

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

**Os sons da Lusofonia: contextos multiculturais
do serviço público de rádio em Portugal
e no Brasil**

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

**Os sons da Lusofonia: contextos multiculturais
do serviço público de rádio em Portugal
e no Brasil**

FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

POPH QUALIFICAR É CRESCER.

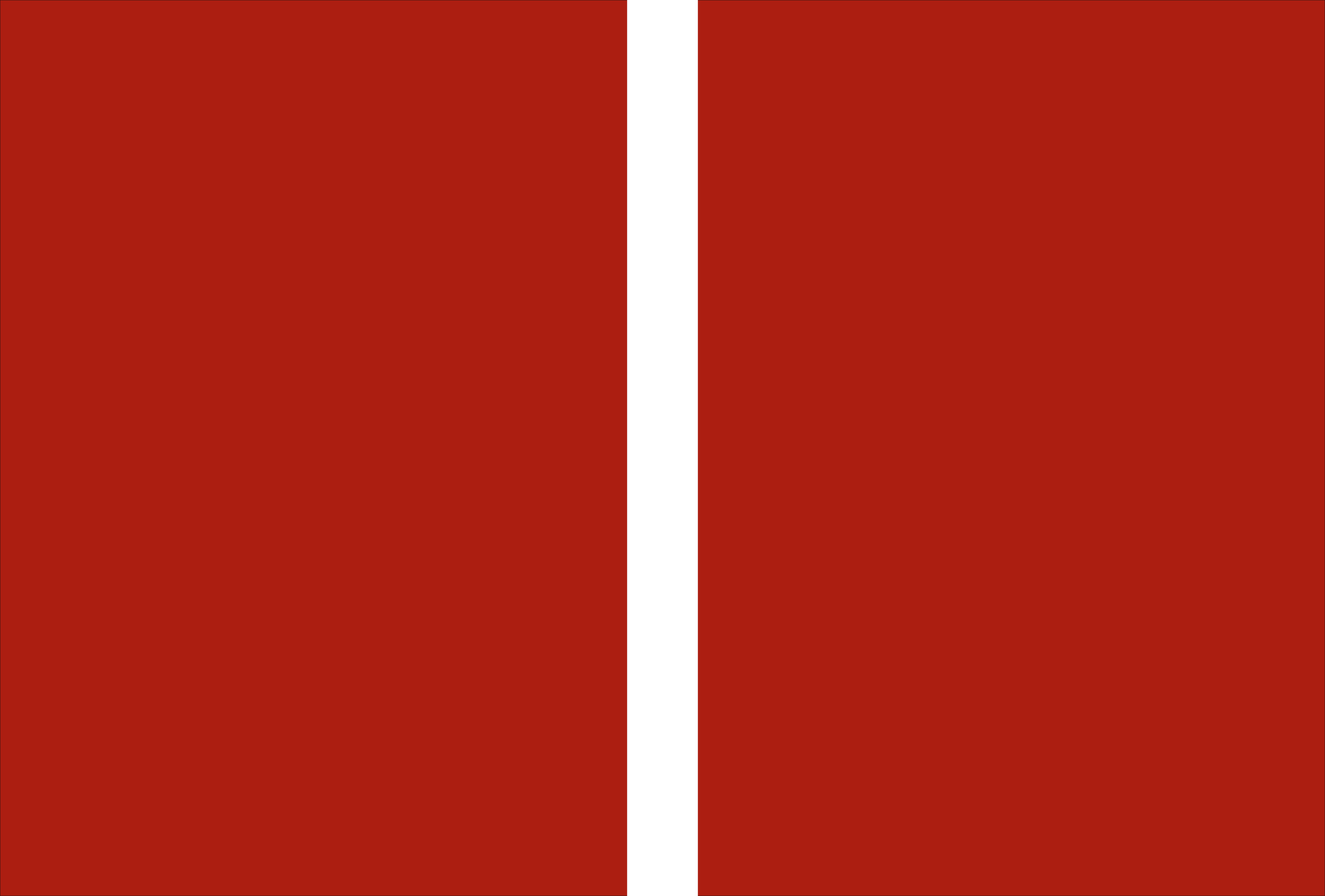
QR QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL PORTUGAL 2007.2013

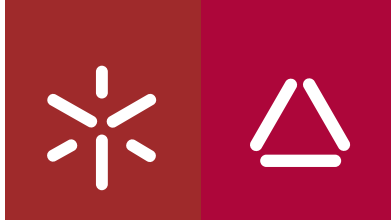
 Governo da República Portuguesa

 UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

UMinho | 2017

julho de 2017





Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

**Os sons da Lusofonia: contextos multiculturais
do serviço público de rádio em Portugal
e no Brasil**

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Maria Madalena da Costa Oliveira
e do
Professor Doutor Antônio Adami

julho de 2017

DECLARAÇÃO

NOME

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

ENDEREÇO ELETRÔNICO

teresa.costa.alves@gmail.com

NÚMERO DE CARTÃO DE IDENTIDADE / PASSAPORTE

12393423

TÍTULO DA TESE DE DOUTORAMENTO:

Os sons da Lusofonia: contextos multiculturais do serviço público de rádio em Portugal e no Brasil

ORIENTADORES:

Maria Madalena da Costa Oliveira

António Adami

ANO DE CONCLUSÃO

2017

CURSO

Doutoramento em Ciências da Comunicação

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, 25/07/2017

Assinatura do autor da tese

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração da presente tese. Confirmando que em todo o trabalho conducente à sua elaboração não recorri à prática de plágio ou a qualquer forma de falsificação de resultados.

Mais declaro que tomei conhecimento do Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, 25 de julho de 2017

Nome completo: Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

Assinatura:

Ana Teresa Pintassilgo da Costa Alves

Lusofonia

rapariga: s.f., fem. de rapaz: mulher nova; moça; menina; (Brasil), meretriz.

Escrevo um poema sobre a rapariga que está sentada no café, em frente da chávena de café, enquanto alisa os cabelos com a mão. Mas não posso escrever este poema sobre essa rapariga porque, no Brasil, a palavra rapariga não quer dizer o que ela diz em Portugal. Então, terei de escrever a mulher nova do café, a jovem do café, a menina do café, para que a reputação da pobre rapariga que alisa os cabelos com a mão, num café de Lisboa, não fique estragada para sempre quando este poema atravessar o Atlântico para desembarcar no Rio de Janeiro. E isto tudo sem pensar em África, porque aí lá terei de escrever sobre a moça do café, para evitar o tom demasiado continental da rapariga, que é uma palavra que já me está a pôr com dores de cabeça até porque, no fundo, a única coisa que eu queria era escrever um poema sobre a rapariga do café. A solução, então, é mudar de café, e limitar-me a escrever um poema sobre aquele café onde nenhuma rapariga se pode sentar à mesa porque só servem café ao balcão.

Nuno Júdice

Matéria do Poema, Lisboa: Publicações D. Quixote (2008)

Esta dissertação foi redigida em Língua Portuguesa, seguiu o Manual de Estilo das Publicações do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, baseado no estilo APA e teve o apoio da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Bolsa de Doutoramento com a referência **SFRH/BD/95915/2013**



Agradecimentos

Passaram praticamente cinco anos desde a minha primeira entrada na Sala de Atos do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Ali decorreu a primeira sessão do curso doutoral de 2012 e a partir dali se iniciou um caminho de vida repleto de uma miríade de desafios. Na Sala de Atos, o mesmo pensamento foi certamente replicado nas várias mentes presentes: “esta doida vem de Lisboa fazer o doutoramento?”. Essa mesma interrogação havia-se instalado na minha cabeça dias antes, mas não se demorou. E nunca, ao longo deste percurso de cinco anos e mais de quarenta trajetos entre Lisboa e Braga de comboio, me iria arrepender.

Por isso, o meu primeiro agradecimento é extensível a todos os alunos, investigadores, professores e funcionários com quem me cruzei pelo CECS e ICS. Não consigo por escrito retribuir a receção calorosa com que sempre fui brindada em Braga. Terei, portanto, de guardar os abraços para a próxima visita.

Neste conjunto admirável de pessoas, é necessário destacar duas, uma individual e uma coletiva. Em primeiro lugar, a minha orientadora, Prof. Dra. Madalena Oliveira, com quem partilho a paixão pela rádio e a admiração pelo Brasil e pelos brasileiros, a quem agradeço não só a supervisão do presente trabalho como também a amizade. Bem-haja por me ligar sempre que vem a Lisboa, por encontrar sempre tempo para mim nas curtas estadias que passei em Braga e pelo acompanhamento que não raras vezes decorreu à distância.

Em segundo lugar, agradecer ao grupo que comigo encetou este caminho doutoral, uma turma que sempre me acolheu e que até me inspirou a desenvolver um projeto de doutoramento comparativo entre Portugal e o Brasil: Beatriz, Clarisse, Diana, Ivo, Luciana, Luís, Rita e Sofia deste lado do Atlântico; Alexandre, Paola, Rafael, Ronaldo e Vânia, do outro lado do oceano.

Não é possível terminar um projeto desta envergadura sozinha. Por isso, urge agradecer a todos os que dispensaram meia hora, uma hora, hora e meia, ou até um dia inteiro para uma entrevista pessoal que acabou por se transformar num almoço, jantar ou passeio.

Agradeço à Prof^a. Nelia Del Bianco por, qual bússula, me ter ajudado a encontrar o objeto de estudo deste trabalho, com o seu conhecimento profundo do sistema público de radiodifusão brasileiro e a sua curiosidade extensível a todo o meio rádio. Um exemplo para mim enquanto investigadora.

Ao Prof. Fernando Oliveira, por me ter apresentado a grande parte da comunidade científica brasileira (e mais um par de botas), por todo o material de apoio disponibilizado, por me ter apresentado ao seu inspirador programa de extensão universitária e a todas as canções brasileiras dedicadas às Teresas.

Ao Prof. Adami, pelo afetuoso acolhimento em São Paulo e nas suas aulas na Unip e Unicamp.

À Prof^a. Deolinda Adão, por possibilitar que este projeto desabrochasse numa das melhores universidades do mundo e por me apresentar às rádios e diáspora portuguesas da Califórnia.

À equipa da RTP pelos minutos de entrevista preciosos, em particular a Edgar Canelas, Rui Pêgo, João Barreiros, Nuno Sardinha e Ricardo Soares, mas não só; a toda a equipa de produtores e locutores, pelo tempo dispendido a preencher um inquérito que, espero, não tenha sido demasiado enfadonho.

À equipa da EBC que me acolheu por duas vezes para a realização de entrevistas pessoais, nomeadamente à equipa da Central do Ouvinte, a Mário Sartorello e a Carlos Senna e, especialmente, à Jussara Mendonça, que tantos dados relevantes me propiciou, sem nunca ter deixado que o oceano que nos separa fosse um impedimento.

À Isabel Botelho, Adriana Cambaúva e Martins Araújo, cujo tempo e empenho diário na divulgação da cultura portuguesa no FM foram inspiradores para a investigação sobre a diáspora no presente trabalho.

Ao Tiago Monteiro, professor, luso-descendente e amigo. Uma entrevista exploratória que resultou numa aventura, numa história deliciosa de se contar e, sobretudo, numa boa amizade.

Ao Sérgio Pinheiro, professor, luso-descendente e amigo. Obrigada por aquela tarde na rádio comunitária da maior favela de São Paulo, experiência transformadora que jamais esquecerei.

Agradeço ainda ao Prof. Laurindo Leal Filho por me ter dito, na primeiríssima entrevista que realizei no Brasil, que eu não tinha objeto de estudo. Desafiou-me de forma involuntária e assim acabei por descobrir o meu objecto. E mesmo que não o tivesse encontrado, o caminho teria sempre valido a pena.

Extravasando o mundo académico, agradeço agora de forma mais pessoal a quem já caminhava a meu lado quando o caminho ainda não era o da investigação.

À mãe, pelo incentivo e pelo apoio. Ao pai, pelo incentivo e pelas horas a fio dedicadas à revisão deste trabalho. À Sofia, ao Fernando, ao Francisco, ao Bernardo e ao António, pelo tempo (e espaço) que partilhámos juntos em São Paulo.

À família que adquiri em São Paulo e em Berkeley: Simone, Luís, Nathália, Mirian e Varinha, de quem nunca esquecerei os braços sempre abertos da Casa Laranja; Catarina, Gonçalo, Luís e Maria, simultaneamente amigos e objetos de estudo da diáspora portuguesa na Califórnia, fazendo-me crer que a nove mil quilómetros de Portugal eu estava ainda em casa.

Por fim, aos meus amigos, por esperarem pacientemente que eu regressasse ao mundo dos vivos depois de uma entrega quase ermitica à escrita desta tese. Ao Edgar (e ainda que já tenhas chegado a meio deste percurso), pelo apoio na formatação gráfica deste trabalho, pela dedicação, pelo amor.

Resumo

A Lusofonia engloba o espaço onde a língua portuguesa é falada e entendida como a língua mãe da comunicação entre as pessoas. Trata-se de uma paisagem linguística que contempla sonoridades tão distintas quanto a diversidade dos países que compõem o espaço lusófono. A pluralidade de sotaques e de géneros musicais, oriundos deste espaço interligado por um oceano em tempos navegado, reflete uma panóplia de possibilidades sonoras na tentativa de sintetizar uma *mediapaisagem* sonora da Lusofonia. Este espaço de contrastes, tanto do ouvido como da representação dos países de expressão em língua portuguesa nas instâncias lusófonas, é objeto de estudo do presente trabalho. E porque o território da Lusofonia é o habitado por todos os falantes de Português, estendemos a nossa análise ao contexto das várias diásporas da língua portuguesa espalhadas pelo mundo, além dos oito países de língua oficial portuguesa que desde a expansão colonial a adotaram como sua, sonorizando-a de forma particular na sequência do cruzamento com as línguas locais. Sendo a rádio o meio mais dotado de som, sintetizaremos a sonoridade da Lusofonia em duas frentes: a rádio pública, porque é no serviço público que encontramos, pelo menos em teoria, os princípios fundamentais da pluralidade e da diversidade nos média, conceitos chave para o tratamento da cultura lusófona; e os programas de rádio produzidos para a diáspora, onde se consolidam as representações sonoras do distanciamento e a afirmação de um sentimento de pertença à nação de origem que se pode traduzir em sotaques e produtos culturais musicais. A polifonia lusófona também se afirma através dos vários géneros musicais que nasceram no espaço da Lusofonia – sendo alguns destes géneros produto do cruzamento de influências musicais transatlânticas. Neste caso, o oceano uniu o que sempre separou; mas será que este oceano, em particular o que se estende entre Portugal e o Brasil, é navegável através de ondas hertzianas? O Brasil é o maior território de falantes de língua portuguesa e o país a quem muitos julgam caber a responsabilidade de assumir o estandarde da Lusofonia. Portugal foi, historicamente, o catalisador da empreitada marítima que tornou o Português a língua oficial de lugares tão distantes uns dos outros, como Rio Grande do Sul e Timor-Leste. E existirá entre estes dois países um fluxo mediático mais intenso, reflexo de um interesse mais demorado um pelo outro, ou estaremos perante uma típica relação conjugal em que um parece estar mais apaixonado do que o outro? Para responder a estas questões de investigação, analisaremos com profundidade alguns estudos de caso, nomeadamente programas na rádio pública sobre cultura lusófona em Portugal e no Brasil e programas de rádios produzidos para a diáspora portuguesa no Brasil, de forma a registar um mapeamento sonoro das representações da cultura lusófona na rádio em ambos os países.

Palavras-chave: serviço público de rádio; Lusofonia; cultura lusófona; diáspora; som

Abstract

Lusophony involves the space where Portuguese language is spoken and understood as the mother tongue for people to communicate. It stands as a linguistic landscape that that overviews sounds as different as the countries that are part of it. Plurality of accents and musical genres rooted to this space by the ocean, reflects a wide range of sound possibilities that can represent Lusophony's sound mediascape. A place of contrasts, from the hearing to the countries that are represented there; this is our object of study. And because the lusophone territory is inhabited by all Portuguese speakers, we will include in our analysis the contexto of Portuguese-speaking diásporas, as well as the 8 countries that have adopted the language throughout the colonization process, even if it has been crossshaped by local languages. Radio is the real sound médium, so we will resume our analysis in two settings: public radio, because in public service broadcasting we find (theoretically at least) plurality and diversity as founding principles, essential to deal with the Lusophone culture; and radio shows aimed at the diaspora, where distance and a feeling of belief can be translated into accents and music products. The Lusophony is poliphonic and it also stands out through the diferente music genres that where born in this space. Some of these genres are even a product of transatlantic musical influences. The ocean has united what it has always separated; but is it possible to sail this ocean (especially between Portugal and Brazil) over heartzian waves? Brazil is the largest Portuguese-speaking territory and this is why some thinkers believe that it should take on the responsibility for the lusophone territory. Portugal has spread its language over a huge territory, from Rio Grande do Sul, in Brazil, to East Timor. Therefore, is there greater mediatic flow between the two countries, as they may be more interested in one another, or are we looking at a typical couple where one loves the other more? In order to answer these research questions, we will analyse deeply a few case studies: public radio shows on the Lusophone culture in Portugal and Brazil radio shows produced for the Portuguese diaspora in Brasil. By doing so, we will be able to record a sound map of how Lusophony is represented in radio in both countries.

Keywords: public service broadcasting; Lusophony; lusophone culture; diaspora; sound

Sumário

Agradecimentos	I
Resumo	III
Abstract	V
Sumário	VII
Introdução	1
<i>Para uma sonoplastia do imenso espaço lusófono</i>	1
<i>Percursos de uma investigação sonora</i>	28
Capítulo 1	37
<i>Rádio, cultura e Lusofonia</i>	37
Lusofonia, língua portuguesa e sentimentos de pertença	37
O espaço lusófono no espaço mediático	57
A rádio como canal de retransmissão da cultura popular lusófona	64
Diáspora e suas representações no meio radiofónico	76
Capítulo 2	89
<i>O sistema público de comunicação: uma abordagem global</i>	89
O serviço público de radiodifusão na divisão Norte e Sul	89
O sistema público de radiodifusão no Brasil	98
A breve história do sistema público de comunicação no Brasil	98
A legislação brasileira para a radiodifusão	107
Regulação do serviço público de comunicação no Brasil	119
O serviço público de rádio e o debate atual no Brasil	126
O sistema público de radiodifusão em Portugal	139
Legislação portuguesa para a comunicação pública	139
Regulação do serviço público de comunicação em Portugal	149
Organismos de autorregulação da gestão do serviço público de comunicação	159
O debate sobre serviço público de rádio em Portugal	166
Capítulo 3	177
<i>Sons da Lusofonia: análise comparativa de estudos de caso no meio rádio em Portugal e no Brasil</i>	177
Sotaques da língua portuguesa: para uma sonoridade fonética da Lusofonia	177
A música como expressão da (im)presença sonora da cultura lusófona na rádio pública	182
Géneros musicais do espaço lusófono e sua classificação	182

Coproduções musicais entre Portugal e Brasil: um oceano cada vez mais navegado.....	197
Classificação de géneros e formatos radiofónicos na análise crítica de estudos de caso	203
Expressão lusófona na rádio brasileira e a impossibilidade de um mapeamento no Brasil	211
O espaço da língua portuguesa na programação da EBC.....	211
O programa <i>Tanto Mar</i> na Rádio Nacional de Brasília.....	217
Expressão lusófona na rádio pública portuguesa: mapeamento em Portugal	225
O caso da Antena 1	225
O caso da RDP África.....	241
O caso da RDP Internacional.....	250
O programa <i>Vozes da Lusofonia</i> na Antena 1	258
<i>Vozes da Lusofonia e Tanto Mar</i> , encontros e desencontros.....	263
Capítulo 4.....	273
Breve caracterização da diáspora portuguesa no Brasil.....	273
O produto mediático híbrido Roberto Leal: “cá sou português e lá sou brasileiro”	282
A diáspora portuguesa na rádio no Brasil	287
O caso do programa de rádio <i>Portugal, a saudade e você</i> na Rádio Capital AM de São Paulo	296
A (des)colonialidade do ouvir: descolonizar o pensamento através da rádio no contexto das epistemologias do Norte e do Sul	305
Conclusão.....	321
<i>Portugal e Brasil, um caso de amor não correspondido</i>	321
Referências.....	347
Apêndices.....	379
Apêndice 1 – Relação dos entrevistados com o objeto de estudo	381
Apêndice 2 – Breves notas biográficas dos principais entrevistados	382
Apêndice 3 – Guião para a realização de entrevistas semiestruturadas	387
Apêndice 4 – Guião para inquérito <i>online</i> sobre a presença da Lusofonia na rádio pública portuguesa	388
Apêndice 5 – Grelha de análise do programa de rádio <i>Tanto Mar</i> (EBC).....	392
Apêndice 6 – Grelha de análise do programa de rádio <i>Vozes da Lusofonia</i> (RTP)	408

Introdução

Para uma sonoplastia do imenso espaço lusófono

Para ser livres temos de nos engajar num mundo social e cada engajamento demanda de nós o preço da rendição a esse mundo. Quanto mais nos engajamos sem nos render, mais livres nos tornamos.
(Mangabeira Unger, 2014)

A liberdade do envolvimento no mundo que nos rodeia, sem rendição às restrições do próprio objeto de estudo e do seu contexto, é um dos direitos universais que buscamos através do trabalho científico. Acreditamos que esta liberdade concedida pelo comprometimento para com a produção de conhecimento, sem nos desapropriarmos do pensamento crítico, propulsiona o avanço da ciência. Em coligação com os princípios fundamentais do rigor epistemológico e da retidão deontológica, ousamos tornar objetivo do presente trabalho a reflexão crítica sobre as fronteiras da Lusofonia e da sua presença no espectro eletromagnético que o meio rádio, simultaneamente, possibilita e limita.

É precisamente pelos limites impostos ao meio rádio, ou quem sabe, por ele próprio criados, que principiamos. Estes limites são os de um panorama de investigação manifestamente modesto e exíguo no campo dos Estudos de Rádio em Portugal, pelo número reduzido de trabalhos académicos sobre a rádio e o som. Quando alegamos que poderá ter sido a própria rádio a desenhar os seus limites, refletimos sobre um suposto complexo de inferioridade frequentemente mencionado por profissionais e anunciantes. Os primeiros transparecem um certo complexo de

inferioridade, experienciado na primeira pessoa após mais de uma década de ligação profissional à rádio, manifesta-se num profundo e enraizado sentimento, tanto de pequenez face às mais elevadas audiências da televisão e aos prometedores níveis de penetração dos novos média digitais, como de proteção perante a exposição de um meio que denuncia a personalidade através da imagem. Os últimos, financiadores do sistema privado que, ao contrário da rádio pública, veem a sua sobrevivência condicionada pelas flutuações do mercado publicitário.

O presente trabalho propõe-se a navegar de forma auspiciosa (assim o esperamos) o oceano Atlântico – entre Aquém e Além-Mar – até ao Brasil, desembarcando na costa que viu chegar os primeiros fluxos migratórios de portugueses. Por lá encontramos um número de registos de produção académica bem mais significativo no campo dos Estudos de Rádio e um grupo de investigadores mais sólido e alargado, não só devido à maior dimensão do país, mas também à longevidade da disciplina no seio do campo das Ciências da Comunicação. Se o grupo de trabalho Rádio e Meios Sonoros, da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), foi criado em 2013, já a sua congénere brasileira, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), agrega um núcleo de pesquisa em Rádio e Mídia Sonora com mais de 20 anos de avanço, fundado em 1991. Ainda que no Brasil a investigação esteja a ser praticada de forma extensiva durante um período temporal mais lato, o grupo não baixou os braços e acredita continuar a ser necessário ampliar e aprofundar a produção sobre formas de apropriação por parte de ouvintes – e agora também de ouvintes em rede – da rádio nas novas plataformas e nos novos suportes: “[a rádio é] um meio cujos horizontes parecem nebulosos, diante da encruzilhada digital” (Ferraretto & Klöckner, 2010, p. 202).

Perante uma produção académica pouco numerosa, como é a portuguesa, desejamos que o presente trabalho possa estimular mais e mais profundas travessias pelo espaço oceânico que nos separa do Brasil, num caminho de descobertas para os Estudos de Rádio em Portugal. Desenvolver uma tese de doutoramento dotada de pertinência num domínio relativamente negligenciado das Ciências da Comunicação é uma das propostas fundadoras deste trabalho. Pretende-se com esta dissertação contribuir para o desenvolvimento deste campo científico em Portugal, ao mesmo tempo que se almeja promover a cooperação internacional com os restantes países do espaço lusófono, em especial com o Brasil, tendo por base as representações simbólicas

de uma mesma língua – a portuguesa – num mesmo meio – a rádio –, mas em modelos económicos, políticos e democráticos distintos. Se, metaforicamente, as dimensões epistemológicas deste projeto de investigação fossem uma árvore, as suas raízes seriam o espaço lusófono, a rádio o seu tronco, o serviço público os seus ramos e os programas de rádio que difundem a cultura lusófona os seus frutos.

Se a rádio é o objeto de estudo principal do trabalho que aqui se inaugura, a Lusofonia constitui-se como o cenário macrocultural em que a reflexão crítica terá lugar, através da análise de estudos de caso. A importância da Lusofonia na construção da identidade portuguesa é histórica em dois sentidos: pelo facto de o espaço lusófono se ter firmado como uma construção pós-colonialista e porque a ideia de “portugalidade” tem vindo a tomar forma a partir de uma dimensão de distância edificada com o passar dos séculos. E, na senda dessa representação de uma identidade além-fronteiras para os portugueses, a Lusofonia deve (acreditamos) estabelecer uma política cultural entre os países que a constituem, reconstruindo-se numa política cultural que parece nunca ter existido.

Para analisar a história e a génese do serviço público de rádio no âmbito da Lusofonia, foram selecionados dois estudos de caso distintos, cuja análise comparativa possibilitará a compreensão do tema no contexto da Lusofonia: Portugal, por se tratar do país-berço da língua portuguesa; o Brasil, por constituir a maior potência económica e cultural em que o Português é língua oficial. Serão estes os cenários mediáticos em análise neste projeto. Em comum, uma mesma língua e trechos de história partilhados. Uma cultura de génese colonizadora e uma pela outra achada; uma economia em leve recuperação após uma dura recessão face a uma economia a caminhar para a recessão após uma década de apogeu; um país que considerou a privatização do serviço público no apogeu da mencionada crise face a um país que há apenas uma década criava o seu sistema público de comunicação. Todos estes aspetos parecem opor Portugal e Brasil em termos históricos, culturais e de gestão de recursos e património.

