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Yin, R. (2003). *Estudo de caso – planejamento e métodos*. São Paulo: Bookman.
- Zuculoto, V. (2005, setembro). *Debatendo com Brecht e sua teoria do rádio (1927-1932): um diálogo sempre atual sobre o papel social e as potencialidades da radiodifusão*. Apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, Brasil.