O entendimento entre as comunidades científicas ligadas ao campo das Ciências da Comunicação nos países da Lusofonia foi fomentado em 1994 pela instauração da CPLP – Comunidade de Países de Língua Portuguesa (Melo, 1995), fundada em 1996 por sete países de língua oficial portuguesa (acolhendo ainda, em 2002, o recém-independente Timor-Leste), numa

iniciativa de José Aparecido, embaixador do Brasil em Portugal, com o apoio dos presidentes Mário Soares e Itamar Franco. O primeiro congresso de comunicação formalmente realizado por e para estes países aconteceu em 1993 e designou-se por I Congresso Internacional do Jornalismo em Língua Portuguesa. Um ano antes, notava-se já um esforço de cooperação com a realização do I Congresso da Imprensa de Língua Portuguesa. Em 1996, a brasileira Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) dinamizou um importante acontecimento de entrosamento científico entre Portugal e Brasil com a realização do primeiro colóquio luso-brasileiro na Universidade de Brasília (UnB). No entanto, devido a um incidente no aeroporto do Rio de Janeiro, onde o visto de entrada no país foi indevidamente requerido aos investigadores portugueses que se preparavam para participar no colóquio, este debate não chegou a acontecer (Melo, 1995). Um ano depois, é realizada nova tentativa, desta vez com sucesso: o Colóquio Luso-Brasileiro de Ciências da Comunicação aconteceu então em 1997, onde foram lançadas as bases para a criação da Sopcom e da Lusocom – Federação das Associações Lusófonas de Ciências da Comunicação. Em 2002, no V Congresso da Lusocom, um dos objetivos era “aumentar a projeção internacional da comunidade lusófona (Brasil, Portugal, PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa e comunidades lusófonas) que congrega hoje uma das maiores comunidades académicas no campo das Ciências da Comunicação”¹.

Em 2016 celebraram-se os 20 anos da fundação da CPLP, cuja presidência rotativa para o biênio 2016-2018 cabe justamente ao Brasil. Na cerimónia de celebração deste aniversário, Michel Temer² discursou, realçando a sua convicção de que, nos últimos 20 anos, a CPLP tem logrado “consolidar-se como plataforma de integração e interlocução entre os países de língua portuguesa e desses com o mundo, tendo-se tornado um organismo internacional com credibilidade junto à comunidade das nações” (Ministério das Relações Exteriores, 2016). O discurso adulator de Temer contrasta com uma credibilidade severamente abalada dois anos antes, aquando da X Cimeira da CPLP em Timor-Leste, em que a Guiné Equatorial se tornou, por consenso, membro de pleno direito da organização. O grande debate em torno desta adesão prende-se com a limitação aos direitos humanos que se vive naquele país, que aprovou à pressa

1 Lista completa dos objetivos da Lusocom disponível em <http://www.lusocom.org/pt/pag/objectivos>.

2 Michel Temer é o 37º vice-presidente do Brasil, tendo chegado à Presidência da República a 31 de agosto de 2016 na sequência da deposição da anterior Presidente, Dilma Rousseff, sem ser eleito diretamente para o cargo.

o Português como língua oficial do país, de forma a entrar na comunidade, e que apenas suspendeu a pena de morte para efeitos de aceitação na instituição³. Este historial contrasta radicalmente com um dos princípios essenciais da CPLP: “Primado da paz, da democracia, do estado de direito, dos direitos humanos e da justiça social” (CPLP, 2017). Parece, pois, ser urgente a reconfiguração da CPLP que, admitamos, é a face institucional mais visível da Lusofonia – mas que, nos seus 20 anos de existência, ainda não logrou atingir os objetivos a que se propôs⁴.

Se a CPLP é a faceta institucional da Lusofonia, logo, a face mais visível, então a face mais “audível” da Lusofonia será o nosso objeto de estudo, em busca da qual estudaremos os modelos de implementação do serviço público de rádio, para ali descobrir formas de representação da cultura lusófona em ambos os países em análise. Elegemos o serviço público como o modelo empresarial de rádio a dissecar porque acreditamos que, dada a sua missão e valores, cabe ao serviço público a elaboração de um retrato mais exaustivo da Lusofonia; é que a relevância cultural e formativa do serviço público constitui, a par da isenção e do pluralismo na informação, o fundamento principal da sua existência, em particular no modelo europeu (Silva & Ribeiro, 2013). De acordo com os seus princípios fundadores – pluralidade, universalidade, excelência, responsabilidade e inovação (Unesco, 2001) –, a missão do serviço público de rádio deverá ser a de promoção de uma “audibilidade do Outro”. Com o despertar das TIC, a palavra (escrita, lida ou falada) deixou de ser o suporte dos média para passar a ser o *eikon* a ter a primazia da linguagem mediática: a visibilidade do Outro superou a audibilidade do Outro. Ainda que também esteja a passar por um processo de convergência digital, a rádio representa a maior exceção, que

3 Vários foram os dirigentes, governantes e diplomatas que se insurgiram contra a entrada da Guiné Equatorial no bloco lusófono. Lauro Moreira, antigo embaixador do Brasil junto da CPLP entre 2006 e 2010 e atual presidente do conselho diretivo do Observatório da Língua Portuguesa, considerou mesmo que esta adesão envergonha a organização, alegando que o país é uma antiga colónia espanhola que não desenvolveu laços culturais com os países lusófonos. Além disso, é também um país politicamente conturbado, já que o seu presidente, Teodoro Obiang, é o chefe de Estado que há mais tempo está no poder em todo o mundo, a par do presidente angolano José Eduardo dos Santos que anunciou recentemente a sua renúncia. O regime é acusado de ser uma ditadura, com uma oposição parca e dominada pelo medo, acusado de violação dos direitos humanos por várias organizações não-governamentais. Obiang e alguns membros da sua família detêm uma das maiores fortunas em África, de acordo com a revista Forbes, e enfrentam processos por corrupção, fraude e branqueamento de capitais (Nsehe, 2012). A pena de morte na Guiné Equatorial está presentemente suspensa, medida que foi tomada para lhe ser permitida a entrada na CPLP. Para além de ser um país com fraca credibilidade internacional, está isolado pela língua, pois é o único a falar espanhol em África.

4 Os principais objetivos da CPLP encontram-se listados no artigo 3º dos estatutos que compõem a Declaração Constitutiva da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa assinado em Lisboa no dia 17 de julho de 1996: “São objectivos gerais da CPLP: (a) A concentração político-diplomática entre os seus membros em matéria de relações internacionais, nomeadamente para o reforço da sua presença nos fóruns internacionais; (b) A cooperação em todos os domínios, inclusivê os da educação, saúde, ciência e tecnologia, defesa, agricultura, administração pública, comunicações, justiça, segurança pública, cultura, desporto e comunicação social; (c) A materialização de projectos de promoção e difusão da Língua Portuguesa, designadamente através do Instituto Internacional de Língua Portuguesa”.

ainda sustém a base do seu ato de comunicação na palavra falada e escutada (pois até a imprensa escrita está a apostar crescentemente nas suas versões digitais).

Fixando o olhar noutro ponto do mundo, se olharmos para a realidade no país centro da economia-mundo (e que normalmente representa as tendências do que se virá a observar no resto do mundo num futuro próximo), ou seja, para os Estados Unidos, constatamos que o atual consumo de notícias por parte de adultos norte-americanos ainda recai sobretudo na televisão (57%), com a rádio (25%) a ser ultrapassada pelo *online* (38%), onde se incluem a imprensa digital e as redes sociais (Pew Research Centre, 2016).

Na Europa, o consumo de média ainda é predominantemente tradicional, ainda que o uso da internet e redes sociais esteja a aumentar de ano para ano. A televisão, consumida num aparelho televisor mais clássico ou através da internet, ainda é o meio mais popular junto dos europeus, com 86% dos cidadãos a ligarem a televisão todos os dias, ou praticamente todos os dias. Já a rádio é o segundo meio com que mais se relacionam os europeus: 76% ouvem rádio pelo menos uma vez por semana, 53% escutam todos os dias (Comissão Europeia, 2014). Em Portugal, os indicadores de escuta média de rádio são ligeiramente superiores: em 2016, 78% dos portugueses escutaram rádio pelo menos uma vez por semana e 55% afirmaram ter ligado a rádio na véspera⁵. Cada português escutou, ao longo do ano, 3 horas e 13 minutos de rádio por dia (Markttest, 2017, 7 de fevereiro).

No Brasil, de acordo com dados recentes da Pesquisa Brasileira de Mídia⁶ (SECOM, 2016) que quantifica hábitos de consumo mediático por parte da população brasileira através da resposta à pergunta “Em que meio de comunicação se informa mais sobre o que acontece no Brasil?”, a televisão ainda permanece como o grande meio de comunicação fonte de informação e formador de opinião, com 63% de preferência. Ainda que a internet esteja arredada de cobertura em algumas áreas do país, concordamos com Kuhn (2007) na afirmação de que a web criou uma oportunidade para países do Sul, ainda que não tenha reduzido o peso mediático dos países desenvolvidos ou a influência de aspetos de natureza económica sobre a circulação de conteúdos nos média. A

5 Os principais indicadores de audiências de rádio analisados no estudo Bareme Rádio são o Reach Semanal, ou seja, o número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação de rádio, no período de uma semana, independentemente do tempo despendido, e a Audiência Acumulada de Véspera, ou seja, o número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido (Markttest, 2017c).

6 Estudo realizado pela secretaria pública Secom (Departamento de Pesquisa de Opinião Pública) durante o ano de 2016 por meio de questionário.

internet surge no Brasil com 26% de menções. A rádio, com apenas 7%, poderá ter sofrido pelo facto de a questão colocada apenas sugerir uma resposta – “em que meio”. A rádio é, maioritariamente, um consumo de automóvel que, ou dá a conhecer determinada notícia, sendo o consumidor depois impelido a ir buscar outras fontes quando sai do automóvel (televisão se chega a casa, internet se chega ao trabalho), ou complementa a informação primeiro absorvida noutros meios mais presentes nas rotinas de casa ou do local de trabalho. Dada a alteração nas rotinas e nos hábitos de consumo na sociedade contemporânea, em que o aparelho rádio deixou praticamente de existir nos ambientes domésticos – tendo a televisão passado a cumprir essa tarefa, a de elemento de companhia enquanto outras tarefas são executadas –, a rádio tem vindo a reformatar a sua presença na vida das pessoas num mundo globalizado.

Apenas nas zonas de inacessibilidade tecnológica, onde as telecomunicações mais modernas não chegam, tem a rádio mantido esse papel de prevalência mediática, porque a sua adaptabilidade a contextos desfavorecidos é mais prevacente do que a de outros meios, quer geograficamente, quer socialmente, ou até em contextos de caos (guerras, terremotos, erupções vulcânicas e demais catástrofes naturais). É por este motivo que a importância da rádio no mundo global é mais relevante nos países do Sul, onde o panorama social é de menor desenvolvimento. As limitações do ser humano são, recorrentemente, a força da rádio: em cenários de isolamento, como em pleno estado brasileiro do Amazonas (uma das 27 unidades federativas do Brasil, a maior em termos de território), as ondas hertzianas são o único meio de comunicação disponível para contacto com o exterior, na ausência de condições físicas e geográficas para emissões de satélite e de antenas de telecomunicações. Estas condições já não se verificam com tanta premência no mundo hiperconectado dos países do Norte.

Segundo a teoria da Divisão Digital entre o Norte Global e o Sul Global de Castells (2002b), Primeiro e Terceiro Mundos⁷ encontram-se fragmentados em duas realidades de desenvolvimento tecnológico distinto: o Norte com elevado acesso ao mundo digital e o Sul com menor utilização de ferramentas informáticas. Com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC), se antes o conceito de acessibilidade aos bens primários era o motivo da

⁷ Os conceitos divisórios de Primeiro e Terceiro Mundo, desenvolvidos por Alfred Sauvy (1952), baseavam-se na conjuntura geopolítica da Guerra Fria e, dada a sua desadequação no período pós-moderno, têm vindo a ser substituídos pelos conceitos de países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento, na sequência do rápido crescimento económico do final do século XX e da virada do milénio.

separação desigual do mundo, hoje em dia, a nova divisão entre países relaciona-se com a existência ou ausência de acesso a meios digitais ligados à internet. Castells acredita que “a declaração frequentemente ouvida sobre a necessidade de se começar com os ‘problemas reais do Terceiro Mundo’ [saúde, educação, água, eletricidade], antes de chegar à internet, revela uma profunda incompreensão das questões atuais relativas ao desenvolvimento” (2002b, p. 220). O acesso digital torna-se então uma questão política e económica, já que os meios de comunicação em rede promovem a descentralização dos instrumentos de informação e, conseqüentemente, a deslocalização das instituições de poder da comunicação, permitindo ao cidadão participar de forma mais ativa, nomeadamente através de uma seleção individual dos conteúdos que consome. Contudo, se muitas áreas do planeta não dispõem desse acesso ao digital, esta falta de conexão não poderá significar a ausência de participação da sociedade civil num mundo hiperconectado, mas não-conectado em certas partes do planeta.

Por este motivo, e mesmo numa era de revolução na comunicação e trocas de informação, ainda é necessário falar de (e preservar) uma “rádio social”, termo cunhado nos anos 80 para designar o tipo de comunicação próxima e afetiva da rádio no AM que, “ao buscar se aproximar do ouvinte, de seu cotidiano e de estabelecer uma comunicação direta, [o rádio] foi levado a incorporar em suas ações um forte sentido social” (Esch, 1997, p. 8). Como aprofundaremos na componente empírica deste trabalho, o papel social da rádio pública na Amazônia tem um forte impacto em comunidades que, sem o AM, careceriam de pontos de comunicação com o *Outro*. Esclarecemos o que entendemos por *Outro* neste contexto: tanto o *Outro* que está em contacto com a atualidade e que (acreditando que a informação é um bem público, é um bem que possibilita a provisão e proteção de bens públicos de primeira ordem) produz informação que deve ser partilhada de forma equitativa por todos, sem desprimor dos que vivem em comunidades mais isoladas, como o *Outro* que pertence ao seu núcleo familiar e afetivo mais próximo, com o qual não consegue comunicar, em momentos de distanciamento, sem ser através da rádio.

Ainda que o digital se esteja a impor cada vez mais, até na imprensa local, a rádio, graças às suas configurações técnicas, permite o acesso a locais mais recônditos do planeta onde a rede de comunicações móveis não chega. A rádio é o único meio realmente universal (Santos, 2012) e a sua resiliência foi avaliada *in loco*, no decurso da presente investigação, num ano e meio de

trabalho de campo em locais tão distantes de Portugal como o Brasil, as várias ilhas do arquipélago de Cabo Verde e o vale de São Joaquim, na Califórnia⁸. Nas partes 2 e 4 do presente trabalho, esclareceremos e refletiremos (respetivamente) sobre o papel social da rádio pública, em particular da Rádio Nacional da Amazônia e da Rádio Nacional do Alto do Solimões (uma microrregião do estado do Amazonas, junto à fronteira com o Peru), ambas em AM, na vida quotidiana das pessoas das comunidades amazónicas. Levantando ligeiramente o véu, para justificar a relevância do meio radiofónico na região, os membros da comunidade utilizam a rádio para transmitirem recados pessoais e urgentes a familiares, com os quais não têm outra forma de comunicação. A Central do Ouvinte da EBC, departamento responsável por gerir a interação dos ouvintes com a rádio, recebe inúmeros telefonemas a pedir para o locutor de serviço informar determinado membro da família, através da emissão em direto, qual a sua hora prevista de chegada, de forma a que não haja desencontros à chegada (Central do Ouvinte da EBC, grupo focal exploratório).

A rádio, por se tratar de um meio com um carácter marcadamente afetivo na sua relação com os ouvintes (Alves, 2014), não perdeu ao longo dos anos o seu propósito básico de interlocução, tónica dada pela origem latina da palavra comunicação: *communicare* significa "tornar comum". Apesar de o seu fim ter sido vaticinado com o advento da televisão e, posteriormente, com o pós-advento da internet, a rádio é um meio resiliente (Oliveira, Stachyra & Starkey, 2013) e prevalece como meio de comunicação social com um elevado grau de notoriedade junto dos ouvintes. Na Europa, em 20 dos 33 países inquiridos no estudo de mercado internacional Eurobarometer sobre confiabilidade dos média (EBU, 2016), a rádio é o meio em que a população mais confia, com uma média de 55% de pessoas a acreditar que a rádio é um meio confiável. Já a internet, e particularmente as redes sociais, (com uma percentagem de confiabilidade média de apenas 25% nos países europeus) são os meios que menos merecem a confiança dos consumidores de média.

Curiosamente, o Reino Unido, país berço do modelo de serviço público de comunicação europeu (a desenvolver no capítulo dois do presente trabalho), é um dos países da União Europeia

⁸ Após o trabalho de campo efetuado no Brasil entre janeiro de 2014 e janeiro de 2015, realizámos também um período de investigação sobre rádios portuguesas que emitem na Califórnia do Norte, com o apoio da Universidade da Califórnia, em Berkeley, entre março e julho de 2015. Além disso, como complemento à investigação do tema do presente trabalho, realizámos um período de observação e entrevistas exploratórias em Cabo Verde, junto da empresa pública de rádio em Cabo Verde, na sede na Praia e na delegação de Mindelo. A contribuição destes períodos de avaliação para a construção deste trabalho será avaliada adiante, na secção dedicada aos percursos de investigação.

a confiar menos, em geral, nos média, encontrando-se abaixo da média dos 28 em todos os meios. Ainda assim, a rádio é o que obtém a melhor marca no Reino Unido (54%). Tendo o serviço público de rádio e televisão britânico uma audiência superior aos meios privados, poderemos explicar esta falta de confiança através de dois argumentos. O argumento otimista reivindicaria que um verdadeiro serviço público de comunicação estimula o espírito crítico da esfera pública, e portanto, um menor seguidismo do que é veiculado no discurso mediático; já o argumento pessimista poderá revelar que nem os meios públicos são capazes de garantir total transparência e independência numa sociedade acostumada a grandes transformações, como a Revolução Industrial ou as Grandes Guerras.

Ainda de acordo com o Eurobarometer (EBU, 2016), a realidade portuguesa destaca-se por um grande nível de confiança na imprensa escrita, em comparação com os restantes países da União (com 60%, somos o quarto país dos 28 que mais confia neste meio). Ainda assim, é na rádio e na televisão que os portugueses mais confiam, com 63% de aprovação face a ambos os meios. Quanto à internet, o índice de confiança desce, ficando pelos 39% e próximo da média dos 28 (37%), e em relação às redes sociais, apenas 27% dos portugueses dizem confiar nestes novos meios, em que cada consumidor é também produtor e/ou distribuidor – um valor 6% superior à média europeia, que pode indiciar uma maior vulnerabilidade dos consumidores mediáticos portugueses a conteúdos que circulam nas redes sem qualquer tipo de critério editorial. Segundo o mais importante estudo de audiência de rádio em Portugal, o Bareme Rádio, a rádio ainda mantém níveis médios de escuta diária perto dos 55%, percentagem que sobe para perto dos 80% quando a frequência de escuta é alargada para, pelo menos, uma vez por semana (Marktest, 2017, 23 de março).

Independentemente da relação de confiança que estabeleçam com a opinião pública, os média são os grandes tutores dos valores da sociedade e, historicamente, têm representado o papel tanto de “quarto poder” (Carlyle, 1840) como de “cão de guarda” da democracia (Trappel & Maniglio, 2008). Mas num mundo pós-moderno de grande complexidade, e num cenário de crise financeira global como o que foi vivido no final da primeira década do século XXI, os média têm-se absterido, a espaços, de fazer frente aos interesses instalados, não raras vezes fragilizados por motivos indicados como financeiros, da ordem da economia de recursos. Esta tendência tem

resultado numa economia dos profissionais da comunicação que julgamos estar a comprometer a qualidade do próprio jornalismo.

O papel social da rádio, além do carácter de utilidade que mencionámos acima, manifesta-se também no seu carácter de meio sonoro ancorado na experiência social. Já na década pós-Grande Depressão, Lazarsfeld (1940) alertava para a importância de conhecer de forma objetiva os interesses das pessoas, para que a rádio, através das suas características únicas, pudesse exercer a sua função primordial: servir o interesse público. É o “meio cego” (Crisell, 1994), o “meio esquecido” (Pease & Dennis, 1995), o “meio invisível” (Lewis, 2000) e até a “Gata Borralheira” dos média (Emm, 2002); mas afinal, qual destes adjetivos capta a essência da rádio? É um “meio resiliente” (Oliveira, Stachyra & Starkey, 2013), que transforma as suas limitações em forças, e é ainda, e indiscutivelmente, o meio dos afetos: “um meio que captura a imaginação e reúne as pessoas” (Ki-Moon, 2015).

Antigos meios de comunicação tradicionais foram obrigados a transfigurar-se para poder seguir com as novas tendências da comunicação digital e, assim, permanecer no quotidiano das pessoas, sobretudo a imprensa, o telefone, o cinema, a rádio. Apenas a televisão, talvez por já dispor de um ecrã na sua génese, não se viu forçada à “travestização” de plataformas, tendo apenas agregado ao seu negócio principal mais alguns serviços, como um sítio na internet e uma aplicação para *smartphone*. O telefone, o cinema, a imprensa e a rádio configuram-se de formas distintas, motivados pelos novos moldes de consumo mediáticos dos próprios consumidores – agora “produconsumidores”⁹.

As tecnologias de informação e comunicação posicionam-se como a grua que tem erguido a sociedade da informação global (Castiñeira, 2001) que permite este género de intertextualidade mediática. A crescente digitalização do pensamento e das práticas comuns do dia a dia têm contribuído para a transformação do capitalismo industrial em capitalismo digital, cognitivo ou pós-industrial (Albornoz, 2011). E o capitalismo tem provado ser um sistema em que as divisões sociais se acentuam, ancorado na filosofia de uma globalização que propulsiona fenómenos de

⁹ Termo adaptado de forma livre a partir do conceito oriundo da língua inglesa “prosumer”, cunhado por Alvin Toffler (1980) ao referir-se a um utilizador que consome e produz média. Ao invés de se posicionarem como simples recipientes passivos da cultura de consumo em massa, a internet tem permitido um crescimento exponencial da interatividade e, portanto, da participação dos consumidores na criação ativa de conteúdo mediático (Tapscott & Williams, 2006).

padronização e de posicionamento geoestratégico, como a multiplicação de zonas de livre circulação de pessoas e bens, tanto na Europa, como na América do Sul e do Norte. O capitalismo e a globalização encontraram no mundo digital formas de divulgação acelerada e propulsão automática da cultura do imediatismo, ancorada no consumo, pois “o mundo das mercadorias e o mundo das notícias e política estão profundamente misturados” (Appadurai, 1996, p. 35).

O mediatismo da língua portuguesa deve-se, não só ao facto de ser a quarta maior língua do mundo, com 263 milhões de falantes no presente e uma estimativa de 490 milhões no final do século XXI (Reto, Machado & Esperança, 2016), mas também ao seu crescente valor económico, um atrativo para os média. A notoriedade de alguma figuras mundiais cuja língua nativa é o Português – alguns dos exemplos mais célebres englobam o ex-Presidente do Brasil Lula da Silva, Ronaldinho Gaúcho, Cristiano Ronaldo, Figo, Amália Rodrigues, Luís de Camões, Fernando Pessoa, José Saramago e até Paulo Coelho (Esperança, Sousa, Soares & Pereira, 2011)¹⁰ – aumenta o interesse pela língua e a sua rentabilidade mediática. Na sua relação com o idioma que a edifica, a Lusofonia apresenta ressonâncias da obra de Fernando Pessoa: de que a pátria (neste sentido, alargada de Portugal até à CPLP) é a língua portuguesa.

O Brasil, com os seus quase 200 milhões de falantes, é o país que tem tomado as rédeas da língua portuguesa no mundo, já que é o maior ponto de contacto do mundo com o Português e um dos espaços da Lusofonia onde a língua inglesa é menos dominado pela população em geral: apenas 8% dos brasileiros estão em condições de compreender e se expressar em Inglês (IPM, 2016). Perante estes dados, consideramos que o Brasil terá forçosamente de cuidar da língua portuguesa como um elemento estratégico das suas políticas públicas, de modo a intensificar a sua presença na conjuntura política e económica atual.

A partilha de uma mesma língua, só por isso, gera sentimentos de identificação, gerados em primeiro lugar por fenómenos de entendimento. Mas serão estas manifestações de entendimento e identificação suficientes para gerar um nível mais intenso de representação

10 Segundo o estudo realizados pelo ISCTE (Esperança, 2011), ao questionar dois mil e quinhentos estudantes de língua portuguesa como língua estrangeira sobre quais as personalidades nativas do português mais relevantes, os resultados obtidos foram os seguintes: Lula da Silva 19,9%; Ronaldinho Gaúcho 19,4%; Figo 19,2%; Ronaldo Fenômeno 18,3%; Cristiano Ronaldo 18%; José Saramago 17,1%; Fernando Pessoa 16%; Camões 14,9%; Cesária Évora 13%; Mia Couto 13%. Assim, conclui-se que a notoriedade das personalidades de língua nativa portuguesa, junto dos estrangeiros interessados pela cultura portuguesa, se encontra, sobretudo, nos domínios do futebol e da literatura, estando a música apenas representada nos primeiros dez lugares pela cabo-verdiana Cesária Évora.

mediática entre os países de expressão em língua portuguesa? Estarão os noticiários, os programas de entretenimento, a programação musical dos territórios lusófonos mais representados nos média de cada um dos países da CPLP?

À partida, numa tentativa de responder às questões levantadas, diríamos que seria expectável que a cultura de países com um idioma comum e uma história que se cruzou durante vários séculos fizesse despertar uma maior curiosidade pelo *Outro lusófono* e que essa curiosidade estivesse equitativamente presente nas instituições mediáticas desse espaço. Contudo, sabemos que, na Europa, o peso da cultura anglo-saxónica é, desde os anos 70, hegemónica por via do Reino Unido e, sobretudo desde os anos 80, dos Estados Unidos, tendo-se seguido um fenómeno de contágio para o resto do mundo. Ora sendo a Anglofonia a cultura de centro-mundo por excelência na atualidade, interrogamo-nos se não será a Lusofonia capaz de ocupar a posição de cultura-centro no leque dos países lusófonos apenas de forma esporádica (e por motivos efeméricos). Sabemos que o Brasil é grande consumidor da cultura norte-americana, e o próprio desenvolvimento dos média privados no país na década de 60 foi profundamente catapultado por investimento proveniente dos Estados Unidos, como analisaremos adiante (foi, aliás, esse financiamento que permitiu o ganho de terreno acelerado da popular Rede Globo). O que nos impele a formular a seguinte hipótese: a injeção de capital norte-americano no desenvolvimento dos média brasileiros, na época da grande expansão dos grupos de comunicação do país, poderá ter configurado o modelo empresarial dos grupos de comunicação de acordo com as premissas do sistema privado, padronizando os média com base nos moldes do capital e desvalorizando a importância de um sistema público sólido e relevante no mercado.

Reiteramos, portanto, que o sistema mediático brasileiro tem sido, historicamente, entregue à responsabilidade das empresas privadas, muito ao jeito do percurso realizado pelo modelo mediático norte-americano, o que poderá ter contribuído para a reduzida diversidade dos conteúdos produzidos no panorama mediático do país e, conseqüentemente, para uma ausência de estímulo ao espírito crítico no seio da população brasileira. Esta preponderância do modelo comercial no sistema mediático brasileiro resultou num conceito de serviço público distinto do executado na maioria dos países europeus, apresentando mutações históricas desde a criação da primeira estação de rádio pública. Acreditando que cabe ao serviço público assumir um sentido

de responsabilidade para com o cidadão que reivindica o direito a ser informado de forma isenta e sem cedências a interesses de ordem particular, partiremos para uma reflexão sobre o sistema de comunicação pública em Portugal e no Brasil, com especial enfoque nas suas configurações no meio radiofónico. Porque é no serviço público que julgamos ver ancorada a possibilidade de um panorama mediático afastado de pressões económicas e interesses instalados, um modelo de gestão em que a rentabilidade comercial não é a maior (pre)ocupação, mas sim a oferta diferenciadora e de qualidade.

O direito do cidadão a ser informado com isenção e sem determinação de interesses privados está contemplado nos princípios fundadores do serviço público de rádio e televisão e tem sido alvo de uma profunda reflexão e debate nos vários subcampos das Ciências da Comunicação. Os média encontram-se enraizados na sociedade como elementos históricos e socialmente determinados pelo sistema cultural em que se ambientam. Os meios de serviço público, através da natureza dos seus conteúdos, e da dedicação de um determinado número de horas a conteúdos produzidos localmente, prevê a solidificação de uma identidade nacional através das suas representações mediáticas. Logo, ao analisar a relação Portugal-Brasil através da lente dos seus sistemas públicos de comunicação, prevemos encontrar diferenças que contam a história que une os dois países e as ramificações socioculturais que os distinguem.

A dicotomia entre sistema público de comunicação e média privados, apesar de fazer parte da dinâmica de reflexão no campo da comunicação de uma forma transnacional, assume contornos distintos de acordo com a legislação em vigor no país em análise – e com as condicionantes da implementação dessa legislação. O serviço público de comunicação é observado, na generalidade, como resgatador dos indicadores de competência e credibilidade na seleção de conteúdos, no tratamento da informação e na forma de comunicar: “O sistema público de radiodifusão surge em muitos países, especialmente na Europa, como um contraponto ao poder que o privado poderia ter sobre o público em razão dessa posição assimétrica” (Bolaño citado em Pereira, 2010, p. 4). Contudo, há também pensadores que consideram que a introdução da publicidade nos média resulta numa maior autonomia, sobretudo no que toca a projetos políticos (Curran, 1980; Traquina, 2000).

Para entendermos os fundamentos do serviço público de comunicação na Europa, vemos-nos impelidos a recuar até ao período entre guerras, aquando do surgimento do designado “modelo social europeu”: na génese da criação do Estado-providência, nascido na sequência da Grande Depressão dos anos 30 do século XX e instituído após a Segunda Guerra Mundial, nos escombros do contexto bélico e da falência do Estado liberal (Mozzicafreddo, 1994). Foi na Europa que este modelo social de intervenção estatal nas áreas basilares da experiência humana mais aprofundadamente se implantou (Carvalho, Baptista, Carvalho & Graça, 2010), tendo o campo das telecomunicações sido considerado como uma dessas áreas essenciais à vida plena da sociedade e à consecução de um “capitalismo do bem-estar social” (Brandes, 1976; Hicks, 1999).

É neste contexto de pós-guerra que, em 1948, surge a Declaração Universal dos Direitos Humanos aqui invocada para compreensão da génese do conceito de serviço público de comunicação. O seu artigo 19º remete para a necessidade de um sistema público de divulgação de informação: “Toda a pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.” Este direito é universal e contém a ideia da constituição de um sistema democrático da comunicação, em que todos sejam representados (não-discriminação), todos se representem (participação) e todos acedam a essas representações (acesso). Mais recentemente, também a Unesco (2001) reforçou os valores do serviço público, demarcando um distanciamento para com o modelo comercial e enfatizando a necessidade de separação perante instituições políticas. “Na verdade, sentiu-se que o interesse público não coincide nem com interesses privados ou com interesses dos poderes políticos constituídos” (Unesco, 2001), tornando o serviço público a garantia de que, mesmo se o mercado ou o Estado não agissem pelo interesse público, haveria pelo menos uma entidade que dele se ocuparia.

Por se tratar de uma contribuição de todos para todos, o conceito de serviço público, sempre catalisou debates e argumentos sobre a sua essência e os seus fundamentos. Um deles reside exatamente na possibilidade de subsidiação de conteúdos, considerados de interesse público, a produzir e a difundir por operadores privados, desde que haja mecanismos de verificação dessa qualidade antes e durante a sua produção. Alguns teóricos da comunicação (Duque, 2011; Torres, 2016) creem ser preferível existir mais conteúdos de interesse público em operadores privados do

que menos serviço público. O Estado, apesar de operador de rádio e televisão, poderá abraçar esta possibilidade, numa fase da economia portuguesa de desinvestimento, como a que se tem vivido nos últimos anos. Ora segundo esta linha de pensamento, “serviço público é o que as palavras dizem: um serviço que é prestado ao público. Portanto, pode ser prestado por qualquer tipo de entidade: pública, cooperativa, privada, individual” (Torres, 2016).

Na linha deste argumento de Duque e Torres, está também a teoria da responsabilidade social da comunicação de Aznar (1999), segundo a qual nem os produtores de conteúdos jornalísticos nem as empresas de jornalismo são donos da informação; esta deve resultar de um processo de bilateralidade entre o cidadão e os profissionais da comunicação. Este contributo cidadão enriqueceria o jornalismo enquanto serviço público, e marcaria uma diferença assinalada por Paquete de Oliveira (citado em Freitas, 2010), para quem o estatuto de serviço público seria distinto do facto de o jornalismo ser, em si mesmo, um serviço público.

Nem todas as rádios são públicas, mas todas as rádios operam num espaço público – o espectro eletromagnético –, o que reforça o nosso argumento de que é na rádio pública que esperamos encontrar as condições basilares para o encontro com o espaço lusófono e a cultura dos países de língua portuguesa. No fundo, caberá ao serviço público a missão de ligar os países lusófonos entre si, cumprindo um dos objetivos da criação da CPLP e representando um dos princípios fundamentais do contrato de concessão do serviço público atribuído pelo Estado português à RTP: “(...) cooperação com outras entidades, nacionais ou estrangeiras, especialmente com entidades congêneres dos países de expressão portuguesa” (Estatutos da RTP, 2014: capítulo I, artigo 3º, ponto 2, alínea c).

Perante a aparente ausência de uma estratégia de aproximação da CPLP à sociedade civil dos vários países que comporta (e sendo a CPLP a face institucional mais visível da Lusofonia), poderá parecer que a chama da Lusofonia se apagou ainda antes de chegar à tocha. Vários pensadores portugueses (Lourenço, 1999a; Margarido, 2000; Bastos & Brito, 2007) refletem sobre o tema de um modo descrente, fazendo-nos crer que a Lusofonia é usada como tábua de salvação por uma identidade portuguesa que pretende resgatar a sua proeminência histórica. Aprofundando o argumento de Margarido (2000), é exatamente no resgate dessa preponderância que submerge a portugalidade, ou a identidade do que é português, já que a “invenção da

lusofonia procura com algum desespero devolver-nos uma parte desse espaço [o Atlântico]” (Margarido, 2000, p. 6). Além desta justificativa de resgate, o autor restaura o sentido da Lusofonia numa longa história de relações polémicas com as ex-colónias, uma história marcada pela violência exercida sobre o Outro que os promotores desta fantasia da comunidade escolhem ignorar.

A ideia de violência desencadeada pela história que ergueu os pilares da Lusofonia conota o tempo dos Descobrimentos com uma época de colonização, devastação territorial e aculturação forçada. Em algumas conversas mais informais, em viagens ao Brasil que precederam esta investigação, foi-nos sugerido que, no sistema educativo brasileiro, a história do achamento de terras de Vera Cruz é associada a uma ideia de exploração de recursos naturais e dizimação étnica por parte dos portugueses face aos povos indígenas que habitavam o território. Segundo esses relatos, a história é ainda hoje assim descrita a grande parte das crianças brasileiras, num sistema de ensino que peca pela precariedade das condições de trabalho dos seus professores (Lourencetti, 2014).

Esta perspetiva histórica descontextualizada do seu tempo, recebida por uma população cujo nível de ensino é baixo e acesso à cultura é particularmente diminuto fora dos principais centros urbanos, pode ter estimulado o preconceito do “português explorador”, vinculando esta *persona* à identidade portuguesa. A massificação deste conceito, aliado ao contacto com a comunidade emigrante portuguesa que chegou ao país num fluxo migratório intensificado no final do século XIX, e posteriormente entre os anos 40 e 60 do século XX, cristalizou um outro estereótipo: o do “português-padeiro”, tipicamente chamado Manuel ou Joaquim, que chegou ao Brasil em condições de pobreza e que, à custa de um carácter trabalhador e honesto, conseguiu vingar no país de acolhimento. Contudo, os brasileiros não se parecem relacionar com nenhum dos legados históricos dos portugueses, porque “nós não somos um problema para o Brasil. Ou só o somos negativamente, quando, em momentos de profundo ressentimento de imaginários pais mal-amados ou ignorados, cedemos à tentação de nos enervar com a desatenção brasileira a nosso respeito” (Lourenço, 1999a, p. 141).

Ancorado na teoria de Lourenço, Soares (2003) justifica um aparente desinteresse do Brasil pela cultura portuguesa como um “recalque da lusitanidade”, que poderá acabar por se traduzir

em preconceitos e mesmo em algum desdém perante a portugalidade. Será um desinteresse exclusivo por Portugal, catalisado por um alegado rancor da colonização? Ou terá o Brasil, dada a sua extensão geográfica caracterizada por aquilo que passamos a designar por “intramulticulturalidade” – o facto de o Brasil ser constituído por vários “brasis” (Da Matta, 1984) – uma certa resistência (ou desinteresse) a expandir o seu conhecimento sobre o *Outro*? E qual será a contribuição dos média para a desatenção dos brasileiros a respeito dos portugueses mencionada por Lourenço?

Para poder estimular a reflexão sobre o tema, através da lente mediática e polifónica da rádio, auspiciamos no presente trabalho a delinear a *mediapaisagem* da Lusofonia na rádio pública em Portugal e no Brasil. Clarificando o conceito de *mediapaisagem*, olhamos para a definição de Appadurai (1996), que descreve “mediascape” como a “distribuição das capacidades eletrónicas de produzir e disseminar imagens (jornais, revistas, estações de TV e estúdios cinematográficos)” e também como o produto dessa capacidade de distribuição, isto é, as “imagens do mundo produzidas por esses média” (p. 35). A *mediapaisagem* da cultura lusófona na rádio pública portuguesa e brasileira será, assim, o recorte teórico do presente trabalho. O repertório de imagens criadas pela rádio sobre a cultura lusófona, baseado nas narrativas da Lusofonia selecionadas pelos atores mais determinantes da rádio pública, desenhará o retrato da representação do espaço lusófono no serviço público de rádio em ambos os países. A *mediapaisagem* que enquadra “o território imaginário de paisagens, tradições e língua, que da lusofonia se reclama, e que é enfim o território dos arquétipos culturais, um inconsciente coletivo lusófono, um fundo mítico de que se alimentam sonhos” (Martins, 2004, p. 3). O mítico e o autêntico, o real e o simulado, o irreal e o ilusório, o que é verdade e o que se constitui um simulacro sob responsabilidade dos média (Sodré, 1991); para compreender esta dimensão do “inconsciente coletivo lusófono”, tentaremos ainda aprofundar os estereótipos desenvolvidos por portugueses e brasileiros, uns sobre os outros, estando atentos à sua presença na *mediapaisagem* em análise, aproximando-nos de uma reflexão sobre se serão os média veículos de ideias feitas sobre a portugalidade.

As ideias feitas, cristalizadas, de brasileiros sobre portugueses e vice-versa alimentam-se, e são ao mesmo tempo alimentadas, pela escassez de estudos que um país realiza sobre o outro. Se do lado português, a história do Brasil não é ensinada nas universidades públicas portuguesas,

onde o estudo do Brasil é diluído em disciplinas sobre história dos Descobrimentos ou da expansão, também nas universidades brasileiras a história de Portugal está diluída na disciplina de História Ibérica, cujo currículo, por norma, não vai além da independência dos países hispano-americanos (Nizza da Silva citada em Couto, 2000). Na literatura, há maior relacionamento e produção, já que a literatura brasileira é estudada oficialmente em várias universidades portuguesas. Carlos Drummond de Andrade, Guimarães Rosa, Jorge Amado, João Cabral de Melo Neto, Augusto de Campos, João Gilberto Noll, Rubem Fonseca, João Ubaldo e Clarice Lispector são alguns dos escritores e poetas amplamente editados em Portugal. Além destes, vultos clássicos da literatura brasileira, os jovens portugueses estão ainda muito atentos à obra de Chico Buarque, mais conhecido pela música, mas cuja obra literária é cada vez mais popular por cá, e, inevitavelmente, à produção de Paulo Coelho (Saraiva citado em Couto, 2000). Quanto aos brasileiros, segundo uma pesquisa exploratória, são com alguma frequência mencionados os poetas Luís de Camões e Fernando Pessoa, o Nobel José Saramago, e um ou outro nome da literatura contemporânea portuguesa.

Segundo uma sondagem realizada pelo jornal *Folha de São Paulo*, realizada na época das celebrações do quinto centenário do achamento do Brasil, em 2000, apenas 14% dos residentes no Rio de Janeiro sabiam que D. Manuel I era o rei de Portugal na época dos Descobrimentos; ainda segundo a mesma sondagem, quase metade dos moradores de Lisboa (44%) desconhecia que o Brasil foi descoberto no ano de 1500 (Avancini, 2000). Este desconhecimento entre os dois países pode ser atribuído aos currículos escolares, que tendem a colonizar o conhecimento sobre os dois países, quer da parte de Portugal que apenas conta a história do Brasil enquanto a sua presença colonial por lá esteve, como também da parte do Brasil, que só estuda a história de Portugal como um reflexo da história brasileira e até à sua independência em 1822. Segundo Xavier (citado em Avancini, 2000), a informação existe, mas circula apenas nos meios universitários e não é inserida nos manuais escolares do ensino obrigatório. Deste modo, é concedido um carácter de superficialidade ao estudo da história de ambos os países, dificultando uma análise aprofundada das raízes históricas e culturais do Brasil: “Esse desconhecimento cria uma percepção distorcida da cultura portuguesa pelos brasileiros, e vice-versa, reforçando estereótipos negativos”, e “como Portugal não tinha projeto nos primeiros 30 anos de colonização,

fica uma imagem de descaso, que acaba sendo transposta aos portugueses” (Martins citado em Avancini, 2000).

Para explicar, dissecar e enfrentar o desconhecimento e o estereótipo entre Portugal e o Brasil, classificamos os imperativos fundamentais da tese em construção em três camadas: descolonizar o conhecimento, descolonizar o pensamento e descolonizar o ouvido.

Em primeiro lugar, urge “descolonizar o conhecimento” entre os dois países, através do desenvolvimento curricular das matérias veiculadas pelas escolas, da intensificação dos intercâmbios culturais, da frutificação das políticas culturais num e noutra país, não as fazendo dependentes de efemérides, como a já mencionada celebração do quinto centenário do achamento do Brasil e as iniciativas do Ano do Brasil em Portugal (2012) e do Ano de Portugal no Brasil (2013). Para descolonizar o conhecimento, acreditamos ser necessário “descolonizar o pensamento”, olhando para o Brasil não com os olhos de quem olha para um país que foi Portugal, mas com o olhar descolonialista que o trabalho científico exige.

Para cumprir esse objetivo, utilizaremos como lente académica a abordagem das Epistemologias do Sul de Boaventura Sousa Santos (2014a), uma política do conhecimento ativo e transformador, que rejeita modelos de dominação legitimados pela racionalidade moderna (entre eles, os moldes do colonialismo moderno, do capitalismo e do patriarcado) e desenvolve uma aproximação libertadora da ciência descolonizadora, para um pensamento emancipador na pós-modernidade (Santos, 2014b).

Usando as linhas com que Boaventura tece o seu pensamento, almejamos contribuir para descolonizar o pensamento através de um diálogo de saberes distintos encarnados em diferentes práticas sociais, isto é, o método que o sociólogo designou por “ecologia dos saberes” (Santos, 2007). De acordo com esta prática epistemológica, assente numa crítica do positivismo, as Ciências Sociais e Humanas legitimam-se através da criação de conhecimento próximo da realidade, sem ser num laboratório; porque a maioria dos indivíduos se apropria do real através das experiências sociais, o desafio lançado por Boaventura é substituir as regras da ciência exata pela probabilidade do conhecimento (Santos, 2014b).

Aceitamos este desafio, com plena consciência de que a ciência vive nesta dialética da política do conhecimento ativo ou passivo, descolonizador ou colonizado. Desejamos que o

presente trabalho construa conhecimento, em particular conhecimento-emancipação. Ao contrário do conhecimento-regulação, que parte do caos para a ordem, o conhecimento-emancipação parte do colonialismo epistemológico e procede para a solidariedade (Santos, 2014a).

Em terceiro lugar, o grande objetivo da presente tese será precisamente “descolonizar o ouvido”, sabendo que o nosso objeto de estudo principal é a rádio pública e os programas de rádio sobre cultura lusófona. Desde já, marcamos uma posição sobre o serviço público de comunicação ao afirmar que acreditamos que, em geral, a rádio pública se aproxima mais de um olhar descolonizador sobre a realidade, fruto de não se encontrar diretamente dependente de instituições de financiamento governamentais ou privadas, mas sim de fundos públicos assegurados pelos contribuintes, que garantem a independência e a aparente neutralidade dos seus conteúdos.

Acreditamos que a rádio, pelas suas características de ausência da imagem, de recentramento na palavra falada, de flexibilidade na articulação de conteúdos para as mais diversas plataformas, de resiliência na convergência para o *online* – e por ter sido bem-sucedida em manter-se relevante na vida das pessoas, cerca de um século após a sua criação –, é o meio de comunicação mais descolonizado. Por não ser o meio com maior visibilidade (créditos concedidos, naturalmente, à televisão) tem-se resguardado das maiores pressões de interesses instalados; por não ser tão permeável ao comentário, à opinião e ao insulto instantâneo como os novos média digitais, sentiu-se capaz de filtrar os conteúdos que propaga, possibilitando uma mais ágil gestão das participações do cidadão segundo critérios editoriais de qualidade.

A faixa de frequência modulada (FM) é o espaço privilegiado do espectro eletromagnético onde opera a maior parte do serviço português de radiodifusão sonora. Em Portugal contabilizam-se seis redes de retransmissão radiofónica de âmbito nacional (Antena 1, Antena 2 e Antena 3, do sistema público, e Rádio Renascença, RFM e Rádio Comercial do sistema privado), duas de âmbito regional e cerca de trezentas estações locais. No total, operam em território nacional mais de setecentos emissores e retransmissores licenciados¹¹. Para um breve panorama da penetração do meio rádio em Portugal, desenhamos o ouvinte tipo de rádio português: é do sexo masculino, encontra-se na faixa etária dos 35 aos 44 anos, vive num centro urbano e ouve, em média, cerca

¹¹ Ver <https://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=31374> para um panorama dos serviços de radiodifusão sonora em Portugal.

de três horas de rádio por dia, sendo que 55% dos ouvintes consome rádio diariamente (Marktest, 2017, 23 de março). Através do serviço público, a rádio assume-se determinantemente como produtora e geradora de cultura popular, para além de sua canalizadora. Com o presente trabalho, pretende-se demonstrar de que forma a rádio, mais do que um veículo de difusão de cultura popular, pode ela própria tornar-se produtora de cultura popular. Os meios de comunicação social têm sido observados como produtos e produtores de cultura, contribuindo para a geração de uma indústria cultural e sua massificação, caracterizada pela criação de conteúdos, sua divulgação e penetração num processo de aculturação.

Essa indústria cultural é particularmente relevante no mundo globalizado da era digital quando consideramos as possibilidades de criação de conteúdos radiofónicos que, através da internet enquanto canal transmissor e das webrádios enquanto produtos de construção simples e de baixo custo, podem levar a rádio em Português sem as barreiras físicas que o FM enfrenta. Por isso, e porque metodologicamente consideramos que as diásporas cuja língua materna é a portuguesa fazem parte do espaço lusófono, importa quantificar o peso dessas comunidades e a sua importância na disseminação do idioma e da Lusofonia pelo mundo.

Em 2015, contabilizaram-se cerca de 2,3 milhões de emigrantes portugueses espalhados pelo mundo, mais 10% do que em 2010, segundo estimativas das Nações Unidas, apresentadas pelo Observatório da Emigração (2015). A enorme vaga de emigração registada desde a crise financeira do final da primeira década do novo milénio só é comparável à que ocorreu no final da década de 1960. Ainda assim, não é o volume de partidas que contribuiu para este número recorde de emigrantes portugueses no estrangeiro, mas sim o facto de esta nova vaga de emigração não estar a regressar ao país de origem. Só ao Brasil chegaram 1 294 portugueses em 2015, num total de 36 868 entradas de estrangeiros no Brasil, tendo os portugueses representado 3,5% desse total (Observatório de Emigração, 2017).

Qual o papel da rádio junto destas comunidades distanciadas do seu lugar de origem? Será a comunidade luso-brasileira “um mito inventado unicamente pelos portugueses” (Lourenço, 1999a, p. 158) ou poderá a diáspora portuguesa no Brasil representar um valor de mercado assinalável na economia portuguesa? Tendo, para já, presente que os média étnicos, isto é, meios de comunicação criados e geridos pelas comunidades imigrantes e cuja produção se dirige a essas

comunidades (Matsaganis, Katz & Ball-Rokeach, 2011), contribuem para a construção de um retrato identitário da diáspora nos seus países de acolhimento, poderão estes meios contribuir para a perpetuação ou a correção de determinados estereótipos que se cristalizaram ao longo do tempo? O objetivo desde género mediático é capacitar as comunidades que representam de autonomia identitária e representativa, contribuindo para o conhecimento sobre o mundo da imigração enquanto conquistam território aos meios tradicionais nesse campo da auto-representação.

Tanto o português no Brasil como o brasileiro em Portugal¹² são figuras frutíferas em estereótipos. As grandes vagas de emigração portuguesa para o Brasil, entre as décadas de 1930 e 1960 (com maior premência nas décadas de 40 e 50), foram marcadas por um fluxo migratório português muito intenso e maioritariamente constituído por pessoas com um nível baixo de literacia e cultura. Com o enraizamento desta comunidade na diáspora portuguesa no Brasil, rótulos de “literalidade”, “preguiça mental” e “lentidão” marcaram os portugueses tornando-se preconceitos enraizados na sociedade brasileira e originando as típicas anedotas de portugueses, tão populares no Brasil. Desde então (ainda que, com as mais recentes vagas de emigração literada e qualificada dos anos 2000, a perceção esteja mais próxima de uma mutação) que os emigrantes portugueses são tratados como cidadãos de segunda categoria (Valente, 2014, entrevista pessoal). Até Elis Regina, em entrevista à Rádio Nacional FM de Brasília, gracejou: “Minha mãe era filha de português: eu tenho coisa meio estranha” (arquivo Rádio Nacional FM, 2014).

Já os brasileiros em Portugal, possivelmente por terem construído uma imagem de um povo mestiço, hipersexualizado, comunicativo e alegre, representam um contraste com a sobriedade e a melancolia tão tradicionais do fado português. A imagem dos brasileiros também constitui para os portugueses uma extrapolação dos seus desejos pessoais, pela representação do Brasil enquanto destino de férias e de calor, tanto em relação ao clima como ao carácter dos brasileiros, de diversão e folia (Machado, 2007). Esta associação ao “mercado da alegria” e “mercado da paquera” (Machado, 2004a, p. 257, 260) desencadeou um preconceito ligado aos brasileiros em

¹² Em 2014, a comunidade brasileira era a maior entre os estrangeiros em Portugal. As 10 nacionalidades estrangeiras mais representadas em 2014 eram: a brasileira (22,1%), caboverdiana (10,4%), ucraniana (9,6%), romena (8,0%), chinesa (5,4%), angolana (5,0%), guineense (4,5%), britânica (4,2%), são-tomense (2,6%) e espanhola (2,5%) (Alves, 2015).

Portugal que automatizou a sua ligação à indústria dos serviços, no caso dos homens, e à indústria do sexo, no caso das mulheres. Para esta perceção muito contribuiu o episódio das “mães de Bragança”¹³, observado por alguns autores como um caso típico da generalização de um estereótipo, o da prostituição, acabando por se estender a todas as imigrantes brasileiras em solo português (Pontes, 2004; Padilla, 2006).

Por se tratar de um meio com um carácter marcadamente emotivo na sua relação com os ouvintes, a rádio poderá ser o meio mais capaz de estabelecer uma interlocução comunitária. Analisaremos formatos e conteúdos que integram os programas de rádio produzidos pelas e para as comunidades emigrantes na convicção de que a rádio é o meio que maior sentido afetivo congrega no seu discurso junto da diáspora.

Para validar este caminho, partimos do conceito de Ferin (2009, p. 135) que invoca que “a Lusofonia é uma construção diaspórica, feita de fluxos e refluxos de migrações, em espaços físicos dispersos pelos cinco continentes”. Em linha com esta abordagem, definimos que programas de rádio direcionados à comunidade emigrante, e/ou por ela produzidos, constituem uma representação da cultura lusófona no espectro mediático e devem também ser objeto de análise do presente trabalho. Tecnicamente, não ficámos esclarecidos sobre se o conceito de Ferin considera que todas as diásporas lusofalantes são território cultural lusófono, ou se apenas as diásporas que mantêm as suas tradições e raízes ativas nos países de acolhimento, sem cederem a processos hegemónicos (mas antes, minoritários) de aculturação local. Na impossibilidade metodológica de aferir esta ligação das diásporas ao seu país de origem, no presente trabalho consideraremos como espaço lusófono todas as diásporas lusofalantes.

A rádio, assim como os outros média, é produto e produtora de cultura popular, contribuindo para a sua disseminação enquanto indústria cultural, caracterizada pela criação de conteúdos, sua divulgação e penetração num processo de aculturação. Um dos objetivos do presente estudo será precisamente retirar conclusões sobre essa contribuição e o peso que os média exercem no

13 As “mães de Bragança” constituíram um movimento de mulheres portuguesas, residentes em Bragança, que em 2003, de forma organizada, protestaram em conjunto contra a chegada de mulheres brasileiras à cidade, que se prostituíam e/ou faziam companhia aos homens nos bares locais. O seu objetivo último era expulsar as recém-chegadas e a repercussão policial veio mesmo a acontecer: a polícia realizou dezenas de rugas e encerrou quatro casas de alterne encerradas; seis pessoas foram ondenadas a penas de prisão e dezenas de mulheres brasileiras foram repatriadas por se encontrarem em situação ilegal em Portugal. O caso esteve muito presente nos média nacionais e pensa-se que terá contribuído para a generalização da associação da mulher brasileira a casos de prostituição.

heteroconhecimento entre Portugal e Brasil. Como ponto de partida para a problematização, sabemos que a telenovela e a música são duas das indústrias brasileiras que maior representação mediática auferem em Portugal, na televisão e na rádio respetivamente. Em 1977, foi exibida a primeira telenovela em Portugal, “Gabriela”, que obteve grande êxito num país que parava à hora de jantar para seguir o enredo, num tempo ainda de adaptação a novos contextos de liberdade.

Desde então, e até hoje, o produto telenovela solidificou-se nos hábitos de consumo de televisão dos portugueses e tornou-se produto habitual no horário nobre dos canais de televisão, primeiro do público e depois dos canais privados. Na década de 90, foram introduzidos na programação televisiva portuguesa outros produtos de origem ou inspiração brasileira. Figuras televisivas importadas da televisão brasileira tornaram-se populares em Portugal, como a personagem de “Tiazinha”, assistente no programa *H* da TV Bandeirantes, que em 1998 chegou a Portugal através da TVI, canal que também deu espaço na sua programação ao apresentador brasileiro João Kléber, entre 2005 e 2009. Entre telenovelas, mini-séries de produção brasileira ou coprodução luso-brasileira e repercussões nos telejornais dos *blockbusters* cinematográficos brasileiros “Cidade de Deus” e “Tropa de Elite”, têm sido vários os elementos da cultura popular brasileira presentes na televisão portuguesa, e na rádio portuguesa escutamos frequentemente a música brasileira ecoando ao som das ondas hertzianas. E Além-Mar? Partimos da hipótese de que os média brasileiros não são tão observadores dos produtos culturais portugueses como nós dos seus.

A diáspora e as comunidades emigrantes mais recentes (distintas da emigração tradicional portuguesa de meados do século XX, por se tratar de uma massa migratória qualificada e especialista) poderão estar a constituir-se como um novo espaço público criado pelo êxodo: um novo mercado mediático que se tem vindo a estender a novos espaços à custa do aumento da emigração em Portugal – em especial emigração qualificada, interessada em continuar atualizada em relação à atualidade e tendências do seu país de origem, interesse este possivelmente enraizado num desejo de regresso, promovido pelo facto de os motivos para a saída do país serem de índole socioeconómica e não pessoal ou afetiva.

Os meios de comunicação tornaram-se assim parte integrante de uma indústria cultural responsável pela divulgação, expansão e perpetuação de elementos de uma determinada cultura

que até pode estar noutra esfera geográfica – como é o caso dos programas de rádio sobre cultura portuguesa que se encontram em diversas estações de rádio brasileiras, e a música brasileira que é escutada, de forma transversal, na programação da rádio portuguesa¹⁴.

Todo o trabalho de investigação é um trabalho de seleção. No seguimento das anteriores reflexões sobre possibilidades de representação da cultura lusófona na rádio em Portugal e no Brasil, e após algumas entrevistas exploratórias e recolha de dados, seleccionámos como objeto de análise três tipos de programas de rádio. No primeiro grupo encontram-se programas sobre cultura lusófona na rádio pública portuguesa; no segundo grupo, programas sobre cultura lusófona na rádio pública brasileira; e no terceiro grupo incluímos programas realizados no Brasil para a diáspora portuguesa.

O primeiro grupo é constituído por um conjunto restrito de produtos radiofónicos, dos quais se destaca o programa *Vozes da Lusofonia*, da Antena 1. Enquadraremos a sua articulação com a restante programação da estação, tendo em conta, nomeadamente, o peso da música lusófona na *playlist*¹⁵ da rádio pública generalista. Do segundo grupo faz parte apenas um produto radiofónico, o programa *Tanto Mar*, da Nacional FM de Brasília, que será enquadrado na presença da Lusofonia na restante programação da rádio pública no Brasil. Por fim, o terceiro grupo é constituído por uma série de múltiplos exemplos de produtos radiofónicos que partilham o facto de serem produzidos por elementos que pertencem a uma comunidade emigrante específica – a diáspora portuguesa no Brasil – e são endereçados a membros da comunidade a que pertencem.

Os programas incluídos nos dois primeiros grupos caracterizam-se por uma presença estratégica na programação dos respetivos canais, já que fazem parte da estrutura da grelha de programação criada pela direção dos canais. Já no terceiro grupo, registamos um carácter menos estratégico da sua inclusão na programação, e mais da ordem da iniciativa individual da comunidade emigrante que gere os produtos radiofónicos mencionados. Consideramos que os programas de rádio dos três grupos mencionados almejam ser instrumentos de integração cultural

14 De acordo com entrevistas exploratórias, estima-se que cerca de 8 a 10% da programação musical da Antena 1 (a estação de rádio generalista da empresa pública de comunicação, a RTP) seja de origem brasileira, com especial enfoque na música popular brasileira, frequentemente denominada por MPB (Mendes, 2014, entrevista pessoal).

15 O termo anglo-saxónico *playlist* é a forma mais habitual de referência à lista musical de uma estação de rádio na indústria dos média. Em Português, traduzimos livremente *playlist* pela expressão “lista musical” e consideramos ambos os termos como corretos e passíveis de utilização no presente trabalho.

através das ondas hertzianas. Começando pelo estudo das dinâmicas que tornam cada um desses programas singular, é um dos objetivos deste trabalho compreender a contribuição destes programas de rádio para uma identidade sonora comunitária, contextualizando a sua participação no conjunto da *mediapaisagem* da cultura lusófona na rádio em Portugal e no Brasil.

Retomando o argumento acima mencionado de que a música (a par da telenovela) é o produto da indústria cultural brasileira mais representado nos média portugueses, acreditamos que a música lusófona será o elemento cultural da Lusofonia com maior representação na rádio portuguesa. E sendo a rádio o meio que mais atenção dá à música, procuraremos mapear as representações sonoras da Lusofonia através dos seus elementos mais audíveis: a música e os sotaques que caracterizam a língua portuguesa que, no fundo, é o *ratio* da existência de um espaço lusófono. Para a composição teórica de uma sonoridade da Lusofonia, refletiremos sobre o papel do som na representação da cultura lusófona. Os distintos sotaques da língua portuguesa, nas suas diferenças de ordem regional ou nacional, manifestam-se com expressividade na rádio, o meio de comunicação de massas sonoro por excelência, e constroem uma identidade lusófona do som que se caracteriza por fonemas de diversidade, pluralidade e multiculturalidade, características que vemos atribuir com assaz regularidade à própria Lusofonia.

Curiosamente, a história dos dois países onde se procedeu à recolha de dados para a presente análise está historicamente ligada entre si por intermédio de um som: o grito do Ipiranga. Este acontecimento histórico terá sido escutado a 7 de setembro de 1822, na sequência de diversos conflitos de poderes entre as Cortes e a administração portuguesa da colônia brasileira (Infopédia, 2017c). O grito do Ipiranga, bradado pelo príncipe português D. Pedro, futuro D. Pedro IV e regente do Brasil, declarou o território independente através da exclamação "Independência ou morte!" nas margens do Rio Ipiranga (atual zona leste da cidade de São Paulo). O momento que representa a separação política e governamental entre Portugal e o Brasil apresenta uma matriz sonora sem precedentes na história e incomparável a qualquer outro processo de independência no mundo inteiro. Nenhum outro momento revolucionário está tão ligado a um evento sonoro como este da independência das terras de Vera Cruz perante o seu colonizador. Uma sonoridade simbólica que nos levará através da história d'Aquém a Além-Mar.

Percursos de uma investigação sonora

Um dos primeiros desafios deste percurso de investigação foi a constatação de que não existem muitas ferramentas metodológicas disponíveis para o tratamento epistemológico do som. Por se tratar de um trabalho de análise da rádio e de meios sonoros, traremos a este estudo uma ferramenta de investigação adaptada às características do meio sonoro: a ficha audiográfica. Este registo é usado sobretudo nas áreas dos Estudos Musicais e das Ciências da Documentação para descrever arquivos de áudio que se encontram armazenados num meio de difusão sonora ou audiovisual. É possível realizar fichas audiográficas para diversos tipos de registo, como gravações de entrevistas, produções discográficas ou programas radiofónicos.

As fichas audiográficas são utilizadas sobretudo para localização de um arquivo sonoro numa audioteca. Na sua composição base incluem-se as seguintes informações: nome do programa; nome do produtor; nome do locutor; tipo de programa; estação de rádio; frequência de transmissão; lugar de transmissão; data da transmissão; e duração (Paz, 1975). No presente trabalho, foram sistematizadas sob a forma de ficha audiográfica as impressões que registámos a partir da observação (escutada) da programação radiofónica da RTP, isto é, dos programas e rubricas da Antena 1 que possam, de uma forma direta ou indireta, estar vinculados à música lusófona. Quanto ao caso brasileiro, considerámos desnecessária a sistematização da coleta de dados em fichas audiográficas, porque não é tão evidente a presença de conteúdos musicais do espaço lusófono na grelha de programação da Rádio Nacional FM, a não ser no programa *Tanto Mar*, que será ele próprio alvo de uma análise particular.

Esta ferramenta complementar os métodos de análise mais tradicionais na investigação no campo das Ciências Sociais: a revisão de literatura, a análise de estudos de caso, a observação participante e não-participante, a entrevista pessoal semiestruturada, o grupo focal e o inquérito. Na aplicação do inquérito¹⁶, considerámos que os atores mais interventivos na abordagem à nossa principal unidade de análise, a música lusófona no serviço público de rádio, fariam parte da equipa da programação da Antena 1, RDP África e RDP Internacional. A Antena 2 e Antena 3 foram excluídas da análise empírica do presente trabalho por termos concluído, através de observação

16 Guião para inquérito *online* sobre a presença da Lusofonia na rádio pública portuguesa disponível no Apêndice 5.

exploratória, que estas duas estações não abordam a Lusofonia como um conteúdo estratégico para o cumprimento da sua própria missão em contexto de serviço público. O inquérito foi aplicado a 66 produtores, locutores e realizadores de programas da redação da Antena 1, RDP África e RDP Internacional em formato *Google Docs*, entre 22 de janeiro e 24 de fevereiro de 2017. Deste grupo, apenas 14 colaboradores responderam. Pelo facto de as respostas só corresponderem a 21% dos inquiridos, consideramos as respostas obtidas como pontos de partida para questões válidas para reflexão, ainda que não possam ser contabilizadas como estatisticamente relevantes.

Por razões metodológicas de seleção de amostra para análise, consideramos no presente trabalho como espaço lusófono as nações da CPLP, ou seja, Portugal, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe, Angola, Moçambique e Timor-Leste (excluindo a Guiné Equatorial); as regiões lusófonas da Galiza, de Macau, Goa e Casamansa (Cristóvão, 2012); e ainda o espaço cultural ocupado pelas diásporas que têm o Português como língua materna (Bastos & Brito, 2007), com foco na diáspora portuguesa, dada a impossibilidade física de mapear a totalidade da produção radiofónica de todas as diásporas de língua portuguesa. Esclarecendo, desconsideramos a Guiné Equatorial, que apesar de ter o Português na lista das suas línguas oficiais, não se enquadra na hermenêutica da Lusotopia, ou seja, nos “lugares onde efetivamente se fala Português” (Cristóvão, 2012, p. 652).

Apesar de concordarmos com esta definição abrangente de espaço lusófono, para simplificar a metodologia de investigação apenas serão considerados nesta dissertação os fenómenos culturais observados nos países de língua oficial portuguesa, com exceção da Guiné Equatorial, que consideramos não reunir as condições históricas, políticas e democráticas para ser considerado como um país lusófono. Restringir a categorização dos conteúdos de expressão cultural a estes oito países facilita a definição de conceitos e sua aplicação às unidades de análise selecionadas.

A cultura lusófona, seus elementos constituintes e sua presença nos países em estudo, e em particular no meio rádio, são, portanto, objeto de estudo do presente projeto. Por cultura lusófona entende-se o conjunto de elementos históricos, sociológicos, antropológicos, artísticos, entre outros, que envolvem a língua portuguesa como catalisador de produção cultural no contexto geográfico da Lusofonia. De acordo com os estudos exploratórios realizados, a opinião

generalizada sobre a divulgação da cultura lusófona é de que ainda não existe um verdadeiro compromisso comunitário para com o tema.

A expressão da Lusofonia nas rádios públicas portuguesa e brasileira será avaliada através da mediatização de elementos correlacionados com a cultura lusófona, nas suas diversas dimensões artísticas: presença na rádio pública de música portuguesa e brasileira, programas de rádio sobre cultura dos países lusófonos e programas de rádio produzidos pela e para a diáspora portuguesa no Brasil, entre outros acontecimentos que tornem presente o espaço supranacional lusófono no serviço público de rádio português e brasileiro. Será, portanto, necessário entender as estruturas de funcionamento das rádios públicas de ambos os países para realizar uma análise mais eficiente sobre a presença da cultura lusófona nos dois sistemas em estudo. Tornar-se-á, então, relevante a compreensão dos sistemas atuais de concessão de serviço público, assim como uma reflexão sobre o seu futuro, que poderá passar por um maior controlo estatal do contrato de radiodifusão, ou por outra, uma maior permeabilidade à entrega dos mesmos a gestões privadas.

Visto que esta tese se foca no meio rádio, considera-se como rede o espaço sonoro transmitido pelas ondas hertzianas e também pela internet através das webrádios. Contudo, no presente trabalho, partilhamos da ideia de Portela (2011) de que todos os elementos visuais e sonoros presentes nas webrádios desvirtuam o conceito original do meio radiofónico, se nos focarmos na essência da rádio hertziana que é o direto. Por isso, doravante daremos primazia ao FM na nossa análise de estudos de caso.

Para clarificação das unidades de análise do presente trabalho, esclarecemos a escolha dos estudos de caso a analisar em profundidade. As estações Antena 1 (Portugal) e Rádio Nacional FM de Brasília (Brasil) são ambas estações públicas de índole generalista, ou seja, que cruzam uma programação musical com programas informativos, culturais e educativos, apresentando conteúdos heterogéneos e diversificados, com tempo de antena para debates, espaços de opinião e fóruns de ouvintes. Outro ponto que as une é o facto de que, em cada uma destas estações, há um programa desenhado na programação para abordar única e exclusivamente a cultura lusófona: o programa *Tanto Mar* (Rádio Nacional FM de Brasília) e o *Vozes da Lusofonia* (Antena 1). Em Portugal, e porque o contexto eleito é a Lusofonia, olharemos também para as estações RDP África

e RDP Internacional, pela atenção dada por estes meios à participação dos PALOP e das diásporas, respetivamente.

A Antena 2 e a Antena 3 foram deliberadamente excluídas desta observação à unidade de análise da música lusófona por considerarmos que, após uma análise exploratória à legislação, o espaço lusófono não é mencionado como um lugar estratégico para estas duas estações nem define a sua programação. A Antena 2 privilegia os géneros musicais clássico e erudito, cuja produção nos países lusófonos é reduzida, e a Antena 3 dá primazia à nova música portuguesa. A oferta musical mais eclética, onde se encontra a produção lusófona, está então reservada à Antena 1, enquanto canal generalista por excelência. A RDP África e a RDP Internacional, por trabalharem consistentemente para a África lusófona e as diásporas espalhadas pelo mundo, respetivamente, serão também alvo de análise.

Pretendendo este trabalho ser uma reflexão sobre a presença da Lusofonia no meio rádio e uma análise circunscrita de expressões lusófonas na rádio de serviço público e na diáspora, discutimos, no capítulo 1, o conceito de Lusofonia. De seguida, no capítulo 2, caracterizamos o serviço público nos dois países, com maior primazia dada à fundação da rádio e seus modelos de implementação, recorrendo essencialmente aqui à revisão de literatura, da qual destacamos a extensa produção bibliográfica do CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, tanto sobre os desafios da Lusofonia, como sobre as definições e possibilidades do serviço público de comunicação. Por fim, nos capítulos 3 e 4 damos conta da análise de carácter empírico desenvolvida sobretudo em Portugal e no Brasil. Se o terceiro capítulo aponta principalmente para conclusões da análise de dois programas de rádio com paridade funcional nos dois países em estudo, já o quarto dirige-se para caminhos de reflexão sobre a diáspora portuguesa residente no Brasil e também nos Estados Unidos.

Para efeitos de recolha de dados sobre o sistema público de comunicação brasileiro, a empresa pública de rádio e os programas de rádios realizados no seio da comunidade emigrante, realizámos um período de trabalho de campo no Brasil, em São Paulo e Brasília, entre janeiro de 2014 e janeiro de 2015. Realizámos também um trabalho de investigação sobre duas rádios portuguesas que emitem em FM na Califórnia do Norte, nas regiões de San Jose e do vale de San Joaquin, habitada por uma comunidade portuguesa (cerca de 90% dela natural dos Açores)

fortemente enraizada na região desde os anos 50¹⁷. Além disso, como apoio à investigação do presente trabalho, realizámos ainda um período de três semanas de observação e entrevistas exploratórias em Cabo Verde, em fevereiro de 2016, junto da empresa pública de rádio em Cabo Verde, na sede na Praia e na delegação de Mindelo. Este período de análise exploratória foi catalizado pela curiosidade das conclusões a que havíamos chegado no Brasil, nomeadamente sobre a prevalência de artistas cabo-verdianos na programação da rádio pública brasileira.

Por se tratar de um alvo circunscrito e de raras aventuras epistemológicas, foi necessário realizar um longo trabalho exploratório de observação e entrevistas sobre o objeto de estudo do presente trabalho: a Lusofonia na rádio e a rádio na Lusofonia. No fundo, andámos à procura do nosso objeto de estudo, já que sabíamos da sua relevância em Portugal mas desconhecíamos a sua existência no Brasil. Assim, como suporte teórico realizámos um conjunto de entrevistas, que não visavam propriamente criar material de análise, mas antes instruir o nosso olhar, como uma bússula que nos orientou em opções de estudo e esclareceu sobre os buracos de investigação que íamos encontrando. Por este motivo, não há um trabalho sistemático de análise do discurso de entrevistas ou citações mais frequentes durante o texto¹⁸.

Sendo o método da entrevista um dos mais utilizados nos estudos académicos do domínio das Ciências Sociais, e neste trabalho em concreto, permitiu-nos debater temas que não eram objetivamente observáveis. Os entrevistados selecionados pertencem fundamentalmente a três categorias: profissionais da rádio pública, membros da diáspora produtores de programas de rádio dirigidos à comunidade emigrante e especialistas¹⁹.

O estilo de entrevista a que recorremos pode ser considerado como uma assemblagem entre as técnicas do modelo de entrevista estruturada e as do modelo de entrevista semi-estruturada, com primazia para o segundo modelo. Numa entrevista estruturada, cada entrevistado responde às mesmas perguntas e pela mesma ordem, facilitando a comparação das respostas da amostra, a categorização das temáticas abordadas e reduzindo a hipótese de variabilidade das respostas obtidas (Bryman, 2001). Deste modo, através da standardização das

17 Este estudo foi concretizado com o apoio financeiro e institucional da Universidade da Califórnia em Berkeley, entre março e julho de 2015, e registado subsequentemente numa publicação da instituição.

18 Guião para a realização de entrevistas semiestruturadas disponível no Apêndice 3.

19 Consultar Apêndice 1 para um esquema explicativo da relação dos entrevistados com o objeto de estudo e o Apêndice 2 para breves notas biográficas dos principais entrevistados.

perguntas, tornar-se-ia mais provável a obtenção de dados válidos e confiáveis. No entanto, este modelo correria o risco de se tornar demasiado inflexível, impedindo a maleabilidade do entrevistador na situação de entrevista e reduzindo as hipóteses de adaptação das perguntas às respostas anteriormente dadas e ao próprio entrevistado, de forma a obter respostas mais completas e autocríticas.

Se no primeiro modelo nos interessava a capacidade de imprimir método, rigor, disciplina, universalidade, neutralidade e paridade na execução da entrevista, perseguindo a obtenção de respostas comparáveis para os sistemas públicos de rádio em Portugal e no Brasil, rapidamente percebemos que se abriam novos caminhos de investigação no decurso das entrevistas. Estes teriam de ser necessariamente ali desbravados, e só realizando uma entrevista de tipo semi-estruturado será o entrevistador capaz de se adaptar às rotas de análise que se desenham diante dos seus olhos. Em contrapartida, a entrevista desestruturada é baseada apenas numa lista de temas, isto é, num guia de entrevista, num registo quase informal e passível de dar liberdade ao improvisado. Esta técnica foi desempenhada na última fase da recolha de dados, já em Portugal, no âmbito de um sistema mediático sobre o qual detinhamos conhecimento contextual prévio.

Para terminar a enunciação das ferramentas metodológicas, falta referir um grupo focal exploratório que realizámos em março de 2014 com a equipa que compõe a Central do Ouvinte da EBC, departamento responsável por gerir a interação dos ouvintes com a rádio. A Central do Ouvinte é o departamento da EBC responsável pela gestão dos contactos dos ouvintes com as várias estações de rádio da empresa pública. O grupo focal, no qual participaram quatro dos cinco elementos desta equipa (um dos elementos encontrava-se de férias aquando da realização da sessão), realizou-se a 24 de março de 2014 e teve como objetivo principal a compreensão geral da interação entre ouvintes e rádio pública; do papel da rádio no Brasil junto de comunidades mais afastadas dos grandes centros urbanos; e do modo como a instituição se relaciona com os seus públicos.

Tendo por base este quadro teórico, os grandes objetivos da presente tese são: mapear os meios de difusão da cultura lusófona através da rádio em Portugal e no Brasil; analisar programas sobre cultura lusófona na rádio pública portuguesa e brasileira; caracterizar o serviço público em Portugal e no Brasil; compreender o peso da concentração empresarial da rádio em Portugal e no

Brasil; relacionar o conteúdo dos programas de rádio identificados com as abordagens teóricas pós-coloniais; analisar a relação entre a diáspora e os meios de difusão da cultura lusófona identificados; e refletir sobre possibilidades de sedimentação de uma cultura lusófona através da rádio.

No decurso do aprofundamento do olhar sobre as nossas unidades de análise, ousaremos verificar as seguintes hipóteses:

- A rádio, fazendo uso das suas características de meio invisual e marcadamente sonoro, é capaz de produzir um retrato sonoro da cultura lusófona no âmbito dos fundamentos do conceito de *mediapaisagem* de Appadurai (1996);
- A política de interculturalidade entre Portugal e o Brasil demonstra uma tentativa de abertura ao espaço lusófono que se tem vindo a intensificar;
- O serviço público de rádio no Brasil tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através do programa *Tanto Mar*, da Rádio Nacional de Brasília FM;
- A estação Rádio Nacional de Brasília FM, através do programa *Tanto Mar*, constrói uma representação atual da identidade lusófona conivente com os valores de serviço público de comunicação;
- O serviço público de rádio em Portugal tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através das estações RDP África, RDP Internacional e do programa *Vozes da Lusofonia*, da Antena 1;
- O meio rádio contribui para um contacto mais frequente da diáspora portuguesa com os elementos da sua cultura de origem.

Para clarificar a veracidade ou a inexatidão destas hipóteses, formulámos uma questão de partida que servirá de âncora a esta dissertação. Nela estão patentes dois claros momentos deste processo de investigação: um primeiro, em que serão realizados o mapeamento, a caracterização e a clarificação dos modelos de gestão das rádios públicas portuguesa e brasileira; e num segundo momento, em que a programação será analisada mais intensivamente, em busca de pontos de convergência de elementos culturais lusófonos na rádio. Assim, a questão de partida que

impulsionará o presente trabalho é: Como se caracterizam os modelos de implementação do serviço público de rádio em Portugal e no Brasil e de que forma está neles inscrita (ou não) uma responsabilidade de promoção da cultura lusófona?

Há muito que a definição de Lusofonia extravasou o âmbito linguístico. Hoje em dia, fruto de um momento civilizacional profundamente focado em questões financeiras, a expansão mútua das economias parece estar a assumir-se como a âncora de justificação para a união dos países lusófonos. No entanto, a única disciplina científica que efetivamente parece representar os oxímoros entre os falantes da língua portuguesa e seus espaços geográficos são os Estudos Culturais – pelo menos é essa a convicção subjacente à presente tese, sendo a Comunicação Intercultural a área de base teórica que sustenta as opções metodológicas no âmbito da abordagem ao nosso objeto de estudo.

Quando o objeto de estudo reside na jurisdição de temas de índole cultural, sobretudo no âmbito da cultural popular e comunicação intercultural, é essencial uma flexibilidade de abordagens, já que trabalhar ao nível de conceitos tão subjetivos quanto voláteis não permite manter expectativas sólidas sobre os resultados a alcançar. É expectável a confirmação de outros resultados no decurso desta investigação, assumindo que estas hipóteses não se esgotam em si mesmas, mas por outra, constituem premissas para subsequente formulação de outras hipóteses, de maior profundidade, e conduzindo a outros caminhos de investigação: “A ciência não é orientada pela verdade, mas por uma busca pela verdade” (Boaventura, 2014).

Pretendemos questionar o espaço público sobre a contribuição real do serviço público para a dinamização do conhecimento sobre a Lusofonia enquanto espaço de cultura transnacional. Para isso, propomo-nos realizar uma abordagem interdisciplinar e plural do conhecimento, ao cruzar temas de campos do conhecimento tão distintos como a língua, a cultura, a literatura, as políticas interna e externa, os média e a mudança social, fazendo confluir uma dimensão epistemológica local para as premissas supranacionais da globalização. Sintetizar todo este conhecimento, interrelacionando-o com a área geográfica e sociocultural em que tem raízes, implica compartimentar ideias e práticas plurais numa mesma divisão geográfica, económica ou sociocultural do mundo. A curiosidade leva à problemática. E como o Brasil não tem parado – nem tão cedo parará – de estimular a nossa curiosidade, partimos para este trabalho com a dúvida

cartesiana da escritora brasileira Clarice Lispector: “Enquanto eu tiver perguntas e não houver resposta, continuarei a escrever” (1998, fragmento).

Capítulo 1

Rádio, cultura e Lusofonia

A Lusofonia é, pois, uma realidade em crescimento todos os dias, a partir daquilo que, em qualquer fonia, é básico e essencial: a comunicação e o diálogo, que aproximam as pessoas e as instituições. (Cristóvão, 2012, p. 652)

Lusofonia, língua portuguesa e sentimentos de pertença

Pensar a Lusofonia na sua dimensão além-linguística requer o tempo e o acolhimento para uma viagem por uma história de mais de seis séculos, cruzando três oceanos e emergindo em quatro continentes. É regressar à herança de um passado tão distante quantos os quilómetros que separam os países que a compõem. Pensar a identidade lusófona à luz da sua cultura, erguendo a ponte entre o passado e o presente, é necessariamente refletir sobre o que Boaventura Sousa Santos designou por “interidentidades do espaço da língua portuguesa” (entrevistado por Gandin & Hypolito, 2003, p. 8) e pensar o espaço extra-fronteiriço erguido por Portugal através do seu património linguístico.

A língua representa o primado basilar do espaço lusófono. Etimologicamente, “Lusofonia” indica a existência de um fonema luso – um fonema polimórfico, com múltiplos sotaques, diversas formas de escrita e, até, distintos significantes; “o espaço da lusofonia, não tanto o seu óbvio sentido linguístico, mas como espaço cultural, é um espaço se não explodido, pelo menos multipolar, intrinsecamente descentrado” (Lourenço 1999a, p. 188). A própria “pluri-sonoridade”

da língua portuguesa, falada nos vários sotaques da africanidade, da brasilinidade ou do galego, remete para uma polifonia do sentido: a presença de outros textos dentro de um texto (Bakhtin, 1999), ou neste caso, os vários subtextos revelados pelos sons em que são pronunciadas as palavras de um mesmo texto numa mesma língua, a portuguesa.

A própria língua pode revelar a variedade das culturas. Veja-se o caso do Português que é reapropriado pelos colonizados e sofre transformações a nível da prosódia, do léxico, da sintaxe, etc. Apesar de constituir um sinal do colonialismo, as transformações sofridas no Português atenuam nele a marca europeia. Assim, por razões pragmáticas, o Português ajuda a unificar a heterogeneidade étnica e linguística nesses países. Nessa medida, a língua portuguesa passa de uma desterritorialização a uma reterritorialização, contribuindo para a polifonia cultural do mundo lusófono e para a igualdade na diferença. (Xavier, 2008)

O paradigma epistemológico que precede ao presente trabalho é o pensamento descolonial e o que Baptista designa – e enuncia de uma forma quase cronológica – por “reflexão colonialista/pós-colonialista/descolonialista” (2013). A “descolonialidade”²⁰ (Quijano, 2012; Mignolo, 2011), ou “descolonialismo”²¹ (Herzog, 2013; Maldonado-Torres, 2011; Grosfoguel, 2006) consiste numa abordagem desconstrutiva das hegemonias epistemológicas do Norte, opondo-se à ideia de colonialidade global do poder. Apenas no lugar simbólico da descolonialidade encontramos os conceitos necessários à análise do objeto de estudo do presente trabalho: a cultura local sem sobreposição de uma cultura dominante, o olhar para a diferença a partir da perspectiva do Outro, a diáspora e seus sentimentos de pertença a um país ou nação.

A Lusofonia, essa que se quer que venha a ser nossa, não pode ser olhada como qualquer coisa em função de Portugal, ou de interesses de grupos portugueses. Engrandecer o lugar do antigo colonizador pode ser, afinal, uma posição de colonizado. Esse projecto só pode valer se ele nos ajudar a construir o futuro, se for uma ideia produtiva. (Couto, 2009, p. 96)

20 Segundo Mignolo (2011) a “colonialidade” é o lado sombrio e constitutivo da modernidade eurocêntrica, sendo que modernidade e colonialidade são consideradas como partes inseparáveis do mesmo fenómeno e surgem em simultâneo com os Descobrimentos (Faria, Guedes & Wanderley, 2015). A “descolonialidade” é, para o autor, um fenómeno de libertação e de percepção de que “a sua inferioridade é uma ficção criada para dominá-lo e quem não quer assimilar ou aceitar resignadamente a má sorte de ter nascido igual a todos os seres humanos, mas ter perdido essa igualdade logo após ter nascido por causa do local em que nasceu” (Mignolo, 2013, p. 135).

21 O conceito de “descolonialismo” corresponde a uma mudança de paradigma no estudo do colonialismo, pressupõe uma “atitude crítica, cognitiva e prática” (Maldonado-Torres, 2006, p. 126) no exercício epistemológico da análise pós-colonialista: “As ciências descoloniais encontram sua primordial inspiração não no assombro diante do mundo, mas no grito do colonizado ante uma realidade desumanizadora. Elas respondem ao escândalo que significa a morte, o que significa a morte, o genocídio e a racialização de humanos por outros” (Maldonado-Torres, 2006, pp. 125-126).

O debate em torno da descolonidade e a crise do poder colonialista, visível atualmente não só na perda de representatividade das culturas colonizadoras dominantes como também nas crises financeiras vividas nos países do Norte, têm evidenciado que a relação social de dominação *versus* exploração entre Norte e Sul fundada em torno da ideia de raça é um produto da história do poder (Quijano, 2012). Assim, apenas será possível delimitar com clareza as formas culturais de cada um desses territórios se as fronteiras da dimensão cultural individual de cada um dos territórios do espaço lusófono forem as que representam a descolonialidade, isto é, as fronteiras atuais dos estados-nação lusófonos autónomos.

A perspetiva da colonização de amplos domínios revelou-se um estímulo poderoso à ideia iluminista de cultura e deu à missão proselitista uma nova dimensão, potencialmente global. Numa imagem especular da visão de “esclarecimento do povo”, forjou-se o conceito de “missão do homem branco” e de “salvar o selvagem do seu estado de barbárie”. Logo esses conceitos ganhariam um comentário teórico sob a forma da teoria cultural evolucionista, que promovia o mundo “desenvolvido” ao *status* de perfeição inquestionável, a ser imitada e ambicionada, mais cedo ou mais tarde, pelo restante do planeta. Na busca desse objetivo, o resto do mundo deveria ser ativamente ajudado e, em caso de resistência, coagido. (Bauman, 2011, p. 14)

Desde o fim do regime salazarista, e até meados da primeira década do século XXI, Portugal experienciou a passagem de ventos migratórios em direção ao seu território, invertendo a corrente dos Descobrimentos. A língua portuguesa é estimada por Portugal por ser o grande legado das fronteiras territoriais do pós-colonialismo. No entanto, o que pode ser unido através da língua é dividido pela cultura; e o que é dividido pela cultura é adicionado pela mistura, pela mescla inter-racial, pela miscigenação (Holanda, 1936; Freyre, 1947; Munanga, 2009). Assim, também as culturas *fuzzy*²² (Santaella, 2011) são um produto da amplitude deste espaço da Lusofonia e de novas sínteses lusófonas:

É nas diferenças (entre histórias, entre culturas, entre pessoas, entre grupos) que a Lusofonia se manifesta, se realiza. E é na observação lúcida, criativa, das diferenças que

22 *Fuzzy*, palavra do universo linguístico anglo-saxão, pode ser traduzido por encoberto, nublado, tremido, indistinto.

desenvolveremos a capacidade de descobrir o outro, de compreendê-lo e de interagir com ele. As diferenças aparecem nas cidades, nas vilas, nas aldeias. É na delimitação local, pela presença e intervenção humana, que a história se constrói e ganha rumos. Pois quis a história que, nos anos recentes, Portugal se tornasse o espaço atrator das diferenças. E isso graças à inversão dos fluxos migratórios, africanos, brasileiros, timorenses, falantes de língua portuguesa de todos os quadrantes buscam Portugal para fazer e refazer vidas, em interações nem sempre cordiais, mas sempre transformadoras. (Chaparro, 2000)

Os Descobrimentos, com o leme português na vanguarda da descoberta territorial do planeta, iniciaram, portanto, o primeiro empreendimento da globalização (Rodrigues & Devezas, 2009) apesar que de forma descontinuada, dada a inexistência de canais de comunicação que o solidificassem e sistematizassem. Nesta época, as possibilidades construtivas da globalização – além da aprendizagem sobre o *Outro do Além-Mar*, o início da transferência de conhecimento para outras partes do mundo e a disseminação da informação – iniciaram uma tentativa de padronização e estandardização dos elementos simbólicos das culturas locais.

A globalização representa também um conjunto extraordinário de possibilidades que se apoiam em factos radicalmente novos entre os quais sobressaem dois: um, a enorme e densa mistura de povos, raças, culturas e gostos que – embora com grandes diferenças e assimetrias – se estão a produzir em todos os continentes, fazendo emergir, com muita força, outras cosmovisões que põem em crise a hegemonia do racionalismo ocidental; e o outro, as novas tecnologias que estão a ser crescentemente apropriadas por grupos de setores subalternos possibilitando-lhes uma verdadeira “vingança sociocultural” (Martín-Barbero, 2014), isto é, a construção de uma contra-hegemonia ao longo e ao largo de todo o mundo:

Como nunca antes, as nossas culturas, das indígenas às locais, às regionais, e sobretudo às nacionais, veem-se expostas hoje às outras culturas, às restantes culturas do mundo. Isto está a intensificar os contactos, os intercâmbios e também os conflitos. (...) a globalização não é um puro avatar da economia e do mercado, pois os seus movimentos e deslocamentos contêm tanto de perversidade como de possibilidade, convertendo-se num paradoxo cuja vertigem ameaça paralisar tanto o pensamento como a ação capaz de transformar o seu curso. (Martín-Barbero, 2014, p. 1)

Esta questão remete-nos, em primeiro lugar, para uma reflexão sobre a problemática da definição dos contornos do espaço lusófono: como se designam as referências territoriais para as quais o conceito de Lusofonia remete? Em primeiro lugar, é necessário demarcar as fronteiras do espaço lusófono que serão consideradas no presente trabalho. A Lusofonia e sua delimitação não se constitui como uma temática isenta de debate. Autores há (Bondoso, 2013; Neves, 2000) que defendem a representação do espaço lusófono como um lugar onde se vislumbra um reflexo nítido da imagem dos países de expressão de língua portuguesa, isto é, dos países que integram a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Todavia, outros autores (Sousa, 2006a; Ledo-Andión, 2011; Martins, 2014) pensam e revisitam o espaço lusófono para além dos países que compõem a comunidade linguística, económica e política da CPLP:

A Lusofonia é uma construção extraordinariamente difícil. É um espaço geo-linguístico altamente fragmentado, é um sentimento pleno de contradições, é uma memória de um passado comum (para o bem e para o mal), é uma cultura múltipla e uma tensa história partilhada. Para além do património simbólico em permanente disputa, a Lusofonia integra ainda instituições cujos objectivos políticos são também eles próprios difusos e – não raramente – conflituosos. (Sousa, 2006a, p. 10)

A utilização dos termos “Lusofonia” e “lusófono” parece estar reservada a uma dimensão política: tanto de estratégia política, como de política cultural. Ao nível do discurso político, estes dois termos têm vindo a sedimentar-se como os mais adequados na identificação dos espaços e das gentes que constituem o conjunto de práticas culturais concretizadas nos países e regiões que falam Português. Já nos campos da diplomacia e da cooperação multilateral, parece ser mais frequente a designação “países de língua portuguesa”, como no caso da CPLP (Rosário, 2007). A Lusofonia é também um conceito eminentemente político e ideológico para Cahen (2013). Apesar da sua descrença neste espaço de encontro linguístico e cultural, o autor observa que “o conceito de Lusofonia apaga numa única palavra realidades sociais extremamente diferentes e *status* sociais incomparáveis” (p. 298), preferindo tratar o espaço lusófono por “Lusotopia”, numa alusão ao caminho que ainda terá de percorrer até à sua sedimentação enquanto espaço de entendimento político e económico e, sobretudo, de efetivas interseções culturais.

O conceito de “Lusotopia” foi pela primeira vez mencionado em 1992 pelo geógrafo francês Louis Marrou, referindo-se aos “espaços e comunidades que, independentemente dos seus idiomas passados ou presentes, tenham sido formados ou forjados pela história da expansão portuguesa” (Morier-Genoud & Cahen, 2013, p. 307). No presente trabalho será considerada a perspetiva dialógica de Lusotopia enquanto lugar de “tensões identitárias que se constroem e cruzam no âmbito do espaço da expansão histórica portuguesa” (Pina-Cabral, 2002, p. 2) e, por conseguinte, de projeção de uma comunidade que presume ser o que ainda não é.

Agora, se observarmos a Lusofonia a partir de uma lente mais ampla, encontraremos “uma comunidade linguística produzida pela história, num espaço económico, numa organização política e numa organização cultural” (Aguilar, 2005). Esta “lente grande angular” do pensamento permite considerar uma série de outros aspetos de natureza linguística, social, cultural e antropológica que confere uma enorme riqueza à investigação. A língua, enquanto organismo vivo inseparável da cultura, dá forma a outras culturas espalhadas pelo mundo (como Macau, Galiza, Goa ou Malaca), que revivem a sua história na língua portuguesa e no seu sistema linguístico; por essa razão, a Lusofonia em si não se circunscreve às fronteiras nacionais dos países de língua oficial portuguesa.

A utilização da expressão "países lusófonos" encontra-se, segundo alguns autores do campo dos estudos culturais lusófonos, restringida aos países africanos que têm o Português como língua oficial – tendo-se estendido mais tarde a Timor-Leste, após a sua independência –, não se encontrando o Brasil incluído neste conjunto (Rosário, 2007). Quando a Lusofonia é analisada pela perspetiva colonialista, o Brasil não se encontra no mesmo patamar que os restantes países lusófonos, visto que o seu processo de independência relativamente ao império foi bastante precoce, comparativamente aos países africanos, que apenas se tornaram independentes após a revolução democrática portuguesa de 1974, e a Timor-Leste, que apenas se libertou da posterior ocupação indonésia em 2002.

Mas quais serão, então, as fronteiras territoriais deste espaço linguístico e cultural, que desejando representar todas as ramificações culturais que se expressam segundo os cânones linguísticos do Português, se vê na dependência de um passado histórico colonialista? Fruto destas e de outras questões, e como mencionado anteriormente, existe uma linha de pensamento que considera mais representativa a generalização do conceito de “Lusofonias”, espelhando a

diversidade e não-unanimidade das suas reproduções sociais e culturais. Este pensamento segue a linha de Stuart Hall (2003) e da sua advocacia sobre o uso da linguagem – neste caso da língua portuguesa em específico –, como elemento determinado por um enquadramento de poder político, económico ou institucional.

A literatura existente no campo do descolonialismo exhibe várias referências ao sentimento dos países colonizados e a uma fundada mágoa para com o país colonizador (Lourenço, 1999a; Margarido, 2000). Mas qual será a perceção do ex-país colonizado? Poderá esse sentimento de pertença a um país cujas fronteiras foram redefinidas há menos de 40 anos ser afetado pelo “encolhimento” do seu território e, conseqüentemente, da sua importância geopolítica no mundo? O processo de digestão identitária de Portugal no desmantelamento do império resultou no que Baptista designou por “esquecimento ativo” (2006, p. 24). Este esquecimento poder-se-ia classificar como ativo na geografia e passivo na cultura. Eliminar da memória o território geográfico que outrora ocupou, lembrando apenas o património intelectual que construiu através da língua portuguesa, tem cristalizado a posição de Portugal no seio dos países lusófonos, não sem se fundamentar na “(...) alusão a uma alegada centralidade portuguesa, numa tendência que, não raras vezes, passa por invocar uma alegada ‘portugalidade’” (Sousa, 2013, p. 98).

A Lusofonia parece, portanto, ter contribuído para a reconstrução da identidade (e até, hipoteticamente, do orgulho) nacional portuguesa na edificação do pós-colonialismo, que se reposiciona no espaço geopolítico como o país responsável pelo património linguístico de uma comunidade económica poderosa, com mais de 250 milhões de falantes, e um PIB conjunto de 2.500 mil milhões de dólares, equivalente à sexta economia mundial (Angop, 2014).

Além desta reconstrução identitária por parte de Portugal, a sedimentação da Lusofonia, legado imaterial do pós-colonialismo, também contribuiu para a construção identitária (ou até nacionalista) dos países ex-colonizados, através da compreensão da diferença do *Outro*. Segundo Eduardo Lourenço (1999a), que problematiza hermeneuticamente, desde as suas origens, a realidade cultural portuguesa, o povo português destaca-se pelo seu carácter profundamente sonhador e imagético, que ao longo da sua existência sempre teve dificuldade em se autoanalisar com realismo. Nesta abordagem introspectiva e icónica encontram-se imagens sobre o Império, a história do Além-Mar e as ideias ensinadas na escola nas aulas de História sobre os

Descobrimientos. Assim, pensar a Lusofonia é começar por mergulhar no pensamento de Portugal sobre si próprio, num ato de dupla redundância, num gesto de meta-análise, de consciência sobre si mesmo edificada sobre o que observa no *Outro*, para de seguida se desprender do ponto de partida d'Aquém-Mar, possibilitando um olhar crítico partindo da íris d'Além-Mar: “[a Lusofonia] integra o vasto conjunto de palavras com as quais encenamos a relação entre o mesmo e o outro, entre nós e os outros. Usamo-las para exprimir pertenças e identidades, e mesmo para delimitar territórios” (Martins, 2004, p. 5). Na sequência deste argumento, a convicção de que a língua portuguesa foi o idioma do colonialismo português, mas também do fortalecimento da unidade brasileira no continente sul-americano, dos movimentos nacionalistas africanos na luta contra a colonização portuguesa e da resistência timorense contra a ocupação indonésia (Ruak, 2001), transforma o Português na língua da reformatação cultural, mas também da libertação nacional.

Então, pensar a Lusofonia é olhar as transformações históricas que nela ocorreram desde a formação das suas fronteiras. Às várias culturas locais definidoras de um povo opõe-se uma só cultura “glocal” (Melo, 2011), que com o avançar das gerações dilui as identidades das diásporas. A existência de uma língua comum “poderá mudar a forma como a 'diferença' é percebida” (Martins, Sousa & Cabecinhas, 2007, p. 309), logo, a criação de uma união simbólica de países que habitam a mesma língua poderá ter sido o primeiro passo para a construção de um entendimento sem ressentimento pelas imposições da história. Tratar-se-á, portanto, de um conceito unificador que surge numa tentativa de reunir o que o processo de descolonização havia dividido. Esta comunidade distingue-se, no entanto, da *Commonwealth* e da *Organisation Internationale de la Francophonie* da mesma forma que o colonialismo português se distingue do anglófono e francófono:

Eu costumo dizer que o colonialismo português, parafraseando Shakespeare, não é um colonialismo de Próspero, é um colonialismo entre Próspero e Calibã. É um colonialismo que é algo entre o civilizado e o primitivo, digamos assim. O próprio português como colonizador não é aquela figura do Próspero na *Tempestade* de Shakespeare, que é o grande representante da civilização ocidental, o qual é servido pelo escravo que é Calibã (que Shakespeare vai buscar, naturalmente, com uma apropriação de canibal, que é o primitivo selvagem). Ora bem, é essa polarização entre o civilizado e o primitivo, entre Próspero e Calibã, que é necessário para entender o colonialismo britânico. Penso, no entanto, que no

caso português não foi bem assim, porque o português foi um colonialismo periférico, como o espanhol de resto. (...) é um colonialismo próprio que criou situações próprias. Uma delas, em meu entender, é que o colonizador foi muitas vezes o colonizado interno. (Santos citado em Gandin & Hypolito, 2003, p. 8)

Vários investigadores do campo têm associado o conceito de Lusofonia ao de globalização e pós-modernismo (Santos, 1996; Lourenço, 1999a; Hall, 2003; Ferin, 2007), sendo uma das principais premissas desta corrente o facto de a Lusofonia ter sido o primeiro ato de globalização da história. Outros há que associam simplesmente a Lusofonia à soma dos países da CPLP, instituição que sintetiza esses acordos diplomáticos, realizados sob a justificativa de uma língua, mas que representam a reunião de interesses políticos, económicos e geoterritoriais:

(...) os falantes e escreventes de língua portuguesa constituem uma comunidade linguística, nela reconhecendo, por via da língua, uma herança comum e um projecto cultural, político e económico que poderá também ser, cada vez mais, comum de oito países independentes, mais comunidades de emigrantes espalhadas pelo mundo (Laranjeira, 2002 citado em Xavier, 2008, p. 1).

No presente trabalho, tendo como unidade de análise as representações simbólicas da cultura lusófona na rádio, modelos de conceção e difusão radiofónica e sua receção no conjunto da diáspora portuguesa, é relevante considerar a Lusofonia como “uma matéria-prima cultural comum, constituída por imaginários que são simultaneamente partilhados mas também entendidos a partir de posições históricas – colonizador e colonizado – diferenciadas” (Ferin, 2007, p. 99), remetendo esta ideia para a aceção de que a Lusofonia se constitui como uma comunidade imaginada (Anderson, 2005). Pensar a Lusofonia enquanto comunidade imaginada poderá justificar as reduzidas tentativas bem-sucedidas de entendimento entre os mais diversos espaços lusófonos espalhados pelo mundo – países ou não. As instituições oficiais parecem sofrer de uma síndrome de abstração na hora de problematizar a Lusofonia; muito possivelmente pela dificuldade de delimitação do seu espaço geográfico e cultural e pelas ausências de pontos concretos de convergência.

Por se tratar de um território ex-colonizado, a Lusofonia é um espaço de contrastes, não se tratando, portanto, de um espaço isento de conflitos. Alguns desses conflitos têm vindo a ser

resolvidos – por exemplo, a questão da universalização do ensino da língua portuguesa nas escolas públicas dos PALOP, que parecem ter colocado de lado o pensamento vigente no passado que desdenhava o Português por ser visto como uma ferramenta de perpetuação da colonização de Portugal²³ (enquanto outras têm sido perpetuadas na paz podre do presente, como restrições na atribuição de vistos de residência a cidadãos da CPLP²⁴). Os diálogos, na lógica capitalista, são diplomáticos e orientados para o debate económico, renegando, no entanto, a necessidade do diálogo intercultural para a resolução das tensões do passado: “Um diálogo intercultural deve partir da dupla constatação de que as culturas foram sempre interculturais, e de que as trocas e interpenetrações entre elas foram sempre muito desiguais e quase sempre hostis ao diálogo cosmopolita” (Santos, 2006, p. 422). Apenas aprofundando o debate numa lógica de dialética intercultural²⁵ das suas nações poderá a Lusofonia encontrar-se enquanto espaço de entendimento cultural, político e económico.

Tendo exatamente em consideração esse diálogo intercultural entre os países de expressão em língua portuguesa, foi para a comunidade lusófona uma surpresa a integração da Guiné Equatorial na CPLP, a 23 de julho de 2014²⁶. Segundo decreto presidencial de 2010, aprovado pelo parlamento equato-guineense em 2011, o Português passa a ser uma das línguas oficiais da Guiné Equatorial, a par do Espanhol (a língua da ocupação colonial) e do Francês. Foi amplo o debate sobre a inclusão da Guiné Equatorial, encontrando-se esta discussão polarizada em duas posições principais. De um lado estão os que se focam nos benefícios económicos veiculados pelo terceiro maior produtor de petróleo de África, nação estrangeira à língua portuguesa, mas detentora do maior PIB *per capita* do continente africano; um país que pode trazer vantagens

23 A língua, e não só no espaço lusófono como também no anglófono e francófono, tem vindo a simbolizar o maior legado premente de um passado ex-colonizado por parte do país colonizador: “a dilaceração essencial do colonizado encontra-se particularmente expressa e simbolizada no bilinguismo colonial” (Memmi, 1989, p. 96). Esta ideia encontrou-se também presente na ideologia de fundação da CPLP: “Com a língua chega a antigas colónias portuguesas da América e da África toda uma matriz de cultura lusa que iria, no correr dos séculos, em contacto com o elemento local, criar civilizações variadas e perfeitamente individualizadas. Não deixariam tais civilizações, no entanto, de guardar os traços de origem, que se desdobrariam posteriormente em parecências e afinidades, a criar condições para o grande projeto que as aproximasse em definitivo. A ideia de uma Comunidade dos Países de Língua Portuguesa nasce, assim, da percepção desses elementos de união, entre os quais avulta, naturalmente, o suporte do idioma comum” (Alves, 1995, p. 81)

24 Em 2005, o porta-voz do Ministério das Relações Exteriores (MIREX) de Angola acusou o Consulado Geral de Portugal em Luanda de provocar a “humilhação” de cidadãos angolanos na sua tentativa de obtenção de vistos de entrada em Portugal (retirado de <http://www.angonoticias.com/Artigos/item/6636>).

25 A dialética intercultural parece ser a estratégia mais universal para tratar a temática do diálogo pós-moderno entre culturas de ex-colonização: “Assim, a dialética intercultural, atualizando valores, práticas e representações da escola e da sociedade, permite atribuir sentidos às culturas e subculturas que as integram, assumindo um carácter democrático de possibilidade e a crença no fim das certezas” (Meunier & Pires, 2010, p. 9).

26 Na página oficial do Governo da Guiné-Equatorial é anunciada a integração na CPLP a 24/07/2014 numa notícia que apresenta versões em espanhol, francês e inglês, tendo sido notada a ausência de uma versão portuguesa.

estratégicas e políticas, reforçando a posição da CPLP na zona geográfica designada por “Triângulo do Atlântico Sul” e aumentando a sua presença além do perímetro da língua portuguesa (Cruz, 2014). Do outro lado encontram-se os que consideram que a Guiné-Equatorial não cumpre os critérios de direitos humanos exigidos aquando da fundação da CPLP, nomeadamente os estatutos da associação que reforçam os valores da paz, da democracia e da justiça social (Cordeiro, 2014).

Esta polémica em torno da Guiné Equatorial propicia a reflexão sobre a questão do poder no espaço lusófono. As ambições políticas dos vários países da CPLP, e as vantagens económicas que esta agregação diplomática lhes poderá aportar, denotam a problemática do conceito de poder num território em que o país colonizador foi desapoderado na sua totalidade há cerca de 40 anos e em que os restantes países ex-colonizados lutam pela ocupação do lugar de liderança que ficou vago com a descolonização. A conquista de poder legitimado no seio da CPLP, e consequentemente no panorama político e económico da Lusofonia, parece ter começado a gerar alguns conflitos nos anos mais recentes. Se Portugal, na origem da formação da CPLP, se assumiu como o líder do pelotão da língua portuguesa, legitimado pela história de formação de um império cuja língua é o grande legado unionista, hoje em dia parece ter-se chegado à conclusão de que o Brasil deve tomar a dianteira da Lusofonia, por ali se encontrar o maior número de falantes da língua portuguesa e pela sua posição de liderança política e económica no xadrez internacional (nomeadamente a sua participação no G20, ou seja, no grupo das 19 maiores economias do mundo mais a União Europeia), em detrimento dos restantes países lusófonos. Ao tentar destacar-se na cena lusófona e, de certa forma, liderar as investidas de fortificação da língua portuguesa no mundo, o Brasil parece ter alterado a sua postura e começado a exercer esforços para intensificar a sua participação no seio da instituição: “Não é por menos que, até há pouco tempo, dos membros da CPLP o mais deslocado da cena era o Brasil” (Samuel, 2012).

Talvez esta intensificação de esforços surja na sequência de uma tomada de consciência de que, a par de Portugal, apenas o Brasil se poderá assumir como país que poderá liderar diplomaticamente as contingências da Lusofonia, legitimado pelo facto de o Português ser o idioma mais amplamente falado do país, unificando os mais de 30 estados, que se estendem por mais de oito milhões e 500 mil quilómetros quadrados de território. Na verdade, “os países africanos não se podem reclamar da lusofonia de igual maneira que os portugueses e os brasileiros” (Couto,

2009, p. 95), já que os idiomas mais utilizados nos PALOP são dialetos locais, como os crioulos cabo-verdiano, guineense ou são-tomense, o *umbundu* ou o *emakhuwa*. A Lusofonia é, portanto, um “espaço pós-colonial específico, um espaço relativo” (Morier-Genoud & Cahen, 2013, p. 309) que apenas se poderá constituir enquanto comunidade cultural na área da luso-brasilinidade, já que os PALOP não comungam do seu discurso de origens partilhadas e séculos de convívio (Cahen, 2001). Deste modo, torna-se relevante o foco desta investigação doutoral nas realidades mediáticas portuguesa e brasileira.

Ainda assim, é importante realizar uma breve leitura sobre as formas como os restantes países de expressão portuguesa se relacionam com o Português. Moçambique tem, recentemente, revelado uma abordagem unionista face à língua portuguesa, utilizando-a como forma de agregar a sua identidade nacional: “A língua portuguesa servia, assim, de língua de aculturação e de assimilação (...) e, depois das independências, passava a língua da unidade e coesão nacionais e da comunicação nacional (inter-regional) e internacional” (Laranjeira, 2001, p. 73). Esta estratégia foi utilizada pelo Governo de Moçambique como forma de sedimentação, não só dos sentimentos de pertença relativos a fenómenos de identidade nacional,

O Português é adoptado não como uma herança, mas como o mais valioso troféu de guerra. Se a adopção do Português foi um acto de soberania, já a criação da lusofonia não resultou de iniciativa própria de Moçambique. (...) Fala-se hoje mais Português em Moçambique que se falava na altura da Independência. O governo moçambicano fez mais pela língua portuguesa que os quinhentos anos de colonização. Mas não o fez por causa de um projecto chamado Lusofonia. Nem o fez para demonstrar nada aos outros ou para lançar culpas ao antigo colonizador. Fê-lo pelo seu próprio interesse nacional, pela defesa da coesão interna, pela construção da sua própria interioridade. (...) A língua portuguesa não é ainda a língua de Moçambique. Está-se exercendo, sim, como a língua da moçambicanidade. (Couto, 2009, p. 96)

como também da própria simbologia da autonomia nacional:

Foi um processo político [a adesão de Moçambique ao Português], de alguma forma normal – considerando a configuração do movimento nacionalista. Era a língua do movimento, a que poderia unir. O nome já diz, era uma “frente”, a união de todos, desde que tivessem uma posição anticolonial. A Frelimo congregava diferentes tendências, então elegemos um

catalisador comum, e a língua portuguesa serviu. (...) Muitos que aderiram ao movimento não falavam Português. Pois uma coisa é as pessoas falarem a língua; outra é assumi-la como símbolo do que se está a fazer. Sem o Português, o país não seria o que é. Não digo que não haveria Moçambique – mas não com a configuração social, econômica e política que conhecemos. Essa ideia de que a escolha do Português foi neocolonial perpassa alguns círculos intelectuais, mas não há como associar a Frelimo ao movimento neocolonial. Ela é um movimento nacionalista, anticolonial, dos mais consequentes que houve em África. (Firmino, 2014)

Contudo, como enfatiza o mesmo autor, a disseminação popular da língua portuguesa ainda não é suficiente para criar sentimentos de associação à comunidade lusófona. E estes sentimentos de “despertença”, como poderiam ser observados à primeira vista, não se encontram unicamente atribuídos ao binómio histórico descolonialismo *versus* identidade nacional pós-colonialista. A Lusofonia é um lugar não-democrático, para o qual o povo moçambicano não é convocado, constituindo uma comunidade elitista que afasta os moçambicanos da sua edificação, e portanto, das suas possibilidades:

O Português moçambicano — ou ainda, nesta altura, o Português em Moçambique — é ele próprio um lugar de conflitos e de ambiguidades. A adesão moçambicana à lusofonia está carregada de reservas, aparentes recusas, desconfiadas aderências. (...) O meu país é um território de muitas nações. O idioma português é uma língua de uma dessas nações — um território cultural inventado por negros urbanizados, mestiços, indianos e brancos. Sendo minoritário e circunscrito às cidades, esse grupo ocupa lugares-chave nos destinos políticos e na definição daquilo que se entende por moçambicanidade. Esse é o Moçambique lusófono. Esse é o país que se senta nos fóruns que decidem sobre a lusofonia. Os outros moçambicanos das outras nações moçambicanas correm o risco de ficar de fora, afastados dos processos de decisão, excluídos da modernidade. (Couto, 2009, pp. 94-96)

Saindo de Moçambique em direção a Angola, constatamos que a reflexão sobre o papel da Lusofonia não se encontra tão ligada a questões identitárias, mas sim de natureza mais política. O termo Lusofonia não é consensual entre os angolanos, pois “faz lembrar a ‘francofonia’, um instrumento fundamental para perpetuar os interesses de França nas suas antigas colónias. (...) Mas não havendo melhor, foi aceite como plataforma de suporte à CPLP” (Ribeiro, 2013, 21 de outubro).

Alguns criadores angolanos (Pepetela, Frazão) sugeriram nos anos mais recentes que o espaço da Lusofonia fosse substituído pela “Galeguia”, numa referência à origem galaica da língua portuguesa²⁷, por alegadamente este ser um termo não conotado com o peso do passado colonial português. Para Frazão (2014) “há muitos angolanos que não se consideram lusófonos, mas talvez pudessem estar dispostos a pertencer à Galeguia, com a Galiza como entidade neutra e unificadora através da língua comum”. O atual Governo angolano de José Eduardo dos Santos parece valorizar o uso da língua portuguesa numa lógica de mercado, como forma de se expandir comercialmente e integrar o mercado europeu, ultrapassando a rejeição do povo angolano face à Lusofonia, que ainda é genericamente observada como uma tentativa re-colonialista de apropriação de território cultural:

Mas para os angolanos, e para os outros africanos emergidos da vitória sobre o domínio colonial português, o ‘luso’ faz denotar, mais do que um viés saudosista, uma inclinação ao ‘restabelecimento do elo perdido’ em todos os domínios ao seu alcance. (...) Também não era pouca a oposição dos angolanos – e dos demais africanos – contra o imperialismo linguístico da administração colonial portuguesa. A resistência das nossas línguas nativas dificultava a aceitação pacífica do conceito de ‘lusofonia’, como resultado de supostos laços de fraternidade existentes entre lusos e africanos ligados pela língua portuguesa. (...) Se para nós angolanos a influência psicológica de ‘lusofonia’ relega à ideia de subordinação, para os portugueses o significado do vocábulo pressupõe um universo onde eles são o centro. E é por isso que se tem a impressão de que a importância da lusofonia, para eles, é maior do que o projecto da CPLP. Por isso a ‘deslusofonização’ é um processo, antes de mais, de busca do direito equitativo, da defesa do direito do outro de ser independente. É justamente o caminho para o estabelecimento de uma fraternidade, ou irmandade, de facto. Essa mesma irmandade advogada pela ‘lusofonia’ que, entretanto, não vinga por afigurar-se ‘lusocêntrica’. (Samuel, 2012)

A crença neste “lusocentrismo” da posição de Portugal no seio da CPLP parece encontrar-se mais reforçada em Angola do que nos restantes países da África lusófona. Veja-se o caso de Cabo Verde, por exemplo, que, apesar da rara literatura ou produção noticiosa sobre o tema, faz

27 Tanto o Português como o Galego pertencem ao conjunto das línguas galaico-portuguesas, da família das línguas indo-europeias ocidentais. No entanto, esta classificação foi revista por alguns teóricos da Filologia e da Sociolinguística, por força da derivação das famílias linguísticas, de forma a generalizar a ideia de que o Português não procede do Latim, mas sim do Galego: “(...) o Português vem do Galego. O Galego é que é, sim, uma língua derivada da variedade de Latim vulgar que se criou no noroeste da península ibérica” (Bagno, 2011, p. 35).

uso da língua portuguesa como uma forma de se cimentar como destino turístico. Na aceção literária, o Português e o Crioulo cabo-verdiano parecem conviver em harmonia:

Vivemos numa sociedade que tem muitas línguas (o que é uma riqueza nossa), vivemos numa sociedade crioula, crioula de cultura e crioula de língua (...) e temos a grande riqueza de ter o Português como segunda língua, mas como língua nacional. (Elísio citado em Arruda, 2011, p. 8)

Enfrentando uma fraca produção literária sobre o tema da Lusofonia, poderíamos afirmar com brevidade que a Guiné Bissau, numa lógica diplomática, tem utilizado a língua portuguesa para negociar a estabilização política no contexto da CPLP. Em outubro de 2014, teve lugar uma reunião extraordinária do Conselho de Ministros da CPLP com vista a discutir o processo de estabilização política e institucional da Guiné-Bissau, nos termos da coordenação diplomática à assistência financeira do Programa de Urgência do Governo da Guiné-Bissau.

Já em São Tomé, apesar da sua diversidade linguística²⁸ tendo em conta a pequena dimensão do país, a língua portuguesa é hegemónica. Alguns autores apontam, aliás, para a dificuldade de certos dialetos sobreviverem à ampla utilização do Português no país:

Apesar de constituírem um património linguístico-cultural único, resultante do contacto entre as línguas e culturas do continente africano, por um lado, e a língua e cultura portuguesas, por outro, há claros indícios de que, face à hegemonia do Português, o seu futuro deve ser encarado com grande preocupação. Apenas uma verdadeira política linguística e vontade popular poderão contribuir para a manutenção destas línguas. (Hagemeijer & Ogie, 2011, p. 24)

Ao contrário, em Timor-Leste o Tétum é a língua do dia a dia da esmagadora maioria da população. O Português tem sido, no entanto, vital para a reconstrução do primeiro país a tornar-se independente no século XXI, apoiando-o nesse nascimento para o mundo. A língua nacional, o Português, pode existir e coexistir com o Tétum em todos os domínios da vida, sendo do governo

28 A língua portuguesa partilha o espaço linguístico são-tomense com o Santome (a língua de S. Tomé), o Angolar (a língua dos Angolares), o Lung'ie (a língua da ilha do Príncipe), o crioulo de Cabo Verde, o português dos Tongas e ainda com alguns resquícios de línguas do grupo Bantu (Hagemeijer & Ogie, 2011).

a responsabilidade do desenvolvimento do Tétum como uma língua moderna, aprovando para isso um sistema ortográfico apropriado (Hull, 2001).

Apesar de não se enquadrar no rol de países com o Português como língua oficial, a Galiza tem reivindicado o seu direito histórico e linguístico de pertença à Lusofonia, baseando-se na afirmação do Galego como língua que deu origem ao Português. A relação entre as raízes do Galego com a língua portuguesa tem sido uma das formas de expressão do nacionalismo da Galiza, sobretudo por parte das correntes que se distanciam da pertença à nação espanhola (Medeiros, 2003).

Por fim, importa mencionar Macau, ex-colónia portuguesa integrada na China desde 1999, cuja diáspora portuguesa é de relevância. Macau é um território cada vez menos enraizado nas fronteiras geopolíticas da Lusofonia, usa ainda a língua portuguesa de modo a não esquecer o seu passado e a sua história. A língua portuguesa já não é uma das línguas obrigatórias das escolas públicas da região administrativa especial chinesa de Macau, tendo passado a ser opcional e “língua segunda”²⁹, ou seja, foi remetida para o estatuto de língua estrangeira. Ainda assim, permanecerá como língua oficial até 2049. Alguns autores (Espadinha & Silva, 2008; Moutinho, 2010) são da opinião de que o Português poderá vir a recuperar o seu estatuto de língua de interesse em Macau, também pelo facto de a China ter claros interesses económicos em países emergentes de língua oficial portuguesa, como Angola, Brasil e Moçambique.

No seio de um espectro cultural tão diversificado como o do espaço lusófono, em que a Europa desbravou a costa de África, de onde levou escravos para a América do Sul, a caminho da Ásia, objetivo último da navegação; a história da Lusofonia é uma história de trocas, de mesclas, de miscigenação. A literatura lusófona representa, como nenhuma outra forma de expressão artística, o repositório de uma memória cultural coletiva que pode ser vista como consagrada nos elementos discursivos do hipertexto³⁰ (Martin-Barbero, 2014).

Além de representar a pluralidade de perspetivas e criações dos vários países de língua portuguesa, a Lusofonia assume-se também como um contexto político e económico. Tal como a Francofonia e a Anglofonia, o termo Lusofonia remete para uma união cultural dos territórios

29 De acordo com os decretos 39/94/M, DL 46/97/M e DL 54/96/M, disponíveis em http://www.gdp.gov.mo/consult/content_pt.pdf.

30 Intertextualidade, a teoria base onde encontramos o conceito de hipertexto, fundamenta-se no pensamento de que “todo o texto se constrói como um mosaico de citações, todo o texto é a absorção e transformação de um outro texto” (Kristeva, 1969, p. 85).

colonizados, permitida por uma língua comum através da instauração de uma instância de poder “suave”, em oposição a outras estruturas de poder “duro”, como instituições governamentais, económicas ou militares (Ledo-Andión, 2011). A própria língua portuguesa tem sido assim utilizada no período pós-independente como forma de valorização do legado comum das nações de expressão portuguesa e como área de exorcismo de um certo desconforto com o passado por parte das ex-colónias: “áreas de catarse ou expiação” (Morbey, 2008).

O carácter multicêntrico e heterogéneo da Lusofonia (Ledo-Andión, 2011) torna necessária a compreensão do centro geodésico do espaço lusófono. Se no período pós-colonialista, e até à fundação da CPLP em 1994, Portugal se assumia como o principal líder de um conjunto de países que havia unido através da história e do seu poder militar, hoje em dia a liderança política parece estar do lado das economias emergentes e seus centros de influência, com especial destaque para Brasília e Luanda.

A assunção de Portugal enquanto marco geodésico do espaço lusófono, devido ao facto de se constituir como o terreno berço da língua portuguesa, gerou uma série de equívocos em relação à Lusofonia e ao conceito de portugalidade. Apesar da sua aparente filosofia construtivista de união numa era de globalização, o espaço lusófono não é um lugar isento de alguns equívocos: o equívoco da centralidade portuguesa; o da reconfiguração de narrativas desse antigo império numa base neocolonialista; o do lusotropicalismo, assente no conceito de colonialismo “suave”; e a narrativa de uma história do ressentimento de forma a retomar a memória colonial (Martins, 2014). Por conseguinte, para esclarecer todos estes equívocos e retirar a Lusofonia dos lugares exclusivos da diplomacia, da política e das transações económicas, “necessitamos de uma política da lusofonia, porque não somos ainda lusófonos” (Couto, 2009, p. 96). Os equívocos, paradoxos e contrastes subjacentes à existência de uma cultura lusófona são uma das exíguas formas de descrição daquilo que designamos por Lusofonia.

É num organismo vivo e dinâmico, como são a língua e a cultura, que repousa a construção da Lusofonia enquanto conjunto de países que, unidos pelo idioma, há muito foram separados pela história. Segundo Peirce (1931) se nós ocidentais utilizarmos na construção do pensamento abstrato apenas a lógica que está embutida na nossa língua materna, pátria, nativa ou qualquer outro adjetivo que lhe queiramos dar, estaremos fadados a pensar dicotomicamente, pois as

línguas indo-europeias são todas elas dicotômicas, ordenando-se inapelavelmente dentro da dualidade do sujeito e predicado. Séculos antes do argumento de Peirce, uma língua europeia havia excedido as suas fronteiras naturais – e como acomodar todo um leque de tradições e costumes, mitos e lendas provenientes do berço africano numa língua com tamanho maniqueísmo na sua estrutura? A resposta a esta questão encontra-se na cultura, na criatividade proveniente da miscigenação de etnias e religiões que tem sido canalizada para a fabricação de produtos culturais de uma imensa riqueza:

Embora pertença ao chamado mundo ocidental, estando suas línguas nativas, Português e Espanhol, filiadas à herança indo-europeia, as culturas do continente latino-americano apresentam certas peculiaridades, certos condimentos e talvez até bizarras que não as deixam se ajustar, sem dilaceramentos, aos esquemas dicotômicos. Afinal, a periferia também tem seus trunfos e o caldeirão de etnias e origens linguísticas, as superabundâncias alógenas, os fantasmas da alteridade devem ter chegado aqui a um ponto de fervura muito superior àquele que seria permitido pelos receituários da ordem, das hierarquias precisas, dos gestos homogeneizadores, das linearidades imprescindíveis ao progresso. (Santaella, 2011, pp. 46-47)

De acordo com este argumento de Santaella, a língua portuguesa parece não ser uma língua preparada para representar as culturas dos países colonizados. Talvez tenha sido este contraste o catalisador da imensa riqueza das expressões culturais do Brasil e dos PALOP, com especial enfoque na música, dança e literatura. A música, a literatura e a pintura são, por conseguinte, linguagens que tornam possível a observação da Lusofonia enquanto síntese intercultural de um espaço linguístico que se imiscuiu em territórios aos quais, por natureza física, não pertencia. Assim, uma das unidades de análise que suportam o trabalho empírico desta investigação é a música, representada nas canções produzidas por artistas oriundos dos países lusófonos. Na perspetiva da observação mediática, esta unidade de análise é, necessariamente, examinada através da rádio. Afinal, a rádio é o meio de comunicação social que tem privilegiado continuamente esta forma de expressão artística como nenhum outro, dedicando-lhe várias horas da sua programação de forma transversal à natureza temática das diferentes estações.

Portugal e o Brasil, países que compõem o nosso recorte, parecem ser os lugares de maior distribuição dos seus produtos culturais pelo mundo lusófono – e também onde a rádio, cuja

representação junto da esfera pública é distinta num e noutra, apresenta unidades de análise com peso na grelha de programação. Se a Lusofonia se caracteriza pela desigualdade, não-cooperação e dificuldade de acesso (Couto, 2009), urge refletir sobre a possibilidade de o espaço lusófono “ser outra coisa que um lugar de não conhecimento e de não reconhecimento das comunidades deste espaço geocultural transnacional e transcontinental” (Martins, 2015). A Lusofonia parece posicionar-se, em alguns contextos lusófonos, como um lugar de exclusão – contrariando posições anteriores (Ledo-Andión, 2005; Hall, 1980) que se referem ao espaço lusófono como um território onde interesses, objetivos e projetos mútuos se reúnem em torno de uma língua comum.

Na atualidade, a Lusofonia deve ser definida segundo um conceito que rompe a esfera linguística, seguindo os princípios da globalização e da interdisciplinariedade com o fim de formar uma identidade comunitária com objetivos de integração e desenvolvimento nos âmbitos da política, economia e comunicação. (Ledo-Andión, 2005, p. 20)

Na perspetiva da Sociolinguística³¹, a Lusofonia – enquanto sistema baseado na ideia de “comunidade de fala”³² (Romaine, 1994) – seria considerada uma comunidade linguística ontologicamente frágil, já que os elementos simbólicos partilhados pelos falantes do Português são sobretudo linguísticos e menos frequentemente sociais, contribuindo este fator para a sua constituição enquanto lugar de exclusão. Tendo em consideração que o objeto de estudo deste trabalho – a rádio – e as suas unidades de análise principais – a cultura lusófona, sob a forma da expressão artística de cariz musical, e a receção das suas formas simbólicas pelas comunidades da diáspora – são de enquadramento sociocultural, aproximamo-nos desta ideia de Lusofonia enquanto espaço de contraste, desigualdade, distância e exclusão de que nos fala Martins (2006): “uma comunidade pouco coesa e muito desigual, afectada por desequilíbrios demográficos, culturais e económicos flagrantes” (p. 79). Pretendemos, por isso, e com este trabalho, avaliar de que forma a representação mediática da cultura popular lusófona poderá capacitar a Lusofonia,

31 Sociolinguística é o ramo da linguística que estuda a relação entre a língua e a sociedade, refletindo sobre os efeitos da sociedade nas línguas e observando o seu objeto de estudo como “o instrumento que as pessoas usam para se comunicar com os outros na vida cotidiana” (Labov, 2007, p. 2).

32 Comunidade de fala é, de acordo com a abordagem sociolinguística, um grupo de pessoas que podem não compartilhar a mesma língua e nem sequer um conjunto de normas no uso dessa língua, sendo assim considerados muito mais prementes para a constituição dessas comunidades os fatores sociais (Romaine, 1994).

incrementando o diálogo, potenciando o debate e reduzindo o desconhecimento de si entre os países de expressão portuguesa.

Por razões de esclarecimento metodológico de conceitos, na presente tese adotamos o conceito de Lusofonia de Bastos e Brito: “um sistema de comunicação linguístico-cultural no âmbito da língua portuguesa e nas suas variantes linguísticas, diatópicas, diastráticas e diafásicas, que compreende os países que adotam o Português como língua materna, e mais as numerosas comunidades espalhadas pelo mundo” (2007, p. 115).

A Lusofonia é todo um imenso território de 350 milhões de falantes. São também os países da CPLP. São ainda os territórios apropriados por outros países (recolonizados, como é o caso de Macau), é a diáspora, são as comunidades de emigrantes espalhados pelo mundo – relacionados entre si, ou isolados pelo distanciamento –, são o brasileiro que recorda o avô português, são o português que recorda a infância no Ultramar, são a cor da pele mestiça, a mesma cor do café brasileiro que é fruto da mescla entre escravos africanos e portugueses brancos.

“A língua portuguesa é o nosso petróleo”³³ (Ferreira citado em Lopes, 2014, 30 de janeiro) e, concomitantemente, o valor económico da língua portuguesa tem sido amplamente discutido nos últimos anos. A língua portuguesa é o idioma da comunicação de vários países e nações, de inúmeras comunidades e grupos de cidadãos espalhados pelo mundo, que a utilizam como língua materna, como segunda língua ou como língua estrangeira. São efetivamente estas características que “podem conferir supremacia e poder a uma língua, em relação a outras línguas menos faladas universalmente. Segundo a maior ou menor utilização desse poder, fruto dessas políticas e estratégias, dependerá o seu valor, nomeadamente o seu valor económico” (Boal, 2011). E neste cenário de potência económica em ascensão, muitos creem que a Língua Portuguesa tem sido “um património subavaliado” (Cabral, 2011) porque, de acordo com um estudo realizado pelo ISCTE para o Instituto Camões, atividades económicas ligados direta ou indiretamente ao Português representam para Portugal 17% do PIB (Esperança, 2011), pois as diferenças linguísticas são barreiras à concretização de negócios.

33 Declarações do secretário de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Cooperação do governo de Pedro Passos Coelho, na altura do anúncio de reestruturações programáticas na RTP Internacional, em janeiro de 2014 (ver <http://www.publico.pt/portugal/noticia/rtp-internacional-renova-grelha-com-producao-propria-1621784>, de 30/01/2014).

Esta união plural de culturas, enraizadas numa mesma língua, alimenta o sonho mítico de um inconsciente coletivo lusófono (Martins, Sousa & Cabecinhas, 2007) através da circundação de territórios geográficos delineados cuja pretensão é chegar ao consciente de uma cultura que se expande para além do espaço lusófono e que se encontra presente num outro espaço – ainda mais lato do que o seu próprio –, que é o mediático. Imiscuir-se no espaço mediático resulta também como um veículo de transposição das próprias fronteiras da Lusofonia, e assim atravessar os oceanos que separam os vários países de expressão portuguesa. Pensar a Lusofonia é, também, escutá-la, ouvir os seus distintos sotaques, distinguir os sons provenientes das diferentes paisagens naturais que nela florescem. “Os sons da Lusofonia” serão, portanto, esse espaço de diversidade polifónica cultural referida anteriormente por Xavier (2008), a ser desenvolvida nos capítulos seguintes.

O espaço lusófono no espaço mediático

Abraçando a já aqui mencionada teoria da comunidade imaginada de Anderson (2005), julgamos crer que o espaço lusófono corresponde a um lugar imaginado. Logo, para encontrar a pertença dos falantes de língua portuguesa ao lugar da Lusofonia, teremos de recolocar a nossa existência na nossa capacidade de abstração, de sermos o “Eu” no “Outro”. A Lusofonia, enquanto comunidade imaginada, parece estar reservada ao domínio da imaginação, da “anti-máquina”:

A mente tem dois aspetos: num é como uma máquina; é feita de determinadas partes especializadas, com determinadas funções e opera de acordo com regras. Num outro aspeto, a mente é uma anti-máquina; combina tudo com tudo o resto, tem a faculdade da “infinidade recursiva”. E avança ao transgredir os seus próprios métodos e pressuposições. Possui aquilo que o poeta designou por “capacidade negativa”. Este lado da mente designamos por imaginação. A relação entre a mente como máquina e a mente enquanto anti-máquina não é determinada pela constituição física do cérebro, mas sim modelada pela sociedade e cultura, as quais poderão dar mais ou menos espaço à imaginação. Quanto mais a mente como anti-máquina prevalece sobre a mente enquanto máquina, mais a imaginação marca a nossa experiência e mais livres nos tornamos. (Mangabeira, 2014)

Observado o carácter multicultural, diverso e, por conseguinte, polifónico da Lusofonia, importa agora aprofundar o papel que os média desempenham na constituição do espaço

lusófono. De que forma poderá o espaço mediático lusófono contribuir para construir a própria cultura lusófona? Ora, do ponto de vista mediático, o espaço lusófono parece jogar-se atualmente muito mais de acordo com as regras do sistema capitalista e da globalização, quando comparado com a sua expressão cultural, que parece ainda manter características de genuinidade e territorialidade em determinados produtos culturais que caracterizam os vários povos que a habitam.

Sendo a Lusofonia um espaço de carácter multicultural, de elevada produção artística e de cenários identitários múltiplos, já as representações mediáticas ao nível da comunicação parecem ser, numa observação exploratória, bastante mais padronizadas, com estruturas de programação e informação assaz semelhantes entre si. A produção cultural é mais distinta entre si do que a produção mediática, quando consideramos os vários países de expressão de língua portuguesa – mesmo quando a disponibilidade tecnológica é desigual. O vira, o samba, a morna, o quizomba; as expressões corporais da música e das danças tradicionais de cada um dos países lusófonos, que constituem a raiz da sua essência, são produtos culturais de uma imensa diversidade, ao contrário da maioria dos produtos mediáticos, como a telenovela, o telejornal ou a rubrica humorística de rádio, semelhantes no formato e universalizados por um pensamento estandardizado.

Um cenário mediático descolonizado é, intrinsecamente, um lugar de miscigenação e, no caso particular da Lusofonia, o Brasil será o expoente máximo dessa mescla híbrida de origens: “um conjunto infinito e variado de categorias intermediárias em que o *mulato* representa uma cristalização perfeita” (Da Matta, 1984, p. 41). Assim, tomar os meios de comunicação social como objeto de estudo da disseminação da cultura lusófona pode ser passível de síntese, construindo uma representação do panorama mediático lusófono, ao invés de tentar sintetizar as suas diferentes linhagens culturais, frequentemente oriundas de raízes dissociáveis entre si.

Partindo do conceito de *mediascape*, ou seja, da capacidade de produzir informação e imagens e as disseminar através de dispositivos eletrónicos e comunicativos complexos (Appadurai, 1996), poderá a Lusofonia ser representada numa só *mediapaisagem*? A existência de uma cultura global que, contudo, adquire características locais em função de fatores histórico-culturais e socioeconómicos (Appadurai, 2004) parece representar as bases de edificação da

cultura lusófona, com a diferença de que a globalização de uma cultura ramificada de expressão portuguesa foi restringida, até 1974, à centralidade da cultura portuguesa. Se, por um lado, assistimos à imposição de padrões globais de comunicação e à difusão de um “pensamento único”, ancorado na cultura dos média, por outro lado, surgem cada vez mais formas locais de apropriação dessa mesma cultura, difundida de forma globalizada (Thompson, 1995).

O panorama mediático lusófono, graças à sua diversidade e inter-relacionamento racial e étnico, apresenta uma série de conteúdos pautados pela criatividade. Esta parece ser uma condição da produção intelectual catalisada pela miscigenação que caracteriza os povos do espaço lusófono, com especial incidência no Brasil e nos países africanos, em que a mistura foi, e ainda é, mais intensa e duradoura. Para além de se encontrar representada nos média e seus conteúdos, “(...) a comunicação e a informação mediatizada promovem a criatividade, tanto no plano individual como coletivo” (Ferin, 2007 100), ocupando, portanto, os média um lugar de catalisador do carácter criativo da produção e, simultaneamente, de elemento catalisado.

A riqueza cultural do espaço lusófono, numa manifesta heterogeneidade de tradições, expressões linguísticas, formas de relacionamento interpessoal e outras construções sociais, encontra-se também ela exposta em sociedades desiguais, com acessos desequilibrados a informação, tecnologias e sistemas de comunicação por parte das suas populações. Segundo o Observatório da Língua Portuguesa (2016), apenas Portugal e Brasil mantêm níveis de acesso à internet acima dos 50% da população (65% e 58%, respetivamente, seguindo-se-lhes Cabo Verde (40%), São Tomé e Príncipe (24%), Angola (21%) e, de forma mais residual, Moçambique (6%), Guiné-Bissau (3%) e Timor-Leste (1%).

Com a revolução digital do final do século XX e início deste século, a questão da comunicação, além de uma problemática de acesso, transformou-se também numa dependência económica. Com o crescimento económico exponencial do Brasil e dos PALOP (em especial de Angola e Moçambique), o volume de negócios entre os países de expressão de língua portuguesa aumentou, beneficiando também da facilitação da concretização comercial através da língua comum. Nos últimos anos, as empresas mediáticas portuguesas têm sido capitalizadas, maioritariamente, por fundos angolanos, brasileiros e chineses, resultado de uma crise financeira em que o país tem vindo a observar uma injeção de capitais estrangeiros nas empresas dos mais

diversos setores. Parte maioritária do grupo *Global Media* (51%), detentora da quinta estação de rádio mais ouvida em Portugal (TSF)³⁴ e dos segundo e terceiro jornais com maior circulação (*Jornal de Notícias* e *Diário de Notícias*)³⁵, foi adquirida por capital angolano ligado às indústrias automóvel e petrolífera, mas encontra-se em adiantadas negociações com empresários chineses para uma eventual participação de capital chinês que se deverá concretizar no segundo semestre de 2017.

A noção de oportunidade está bem visível nas áreas de negócios e na “necessidade de escala” que as empresas portuguesas e brasileiras almejam atingir, mas também na preferência dada, em condições semelhantes, pelos países africanos de língua oficial portuguesa a empresas portuguesas e brasileiras. É nesta perspectiva que a lusofonia é também um projecto de negócios dentro de uma economia cada vez mais globalizada. As competências linguísticas, o conhecimento mútuo, as redes sociais que inter cruzam estes países e as diásporas dos seus povos facilitam, em muitos aspectos, a efectivação destas relações, criando um espaço regional no interior das redes globais. (Ferin, 2007, p. 99)

Nos anos 70, com a descolonização dos PALOP, a receção migratória de cariz lusófono foi demarcadamente africana; nos anos 90 e 2000 maioritariamente brasileira. Por se tratar de um fluxo mais tardio, poder-se-ia pensar que o conhecimento sobre a Lusofonia africana é mais profundo do que a experiência brasileira, contudo, esta possibilidade não parece corresponder à realidade, porque o interesse mediático de Portugal pelas telenovelas e pela música brasileiras é bastante mais evidente desde o final dos anos 70, com a entrada reconfiguradora da novela *Gabriela* na televisão e da bossa nova na rádio portuguesas.

Se a industrialização catalizou a expansão do sistema capitalista, a disseminação global dos média transformou-os em indústrias culturais. Fruto das crescentes trocas comerciais com os países lusófonos em desenvolvimento, em Portugal o foco do interesse mediático pelos produtos culturais dos países do espaço lusófono parece encontrar-se atualmente voltado para o Brasil e Angola (e crescentemente para Cabo Verde), dado o crescente volume de negócios estimulados com estes países. O acesso a produtos culturais parece tornar-se mais significativo de acordo com o crescente interesse comercial e económico do país produtor.

34 Segundo dados do Bareme Rádio correspondentes à primeira vaga de 2017, disponível em <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~21f4.aspx>.

35 Segundo dados da APCT para o terceiro bimestre de 2014, disponível em http://www.apct.pt/Analise_simples.php.

A economia parece, portanto, estar atualmente a marcar o grau de noticiabilidade dos países de expressão de língua portuguesa. Além de Brasil e Angola, Moçambique e Cabo Verde manifestam uma exposição moderada dos seus produtos culturais nos média portugueses. Nota-se um interesse crescente em relação a produtos culturais provenientes destes países, com enfoque na literatura e gastronomia. Em relação à Guiné-Bissau, o domínio político é praticamente exclusivo na pauta que marca presença nos média portugueses, dada a situação de instabilidade que aquele país tem vivido nos últimos anos, desde o pós-guerra. Já Timor-Leste experienciou até 2009, ano da instauração da independência, e sobretudo desde o episódio do massacre de Santa Cruz, em 1991, uma forte atenção mediática por força da sua instabilidade política. No período final da ocupação indonésia existiu nos média um reavivar de produtos culturais relacionados com Timor-Leste, como por exemplo as canções “Ai Timor” dos Trovante, “Maubere” de Rui Veloso e “Direitos Humanos” por José Cid, que reivindicavam a independência do país. No entanto, desde então parece ter-se resumido a eventos de natureza política (como as eleições presidenciais de 2013 e 2017) ou institucional (abertura da Universidade Camões em 2014).

Quanto a São-Tomé e Príncipe, parece existir uma reduzida curiosidade pelo país, estando a sua representação nos média fundamentalmente restrita a notícias sobre os índices de pobreza do país e ao seu potencial enquanto destino turístico. Já Macau é associado ao conjunto do espectro cultural do Oriente, algo que se tem vindo a agudizar com as políticas de separatismo do Ocidente desde a sua anexação pela China. Produtos culturais macaenses parecem estar restritos à dinâmica de organismos próprios, como a Fundação Oriente, o Museu do Oriente e a Casa de Macau que parecem ser, hoje em dia, as únicas instituições de relacionamento com a região autónoma chinesa. Concluimos, portanto, que os média são um reflexo do esquecimento de determinados países no âmbito do espaço lusófono. O reflexo deste foco, e do esquecimento de países com economias de menor dimensão, encontra-se plasmado nos média portugueses.

Qual a diferença então entre “cultura dos países lusófonos” e “cultura lusófona”? Numa aceção hedonista, o primeiro conceito seria apenas a simples soma das partes, enquanto que o segundo conceito somaria a esse elemento a inter-relação entre as distintas culturas em forma de síntese unitária. Acreditamos que os média poderão contribuir para uma síntese da cultura lusófona. A abertura dos média públicos portugueses ao espaço lusófono acontece através da

oferta de produtos mediáticos como a RTP e RDP África e Internacional e também da integração de conteúdos culturais de relação à diáspora, como por exemplo o programa *Portugueses pelo Mundo* produzido pela RTP (Oliveira, 2014). De destaque ainda o crescente interesse pelo produto telenovela de produção angolana, que foi aliás adquirido e transmitido pela RTP em 2013³⁶.

(...) a partir dos finais dos anos oitenta, início da década de noventa, os programas políticos e os discursos oficiais portugueses começam a ter em conta a efectivação de uma política onde os Media puxariam a Cultura. Esta visão estratégica da Cultura associada aos Media, renova a ideia de cultura, até então muito associada às elites, e introduz uma visão de identidade lusófona fundada na perspectiva da cultura de massas, veiculada pelos meios de comunicação públicos portugueses como a RTP África e a RDP África. São as reformas estruturais do campo dos Media levadas a cabo pelos XI e XII governos constitucionais, liderados por Cavaco Silva, nos anos oitenta, que irão permitir a consubstanciação desta política. Os programas destes governos passaram a incorporar referências ao papel dos meios de comunicação - nomeadamente à televisão, RTP Internacional, e à rádio - no espaço de língua e cultura portuguesas. (Ferin, 2007, p. 105)

Quanto aos meios privados, o seu relacionamento com a Lusofonia materializa-se sobretudo em produtos de entretenimento, como a transmissão de telenovelas brasileiras e a inclusão de alguns elementos da música brasileira e africana nas estações de rádio quando algum artista se populariza e torna comercial (como foi o caso do brasileiro Caetano Veloso, e de outros artistas de Bossa-Nova, nos anos 70, 80 e 90 e, mais recentemente, do angolano Anselmo Ralph). No panorama mediático português, parecem ser os meios públicos os agentes de maior preocupação com ecletismo, heterogeneidade dos produtos culturais e transversalidade aos géneros culturais oriundos da Lusofonia. Prova disso mesmo é a criação, por parte da RTP, de um programa de rádio, e um *blog* que lhe está associado, de seu nome *Vozes da Lusofonia*, no ar na Antena 1 aos domingos de manhã, com repetição ao longo da semana, e na internet em <http://ww1.rtp.pt/icmblogs/rtp>, programa que é alvo de uma análise aprofundada mais adiante, na componente empírica da investigação que deu origem a esta reflexão.

36 A telenovela *Windeck: o preço da ambição* foi transmitida em 2013 em Portugal, tendo tido “uma audiência significativa”, de acordo com a direcção de programas da RTP (<http://www.dw.de/telenovela-luso-angolana-faz-sucesso-em-portugal/a-17654825>).

É na generalidade da aceção ontológica de serviço público que encontramos um olhar sobre a cultura enquanto garantia democrática que deve estar disponível na esfera pública, numa abordagem abrangente e vigorosa do poder de educação que a cultura tem (Hendy, 2013). Assumindo, então, que ao serviço público compete assegurar os valores da universalidade e da diversidade culturais, atribuindo-lhe esse dever de abordar a cultura, a história e a própria língua numa perspetiva de mediação do conhecimento entre nichos culturais e o público em geral, como poderá a rádio assumir este papel de transmissão de cultura popular no espaço da Lusofonia?

Reportando-nos ao caso português, note-se que este modelo de distribuição [digital] abre um novo espaço para a difusão e distribuição da produção de base nacional. O mercado de ouvintes alarga-se pela imensidão do espaço da lusofonia. A *long tail* permite alimentar esperanças de alguma rentabilização da produção portuguesa de conteúdos quando equacionada numa economia de escala de dimensão global. Encontra-se por explorar devidamente, por exemplo, o mercado dos países africanos de língua oficial portuguesa (palop) ou ainda parceiros com rádios brasileiras. (Cardoso, 2013, p. 316)

Pensar o espaço lusófono no espaço mediático através da lente dos meios públicos parece ser, além de relevante, necessário. Só um serviço público de comunicação atento a este diálogo necessário entre os povos e as culturas poderá ser representativo da pluralidade do mundo em que se insere e ser capaz de contribuir para a construção de um maior entendimento entre os países da circunscrição lusófona. O serviço público de comunicação poderá ser a entidade que sintetiza a expressão mediática da cultura lusófona. Do mercado privado de comunicação não se poderá esperar esse legado, já que, salvo algumas exceções, os produtos culturais do espaço lusófono não são tão vendáveis como as expressões da cultura popular norte-americana.

Partindo da ideia já defendida no articulado desta tese de que a Lusofonia, para se constituir enquanto espaço de dinâmicas sólidas e construtivas para os seus países-membro, terá de ser pensada a partir das suas interseções culturais, parece que a abertura dos média à disseminação da cultura lusófona poderá potenciar as trocas diplomáticas entre os países de expressão portuguesa e, assim, contribuir para a sedimentação da democracia na globalidade dos países lusófonos. Segundo o Índice de Perceção de Corrupção (IPC), realizado pelo movimento

Transparency International (2013)³⁷, Portugal é o país da CPLP que revela melhores índices de transparência, tendo-lhe sido atribuído o 33º lugar no mundo. Cabo Verde figura em 41º lugar, Brasil e São-Tomé e Príncipe partilham o 72º, Moçambique está na posição 119, Angola aparece em 153º e, por fim, Guiné-Bissau e Guiné Equatorial *ex aequo* em 163º lugar, num total de 177 países analisados. Pelos resultados do IPC conclui-se que a maioria dos países lusófonos ainda terá um longo caminho a percorrer na sua busca pela democracia, e consequentemente, pela liberdade de expressão e pelo direito à comunicação.

A rádio como canal de retransmissão da cultura popular lusófona

Se, no passado, o espaço lusófono se constituiu graças a conquistas bélicas de território, hoje em dia essa conquista é realizada através de interações culturais que se tornam mais ou menos intensas de acordo com as relações económicas e políticas firmadas entre os países. Estas ligações entre o mundo lusófono parecem manter-se no nível do diplomático, da cultura na sua dimensão original de definição de elite, de distanciamento do popular. Poderá a cultura lusófona ser considerada cultura popular? Aliás, perante todos os “biombos” de separação multicultural que dividem os vários países da Lusofonia, poder-se-á assumir a existência de uma “cultura lusófona”?

Estando as fronteiras do objeto de estudo da presente tese delimitadas e as unidades de análise identificadas, importa aprofundar o ramo dos Estudos Culturais que contribuiu para uma matriz de análise da cultura lusófona. Uma das perspetivas que segmenta o campo teórico que aqui se começa a construir, e que foi mencionada no final da secção anterior, relaciona-se com o pensamento de Paulo Freire (1987), que inspirou uma linha pedagógica de ação social e cultural como forma de libertação das estruturas opressoras. Olhar a cultura como agente ativo na busca por uma identidade comum é assumir a capacidade da cultura de ser agente de desenvolvimento e mudança social:

A cultura como capital simbólico é também uma ferramenta de gestão das mudanças sociais, uma componente transversal das sociedades inovadoras que aporta identidade, coesão e

37 Resultados globais disponíveis em <http://www.transparency.org/cpi2013/results>.

visibilidade das comunidades reconhecidas. Os novos modelos progressistas deveriam conjugar inovação, sustentabilidade, igualdade, participação e conhecimento, para definir tanto cidades, regiões ou países para que sejam inteligentes, democráticas, igualadoras e conectadas. (Albornoz, 2011, p. 42)

No âmbito da análise da cultura lusófona e suas representações mediáticas, por se tratar de uma esfera de interseção entre os conceitos de globalização, multiculturalidade e esfera pública, a economia política da comunicação e da cultura parece oferecer um bom contributo. A economia política da comunicação entende que os média não se constituem apenas como veículos de propagação de informação, mas também como indústrias que fabricam produtos culturais. Assim, ao assumir que os média são produtores de cultura popular, caminhamos para uma abordagem que procura compreender o modo como as indústrias culturais produzem valor e dele se apropriam. O estudo das relações sociais, nomeadamente das relações de poder que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos (Mosco, 1999) observa, por um lado, fenómenos culturais a partir do ângulo pós-moderno da mundialização da cultura e das indústrias culturais, e por outro lado, permite a inclusão do conceito de poder:

Bem, cultura é o modo como o homem se articula com o seu real, isto é, sua singularidade, sua unicidade. É a produção do sentido que faz com que um grupo seja ele próprio e não outro, implicando sempre criação e reprodução de símbolos. Um poema de Drummond, um quadro de Portinari, uma narrativa de Guimarães Rosa, um ritual popular, uma moda, são diferentes apropriações simbólicas do real. São fatos geradores de sentido, acontecimentos culturais. Nada disso é estranho à instância do poder – e de modo mais acentuado na moderna sociedade ocidental. A cultura está inscrita nos fatos sócio-económicos e serve também à reprodução das relações sociais, impondo (ideologicamente) as normas de adaptação dos indivíduos à economia dominante, legitimando estruturas hegemónicas. (Sodré, 1991, p. 39)

Este retrato é próprio dos fluxos culturais vigentes na Lusofonia, onde as relações entre estados nacionais são, elas próprias, atravessadas por elementos das culturas locais, nacionais e, também, da cultura mundial (Haussen, 2005); nações autónomas que se inter-relacionam sem o distanciamento provocado por uma ideia premente de “estrangeiridade” – graças ao facto de se comunicarem através de um mesmo idioma. A cultura lusófona assenta, pois, nesta característica

essencial: a partilha de uma mesma língua em *frames* culturais³⁸ distintos, materializando-se numa lógica de rede, ou seja, de transposição de fronteiras através das mais variadas plataformas de comunicação, cujos conteúdos são acessíveis a todos os que dominam a língua formal do seu país.

Esta lógica de sociedade em rede (Castells & Cardoso, 2005), própria da pós-modernidade e da sua elevada dependência da celeridade das tecnologias de informação e comunicação (TIC), esconde uma dupla aceção de acesso. De um lado, as redes estabelecidas pela internet que garantem o acesso digital à cultura produzida em cada um dos países lusófonos (e aos respetivos média, ou pelo menos, aos que apostaram na sua intervenção digital); do outro lado, as várias camadas sociais sem acesso às TIC, que constituem, aliás, a grande maioria da população dos PALOP e uma ampla franja social no Brasil. Estas disparidades no acesso, que também se repercutem em desequilíbrios na capacidade de produção, levam a que o espaço lusófono seja um lugar de paradoxos, pelas suas diversidades e desigualdades.

Estes paradoxos encontram-se não só demarcados no campo das TIC mas também no panorama cultural. O paradoxo da cultura do Brasil moderno, que tanto é representado pelo negro da Baía como pelo germano-descendente do estado de Santa Catarina, pelo lema “Ordem e Progresso”³⁹ inscrito na bandeira, como pelo desrespeito pelas regras do “jeitinho brasileiro”⁴⁰ (Da Matta, 1984). A reafirmar este paradoxo está o conceito de multiculturalismo, na sua conceção pós-moderna de trocas no seio de diásporas firmadas num mundo globalizante. O multiculturalismo constitui-se como um aprofundamento das tensões entre cultura local e cultura de origem da comunidade que se deslocou. Segundo Muniz Sodré (1991), os cantos e as danças são, normalmente, enquadrados no plano do “demoníaco” pelos países do Norte, ao contrário dos países do Sul em que “o mítico é mais eficaz do que o político” (1991, p. 8).

Tal como o paradoxo que caracteriza as culturas dos países do Sul em análise, também o acesso à cultura, na lógica da globalização, exerce uma dupla função dicotómica: por um lado

38 “*Frame* cultural” constitui o conjunto de práticas ou representações culturais relacionadas com situações da vida quotidiana experienciadas pelos seus possíveis integrantes (Nunes, 2013).

39 A bandeira brasileira foi instituída em 1889. A frase “Ordem e Progresso” constitui a versão simplista do lema positivista “O amor por princípio e a ordem por base, o progresso por fim”, criado pelo filósofo francês e iluminista Auguste Comte.

40 “jeitinho brasileiro”, conceito amplamente conhecido na gíria brasileira, refere-se a uma forma quase legitimada de corrupção de baixo grau. Quando alguém consegue ajudar outra pessoa a desbloquear um problema pessoal (atraso, falta de dinheiro, uma questão legal, má vontade, entre outros), está “dando um jeitinho”. Em proporções mais elevadas, o jeitinho pode incorrer em situações de corrupção ativa.

reafirmar a posição das elites possuidoras de acesso às indústrias culturais e, por outro, facilitar este acesso às camadas menos prestigiadas da sociedade, através de espetáculos culturais gratuitos (Bauman, 2011). Cultura é “um conjunto de preferências sugerido, recomendado e imposto em função de sua correção, excelência ou beleza” (2011, p. 11). A cultura é também formatada pelos processos históricos e científicos, no sentido de a ciência ser capaz de responder a necessidades sociais através de novos modelos; a consciência cultural e a evolução histórica da expressão, do dinamismo e da historicidade do ser humano (Ortega y Gasset, 2001).

Cultura é, cronologicamente, um elemento paradoxal da vivência humana, já que começou por ser observada numa ótica conservadora como um privilégio da elite que, com o passar dos anos, foi estruturalmente democratizada para ser acessível a um conjunto mais alargado de públicos. Exemplo disso mesmo é o facto de a maioria dos produtos culturais serem de acesso exclusivo a portadores de uma entrada autorizada – sob a forma de bilhete, convite ou, até mesmo, participação na sua produção – mas existirem descontos e ofertas de bilhetes, de forma a reduzir o peso financeiro da sua aquisição para uma camada menos privilegiada da sociedade (Bauman, 2011).

“Cultura de massa” foi um termo utilizado por Umberto Eco (1964) para se referir à cultura de índole popular. O fenómeno da popularização no acesso da comunicação gera a massificação da cultura.

“Cultura de massa” torna-se, então, uma definição de ordem antropológica (do mesmo tipo de definições como “cultura alorense” e “cultura banto”, válida para indicar um preciso contexto histórico (aquele em que vivemos), onde todos os fenómenos comunicativos – desde as propostas para o divertimento evasivo até aos apelos à interiorização – surgem dialeticamente conexos, cada um deles recebendo do contexto uma qualificação que não mais permite reduzi-los a fenómenos análogos surgidos em outros períodos históricos. (Eco, 2015, pp. 14-15)

Sendo a cultura, maioritariamente, difundida por indústrias culturais, grande parte do acesso a produtos culturais é mediado pela lógica capitalista, isto é, pelo pagamento de uma taxa por serviço prestado. A cultura é hoje um produto que, tal como os restantes elementos da sociedade de consumo, tem de ser vendável, e para tal, é-lhe exigido que seja um produto atrativo,

sedutor, anunciado e, conseqüentemente, popularizado (ambas as definições de “popular” enquanto desejado e “popular” enquanto produzido pelo povo são válidas). E esta democratização da cultura permite regressar à origem do conceito e à sua função primordial.

Produtos culturais como a música, a dança ou a literatura, para se transformarem em produtos culturais mediatizados, devem enquadrar-se (não necessariamente, mas quase sempre) nesta lógica do produto vendável do marketing cultural. Contudo, há que ter em consideração o outro lado, o lado bourdesiano da cultura enquanto elemento revolucionário, de alteração do *status quo* (Bourdieu, 1987). Esta é também a ideia base do nascimento do conceito de cultura no pós-Iluminismo: “[a cultura] busca eliminar as classes; generalizar por toda a parte o melhor que se pensa e se sabe, fazer com que todos os homens vivam numa atmosfera de luz e doçura” (Arnold, 1869, p. 49).

As TIC, na sua forte disseminação mundial, contribuíram também para a difusão de fenómenos de cultura popular como nunca antes. Esta disseminação mediática provocou o aumento da visibilidade dos vários fenómenos de cultura popular, tal como os portugueses e suas caravelas haviam feito na época dos Descobrimentos. A cultura popular, graças também a esta expansão universal das TIC, é altamente visível: temos mais mecanismos de visibilidade em nossa posse, em comparação com os nossos antepassados, e, por isso, hoje sabemos mais uns sobre os outros (Betts & Bly, 2004). Além disso, a visibilidade do *Outro*, potenciada pela propagação e consumo de energia elétrica que aciona o ecrã (o mais importante sistema mediador da comunicação digital), relaciona-se dialeticamente com as TIC, já que estes dispositivos estão cada vez mais preparados para a interatividade. A visibilidade do *Outro* ocorre numa lógica de “demografia das superfícies” (2004, p. 7), em que a eletricidade e a internet sem fios, que alimentam o ecrã, fazem com que a cultura seja cada vez menos tangível e mais partilhável. Mais, mais rápido e mais nítido parece ser o atual *leitmotiv* da relação entre média e cultura popular.

Esta transmissão massiva de elementos identitários de determinado povo ou comunidade transformou a cultura popular em cultura mediatizada. Já nos anos 80 nos tínhamos dado conta, com Baudrillard (1983), da profunda relação entre o ser humano e o ecrã, painel de controlo da interseção de uma rede de influências que nele penetram. Esta relação mediática, ou mediatizada (assumindo que os meios de comunicação de massas se encontram de tal forma

institucionalizados na vida moderna que são, eles próprios, geradores de acontecimentos e não apenas veiculadores), encontra-se próxima do que o autor designou por “*ecstasy* da comunicação” (1987), um estado de obscenidade dos fluxos de informação, já que põem a nu toda a criação do ser humano:

(...) hoje em dia, há toda uma pornografia da informação e comunicação, que é o mesmo que dizer de circuitos e redes, uma pornografia de todas as funções e objetos na sua leitura, fluidez, disponibilidade, regulação, significação forçada, polivalência, na sua expressão livre... Já não se trata da obscenidade tradicional do que está escondido, reprimido, proibido ou obscuro; pelo contrário, é a obscenidade do visível, do que é demasiado visível, do que é mais visível do que o visível. É a obscenidade do que já não tem segredo, do que se dissolve completamente na informação e na comunicação. (Baudrillard, 1983, pp. 131-132)

Baudrillard observa o espaço hertziano como um meio saturado, onde a pressão para se tornar relevante – escutado, com atenção, dedicação e uma mente disponível, e não apenas ouvido, ação para a qual basta um par de ouvidos – é cada vez mais elevada. “O êxtase negativo da rádio” (1987, p. 132): um estado de atordoamento cognitivo causado pelo excesso de informação, pelo fascínio inebriante causado pela rádio e pelos meios de comunicação de massas em geral.

Para o sociólogo Edgar Morin (2015), o modo de produção da cultura de massa obedece aos esquemas da produção industrial de massa e o desenvolvimento dos meios de comunicação social acompanha a introdução cada vez mais determinante dos critérios de rendimento e de rentabilidade da produção cultural. Nesse sentido, “a produção tende a suplantar a criação”. Esta abordagem é potenciada no contexto da teoria da “sociedade do espetáculo” de Guy Debord (1967). A sua teoria designa, entre outras premissas, que o espetáculo, ou seja, a representação da praxis social através de imagens e representações simbólicas, é a linguagem premente do mundo moderno, o qual se deixa representar pela sua própria ideia de representação e não pelo ideal de realidade.

O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade, e como instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo o olhar e toda a consciência. Pelo próprio facto

de este setor ser separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; e a unificação que realiza não é outra coisa senão uma linguagem oficial da separação generalizada. O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. (Débord, 2012, p. 16)

Baseado no conceito debordiano de sociedade do espetáculo, Mario Vargas Llosa refere-se a uma “civilização do espetáculo” (2012), dando conta dos fenômenos de sensacionalização da cultura que acontecem transversalmente às nações, muito por causa da americanização da sociedade. Atualmente, nesta época pós-moderna de imersão digital e efêmera, a esfera privada sobrepõe-se à esfera pública através de um modelo de sensacionalização da ação sobre a realidade, desconsiderando o real pelo plano do “fora de série”, aqui designado por civilização do espetáculo.

O vazio deixado pelo desaparecimento da crítica permitiu que, irracionalmente, tenha sido a publicidade a preenchê-lo, convertendo-se nos nossos dias não apenas em parte constituinte da vida cultural, mas sim no seu vetor determinante. A publicidade exerce uma influência decisiva nos gostos, na sensibilidade, na imaginação e nos costumes, ou seja, a função que antes tinham, neste campo, os sistemas filosóficos, as crenças religiosas, ideologias, doutrinas e os mentores que em França eram conhecidos como os mandarins de uma época, essa função é hoje cumprida pelos anônimos “criativos” das agências publicitárias. Era de certa forma obrigatório que assim acontecesse a partir do momento em que a obra literária e artística passou a ser considerada um produto comercial que jogava a sua sobrevivência ou extinção nada mais e nada menos do que nos vaivéns do mercado. (Llosa, 2012, p. 3)

Como esclareceu Feuerbach (2007), a modernidade prefere a imagem ao objeto, a cópia ao real, a representação à verdade, a aparência ao ser. Esta preponderância da publicidade na cultura pós-moderna transforma os média públicos, com menor ou nenhum volume publicitário, em agentes libertadores e libertados de constrangimentos comerciais, capazes de dar voz a agentes culturais com menos peso na lógica neoliberal de mercado cultural.

Nesta prevalência do espetáculo, a rádio parece viver à margem, já que a sua componente visual pertence ao campo do imaginário e não ao do ecrã. A rádio é também considerada o meio tradicional que melhor se adaptou ao novo paradigma da comunicação, por se tratar de um meio sonoro de uma imensa flexibilidade. A rádio, dadas as suas características essenciais – como a

ausência da imagem projetada, a intimidade do som através das dinâmicas da voz e até a forma como são medidas as audiências⁴¹ –, assume-se como um meio que ainda reitera alguma demora nos processos, em comparação com a instantaneidade dos dispositivos móveis.

No meio rádio, o que realmente tem sido acelerado pelas TIC é a interatividade entre emissores e recetores. A emissão *online* das rádios através dos seus sítios na internet chega com atraso, em comparação com a emissão hertziana, tornando a digitalização do FM redundante. A palavra radiofónica é o próprio acontecimento (Barthes, 1984) e, por conseguinte, poderíamos afirmar que a rádio é “profusora”⁴² de cultura popular de domínio público, assim como todas as pessoas são, simultaneamente, produtoras e consumidoras de cultura (Hall, 1980). Aliás, no pensamento pós-moderno sobre cultura popular, os média surgem não só como retransmissores e difusores de cultura popular, como também produtores de géneros temáticos de cultura popular.

Pela ação dos meios de comunicação de massa, de fatores de dominação, o espaço da cultura popular transluz contraditório. Um projeto de cultura ao nível popular não se pode constituir sem reconhecer esta lógica de oposição. As formas da cultura de “elite” desenharam um circuito fechado à análise dos problemas e as alternativas de comunicação popular rompem esta tentativa de separar os diferentes espaços da realidade social e de crer que o desenvolvimento integral surge de um só fator. O desenvolvimento cultural não é gerar e constituir como objetivo “despertar a consciência”, tomada como um conceito abstrato distanciado das estruturas sociais. A “consciência ingénuo”, ao converter-se em “consciência crítica”, não é um fator exógeno ao sistema social, nem é determinante para uma mudança radical. (Ortega y Gasset, 1958, p. 27)

No estado atual de dispersão mediática, entre os meios de comunicação social tradicionais, como a imprensa, a rádio e a televisão, e os novos meios digitais, tais como as aplicações para dispositivos móveis, *podcasts* ou o *live streaming*, a rádio, e sobretudo no seu formato original do FM e menos no seu clone digital de web rádio, tem sido capaz de perpetuar a emoção na relação entre o público e os média, pautada pela hiperatividade digital do *wi-fi*. Os meios digitais, cuja utilização remete o público para um papel de cibernauta, representam um simulacro tecnológico

41 Em Portugal, as audiências de rádio são medidas através do método de entrevista telefónica, realizando-se num sistema de vagas, de dois em dois meses. Os indicadores medidos através do Bareme Rádio (o nome do estudo em Portugal, realizado pela Marktest) são a Audiência Acumulada de Véspera (AAV), o Share e o Reach Semanal.

42 Junção dos conceitos de produtor e difusor, formando por composição a palavra “profusor”. Inspirado no termo anglo-saxónico “prosumer”, que reúne os conceitos de produtor (*produce*) e consumidor (*consume*) pelo mesmo processo morfológico de composição.

que parece alienar o carácter emotivo da comunicação. A técnica e sua simbiose com a *bios*, cada vez mais premente nas ferramentas utilizadas pelos agentes sociais, agiliza a atualização de informação, promove a instantaneidade da comunicação e rejeita mecanismos humanos de execução, criando uma ausência de humanidade nos produtos mediáticos, criando uma relação entre média e público caracterizada pelo abafamento das emoções.

Num mundo cada vez mais digitalizado, a rádio (na sua expressão original, isto é, no FM) parece ser o meio de comunicação social que mais se tem preocupado em manter a afetividade como uma das características distintivas face aos outros meios. Naturalmente que a rádio também se tem vindo a apoiar em recursos digitais que a têm feito evoluir, como o *podcast*, a emissão *online* e a presença nas redes sociais, mas a emissão em onda curta ainda é a mais penetrante forma de expressão da rádio ao nível global. Por conta deste grau de emoção associado à rádio na sua expressão mais primitiva – o FM – e que a privilegia no seio dos restantes média (César, 2005), parece haver nela uma fronteira híbrida entre espaço público e esfera privada. A ausência de imagem, e o impulso criado pela rádio à criação de imagens mentais fruto da imaginação própria do ouvinte, parece tornar aquilo que se ouve em “algo que se vê como se quer”. Apenas através da voz do locutor, o ouvinte cria uma imagem palpável a partir das emoções proporcionadas pelo seu timbre, colocação, velocidade e, naturalmente, pelo conteúdo.

Esta personalização de como é imaginado o meio rádio, executada por cada ouvinte no ato de escuta, resulta num “hermafroditismo” que, atualmente, é inerente ao binómio público/privado, e que, para Rosalía Winocur (2002), constitui uma circunstância provocada pela evolução mediática:

No problema que nos ocupa, o que está em jogo é a natureza da relação entre privacidade e *publicidade* no novo espaço público. Os média transformaram o carácter da relação, não só ao inverter o sentido dos termos, como ao submetê-los a um processo de circulação e ressignificação constante dos seus sentidos tradicionais, com o qual uma situação pode ser ao mesmo tempo pública e privada, oculta ou visível, em determinados momentos adquirir um carácter de interesse coletivo e, noutros, de natureza íntima ou doméstica. (2007, p. 118)

Este processo de “circulação e ressignificação” aparenta ter ocorrido a partir da evolução das representações mediáticas do mundo. Com a tecnologia ao serviço da maioria das pessoas à escala global, cada cidadão acumula duas funções perante os média: a de público e a de produtor de conteúdos mediáticos. Observe-se o exemplo das redes sociais, dos fóruns nas estações de rádio, das caixas de comentários nos sítios noticiosos e dos próprios blogues. A participação do indivíduo no social, no coletivo, é cada vez mais facilitada, tornando os conteúdos tão mais heterogéneos quanto participados.

O lado íntimo da esfera pública torna-se cada vez mais interessante, atraente até. O facto de todos podermos ser produtores de conteúdos mediáticos através das redes sociais promove a expansão da partilha da intimidade. A rádio, ao participar nas redes sociais, está também envolvida nessa cadeia, apesar de o próprio canal tradicionalmente utilizado ser, ele próprio, restrito à intimidade do carro, do banho, do PC (que por si só é já um *Personal Computer*, mas que nesta lógica de intimidade mediática se torna ainda mais pessoal). O hábito de escuta no local de trabalho, através de auscultadores, em frente ao computador, na secretária da sala onde outros colegas estão presentes, é um exemplo exímio deste entrelaçamento entre esfera pública e privada – a sala onde há muitos, mas onde apenas eu escuto o que me é dito ao ouvido.

É também através da utilização de uma série de recursos sonoros que a rádio se aproxima do seu público. Os efeitos especiais⁴³ utilizados nas novelas radiofónicas funcionam como catalisadores de sentido para uma melhor compreensão por parte dos ouvintes da história que é contada na rádio, gerando ainda fenómenos de proximidade, localidade, identificação e até de construção de um sentido comunitário. Podem, no entanto, ser absorvidos de duas formas distintas: a sua utilização tanto pode resultar num estímulo à criação de imagens mentais, como numa limitação ao pensamento individual (Skuse, 2011). Por um lado, contribuirão essencialmente para a construção de um sentido de lugar e de tempo, numa simbiose entre penetração do som e narrativa; mas, por outro, também poderão arriscar a criação de ambientes genéricos, vagos e simplificados. Portanto, a afetividade e a emoção parecem ser características inerentes ao meio rádio e ao próprio som, enquanto seu elemento constituinte principal e o uso

43 Efeitos especiais são “sons que, em produção de rádio, representam objetos ou ambientes” (Rodero, 2010, p. 462). Por exemplo, o som de um trovão pode ser utilizado para recriar o ambiente de uma tempestade em alto mar, facilitando a criação de imagens mentais do acontecimento e transportando simbolicamente o ouvinte para essa situação.

de efeitos sonoros faz parte da construção de uma imagética radiofónica gerada a partir da escuta de simbolismos.

Este vínculo emocional gerado entre ouvintes e rádio, aprofundado pela natureza deste meio, pode ser comparado ao papel atualmente desempenhado pelas redes sociais e seus sistemas afetivos de relacionamento. Através de “gostos”, comentários e partilhas, o indivíduo representa o seu papel mediático através da demonstração pública do que lhe agrada ou desagrada, estimula ou enraivece. Esta lógica da reação desenha, hoje em dia, as fronteiras do “novo espaço público dos servidores”: toda esta informação se encontra armazenada em bases de dados imateriais que residem em Silicon Valley, Miami ou Nova Iorque, constituindo o novo petróleo dos Estados Unidos (Pochman, 2014).

Apesar de os níveis de escuta de rádio entre a população portuguesa terem estabilizado, nos últimos anos, entre 55% e 60%⁴⁴, a rádio é ainda considerada pelos teóricos que a estudam como um meio esquecido (Pease & Dennis, 1995). Além do esquecimento a que parece ter sido votada por parte da indústria de consumo, que nos últimos anos se tem voltado para a internet como meio privilegiado de comunicação, a rádio é historicamente observada como um meio desconhecido pela comunidade académica (Belau, 1981) e até invisível (Lewis & Booth, 1989) no seio dos Estudos dos Média, contando no campo das Ciências da Comunicação uma história surda (Oliveira, 2013a).

Também a rádio é produtora e retransmissora de cultura popular. Apesar de se tratar, efetivamente, de um moderador entre falante e ouvinte, não havendo lugar físico para uma troca simbólica entre emissor e recetor (Sodré, 1991), existe sim um espaço para uma interação mediada por outros meios ou plataformas tecnológicas: carta, telefone, *e-mail*, redes sociais, entre outros. Cultura popular implica participação, para se consumir como produto de ação popular. Sendo a rádio, ela própria, cultura popular, é ainda legitimadora do *status quo*, dos sistemas do regime, exercendo o direito de exercício de poder que lhe é conferido pelo Estado na retransmissão de conteúdos para todos, mas administrados por uma elite. E isto remete-nos para um paradoxo:

44 Segundo dados do Bareme Rádio da Markttest, correspondentes à vaga de setembro de 2014, 56,7% dos portugueses com mais de 15 anos residentes no Continente ouviram rádio no dia anterior à realização do estudo e 80,5% contactaram com o meio pelo menos uma vez durante a semana.

os média, ao veicularem cultura popular – de todos, por todos, para todos – delimitam a sua difusão através de uma elite cultural que edita os conteúdos, exercendo um recorte ontológico a partir de processos de seleção:

Não há motivo para equívocos: a cultura popular é gerada pelos setores explorados. E a das massas é imposta desde cima, apoiada por técnicos e investigadores ao serviço do lucro. A cultura popular, ao ser absorvida pela das massas, torna-se homogénea, uniforme (...) como a produção industrial em série. (Morin, 2015, p. 45).

Uma cultura visual poderá contribuir para a criação de redes e laços afetivos entre membros de determinada diáspora, um pouco por todo o mundo (Cabecinhas & Macedo, 2014). Mas serão exclusivamente os média que recorrem a imagens visuais a celebrar essas redes, ou poderá a rádio dos dias de hoje incluir-se neste retomar à distância dos laços de afetividade para com o país de origem? Os contrastes da Lusofonia parecem estar expostos na forma como um país trata a sua música, forma essa que encontra expressão pública nos média. Tentaremos provar, mais adiante neste trabalho, que a rádio constitui um dos vínculos mais sólidos de expressão da cultura lusófona num espaço em que as diásporas permanecem sólidas consumidoras de produtos mediáticos que cristalizem a sua memória coletiva do país que deixaram.

Assim como a rádio, frequentemente apelidada como “uma força esquecida” (Leal Filho, 2014, 21 de junho), também a Lusofonia parece ser um espaço esquecido, ou apenas lembrado quando necessário; desconhecido e sem verba para aumentar o seu autoconhecimento; invisível para quem não quer ver. E assim como a rádio, a ideia de Lusofonia envolve a expressão da emoção. A rádio como o meio que maior ligação de afetividade estabelece com o seu público; a Lusofonia como o espaço outrora ocupado por Portugal e pelo qual o país sente uma ligação emocional pelo seu passado outrora colonizador. Para uma certa camada do povo português acima dos 40 anos de idade, há um sentimento de ex-pertença ao além-mar do espaço lusófono. Países em que nasceram, viveram, onde possuem laços familiares ou, pelo menos, correntes de memória de uma infância ou juventude.

A cultura vivida é história e comunicação e inclui o respeito pelo diverso, a legitimação da diversidade, logicamente não desarticulada de uma nação (população com história e um

espaço geográfico limitado). A “diversidade” pode chegar a acentuar o relativismo cultural e a postular uma anarquia em caminhos coletivos de integração e libertação, mas diversidade implica integração até ao interno e externo de cada cultura; no âmbito da cultura popular, o diverso remete-nos necessariamente para processos endógenos criativos nos quais os grupos humanos se integrem dentro de uma experiência vital e histórica. (Ortega y Gasset, 1958, p. 21)

É nosso objetivo indagar em que moldes poderá o som constituir o arquétipo estético por excelência da representação cultural da Lusofonia nos média portugueses. A cultura do som, através da música, e conseqüentemente, da rádio, parece ser o elemento de melhor distribuição no circuito mediático da Lusofonia. Mais adiante tentamos olhar para a língua portuguesa como uma língua sonora, propícia à musicalidade, de que forma é construída a cultura lusófona tendo por base essa sonoridade e qual a sua aceitação do lado da receção do público de língua portuguesa.

Diáspora e suas representações no meio radiofónico

O espaço lusófono – aqui entendido, por razões metodológicas, como o dos países de expressão oficial de língua portuguesa – estende-se por uma área de mais de 10 milhões de quilómetros quadrados em quatro continentes diferentes. No entanto, a cultura dos países de expressão portuguesa tem obtido representatividade além deste espaço da Lusofonia através das diásporas lusófonas que se constituíram ao longo dos séculos. Como referido no capítulo introdutório deste trabalho, adotamos aqui o conceito de Lusofonia de Bastos e Brito (2007), um ponto de vista sistémico da Lusofonia, enquanto um elemento de comunicação linguístico-cultural em língua portuguesa e em todas as suas variantes, abarcando não só os países cuja língua materna é a língua portuguesa, mas também as suas comunidades diaspóricas.

A ligação das diásporas a uma memória ausente, e que ainda assim é representante de uma identidade cultural coletiva, parece ser transversal aos povos realocizados no espaço da Lusofonia, e até às gerações que, apesar de deslocalizadas à nascença, nunca perderam os vínculos com o território de origem dos seus antepassados. Poderá, assim, a memória coletiva ser um dos repositórios culturais dos países de expressão de língua portuguesa, e será essa memória um fator de união?

A memória, numa primeira vista, é considerada como parte do nosso imaginário individual, isto é, como um elemento da esfera privada. No entanto, quando retomamos um conceito abrangente como é a Lusofonia, poderemos seguir pela trilha habermasiana na distinção entre esfera pública e esfera privada, até porque a rádio pode ser observada como o meio que melhor representa as duas esferas. De um lado o seu lugar público, canal de um mundo da vida racionalizado, difusor de cultura popular, capaz tanto de ser voz de minorias como o megafone propagandístico do poder governamental, a rádio é também esfera privada no vínculo de afetividade que convoca na relação com o seu público. Apesar de se tratar de um meio de comunicação social enquadrado numa lógica de comunicação de massas, a rádio tem historicamente um papel de relacionamento íntimo e próximo com o público em geral. A voz e as suas componentes identitárias contribuem para a constituição de representações culturais com as quais o ouvinte pode, ou não, sentir-se identificado.

Tendo em conta o trabalho de campo realizado junto das comunidades diaspóricas portuguesas no Brasil e nos Estados Unidos (de que falamos adiante), apesar de o seu estatuto socioeconómico ser de manifesto diferencial, o seu sentimento de pertença e imaginário do país de origem parecem confluir num mesmo sentido estético, espelhado na seleção musical nos programas de rádio produzidos e realizados pela comunidade emigrante. Assim, e retomando o argumento do capítulo introdutório do presente trabalho, é importante aprofundar as formas de representação da diáspora nos seus países de acolhimento. A cultura lusófona não se expressa nos média apenas de forma direta, em programas de rádio cujo tema principal é a cultura, a música ou a atualidade dos países lusófonos, mas também indireta, através de programas de rádio produzidos por e para a diáspora lusófona.

Por conseguinte, observar as migrações como produtos culturais de um mundo globalizado remete-nos também para um olhar sobre os média e a forma como estes têm acompanhado a história das migrações. Partindo desta urgência, propomo-nos realizar uma reflexão sobre a relação entre o poder mediático da rádio, a diáspora portuguesa e a cultura lusófona em contexto migratório. Por se tratar de um organismo vivo, em mutação, observaremos as diferenças nas relações das distintas gerações da diáspora com os programas de rádio produzidos para a comunidade emigrante que versam produtos culturais lusófonos, tendo em consideração, não só

a sua relação com o modelo tradicional da rádio em FM, como também a crescente digitalização dos modos de vida das sociedades globalizadas. Se, por um lado, o FM parece ainda apresentar um índice relevante de escuta e níveis elevados de fidelização do ouvinte, por outro, o digital parece a fonte principal de ligação mediatizada ao país de origem destas comunidades.

A contemporaneidade, marcada por uma crescente intensidade na liquidez dos fluxos migratórios, tem salientado a questão da língua enquanto elemento de união entre povos migrantes e de enraizamento de referências culturais comuns, deslocalizando-as do país de origem para o de destino. Num mundo cada vez mais móvel, em que a miscigenação dos povos e novas fronteiras culturais produzem contextos sociais resignificados, a língua parece ter-se solidificado como elemento de manutenção e estruturação da diáspora. A liquidez das relações sociais, das instituições, da própria cultura (Bauman, 2011) parece contrastar com a resiliência do idioma enquanto representante de um dos elementos identitários mais relevantes de uma comunidade emigrante e de uma diáspora historicamente fixada.

Enquanto as barreiras físicas – sejam elas de ordem geográfica, política ou cultural – se tornam mais permeáveis (Karanfil, 2008), os média e a sua crescente velocidade em termos de acesso têm possibilitado uma gradativa interação entre produtores e públicos, que até podem viver em países distintos, mas a partir do momento em que partilham um entendimento linguístico estarão a recriar médiapaisagens (Appadurai, 1996), isto é, imagens produzidas e distribuídas pelos média que geram, no próprio ato de disseminação, novas imagens do mundo. Estas recriações conceptuais são modeladas por produtos mediáticos disseminados pelas e para as novas esferas públicas em que têm origem, as das diásporas⁴⁵.

Encontrando-se fisicamente distantes da sua cultura de origem, existem duas formas de as comunidades imigrantes e a diáspora contactarem com produtos mediáticos: através dos média oriundos do seu país de partida, nos casos de estes meios se encontrarem disponíveis no seu país de destino⁴⁶, ou dos conteúdos produzidos localmente sobre o país de origem. Para efeitos de

45 A título de exemplo, em Itália existem 146 iniciativas de média étnicos: 63 jornais, 59 programas de rádio e 24 programas de televisão (Pasetti, 2010). Em Portugal, este mapeamento não se encontra realizado de forma exaustiva, mas, de acordo com a investigação de Salim (2008), na área metropolitana de Lisboa registam-se nove jornais, três revistas, um *site* na internet, um programa de rádio e uma estação de rádio, ligados às cinco principais comunidades emigrantes em Portugal: brasileira, africana, russa e ucraniana, chinesa e romena e moldava.

46 Desde o início da era digital, a internet facilitou exponencialmente o contacto com os média produzidos no país de origem da diáspora, excetuando naturalmente os raros casos de países como a Coreia do Norte, Cuba ou China, com as suas restrições ao acesso à *worldwide web*. Antes do *boom* da internet, certos emissores de rádio de onda longa eram capazes de transmitir conteúdos radiofónicos transnacionais e até

concretização, distinguiremos estas duas formas de apropriação mediática por parte da diáspora como “médiapaisagens de origem” e “médiapaisagens locais”. Estes dois registos, apesar de versarem sobre produtos culturais de uma mesma origem, são notoriamente distintos; iremos aprofundar esta análise nos capítulos relativos aos estudos de caso do presente trabalho. Apesar disso, uma das principais diferenças pode já ser adiantada: enquanto que a *mediapaisagem* de origem não oferece um produto especialmente produzido para a diáspora, a *mediapaisagem* local sim. Esta diferenciação capacita as comunidades diaspóricas de uma auto-representação identitária própria, mas também poderá provocar uma certa segregação, produto do seu centramento na cultura de origem e da ausência de interesse pela integração no meio cultural em que se enraizaram.

A maioria dos serviços étnicos aparenta observar a audiência como uma comunidade na qual considera ser essencial trabalhar com, ao invés de falar para. Os média tradicionais tendem a observar a audiência como algo com o qual estabelecem contacto, mas não ao ponto de potenciar mais do que uma participação limitada. (Browne, 2005, p. 113)

Este tipo de produtos culturais mediáticos inclui-se na categoria dos média étnicos. Este género mediático encontra-se fortemente desenvolvido nos Estados Unidos, estando em Portugal vinculada, praticamente, a comunidades oriundas do Brasil e Europa de Leste (Salim, 2008). Estes meios fazem a ponte entre país de origem e país de acolhimento, criam nos membros destas comunidades a sensação de serem compreendidos – devido à língua – e, mesmo no caso do Brasil, em que a língua não se torna barreira nem fator de alheamento, uma forma de expressão menos “estranhante” contribui para um maior sentimento de pertença, porque se reconhecem melhor naquilo que leem e ouvem (Salim, 2015).

A natureza dos média étnicos produz uma ativação do sentimento de pertença, porque os temas destes meios étnicos versam assuntos que interessam às comunidades alvo em três dimensões distintas: a da logística, como por exemplo questões práticas relativas à imigração, prestando um serviço público à comunidade; a da agenda da comunidade, ao noticiar eventos

transcontinentais, como é o caso do programa “Meia Hora de Saudade”, da Emissora Nacional Portuguesa, que se iniciou em 1937. O impacto deste programa será aprofundado mais adiante nesta secção.

organizados no seio da ordem comunitária, contribuindo para o encontro entre os imigrantes; e, ainda, a da atualidade, ao dar atenção a notícias sobre o país de origem, fazendo a ponte entre o país deixado e o país de acolhimento. Ainda que apresentem, de forma inegável, características de uma contundente relevância social, a maioria destes meios étnicos tem modelos de produção e distribuição muito rudimentares e voluntários, já que luta contra problemas financeiros, pelo facto de a comunidade em si não dispor de recursos alocados para o seu património mediático e não existir qualquer menção a apoios estatais (quer do país de acolhimento, quer do país de destino) para assegurar o seu financiamento.

O conceito fechado de diáspora apoia-se sobre uma concepção binária de diferença. Está fundado sobre a construção de uma fronteira de exclusão e depende da construção de um “outro” e de uma oposição rígida entre o de dentro e o de fora. Porém, as configurações sincretizadas da identidade cultural requerem a noção derridiana de *différance*, uma diferença que não funciona através dos binarismos, fronteiras veladas que separam finalmente, mas são também *places de passage* e significados que são posicionais e relacionais, sempre em deslize ao longo de um espectro sem começo nem fim. (Hall, 2003, p. 33)

Jornais e programas de rádio e de televisão produzidos por “diásporas migratórias voluntárias” (Maneri & Meli, 2007, p. 21) celebram essa diferença, a distinção cultural que precedeu o fluxo migratório, a diferenciação com base na origem. O elemento que caracteriza este tipo de produto multicultural, de oferta mediática, é o seu público de referência, já que estes meios produzem para determinada comunidade emigrante ou referem-se a esta comunidade como seu objeto referencial. O público local, normalmente, também é referenciado, não sendo esquecido, mas, por outra, incluído, transformando este género mediático num produto “glocal”.

Portanto, os média assumidamente multiculturais são, neste sentido, um reflexo da abertura do mundo a outros mundos e uma expressão da diáspora que se constituiu num espaço novo sem esquecer as origens que a reúnem enquanto comunidade identitária. Os programas de rádio produzidos para a diáspora são, assim, um lugar de expressão de uma comunidade cultural na esfera pública, na qual se discutem novas fronteiras identitárias reconstruídas e “reimaginadas” (Karanfil, 2008). A importância deste fenómeno correlacionado com a contemporaneidade reside

nas novas vozes que se fazem ouvir, não só por parte de meios comunitários, fundados sob a égide da própria diáspora, mas também em média tradicionais e *mainstream* (Georgiou, 2005).

Esta abertura do mundo a si próprio, aliada à proximidade existente no seio da própria diáspora, por laços familiares, afetivos e sociais, implica a já mencionada redefinição de fronteiras culturais dentro do espaço público e uma reduzida mediação do relacionamento entre produto mediático e público-alvo, já que produtores e público estão habitualmente conectados diretamente uns com os outros em ocasiões sociais presenciais, organizadas pela própria comunidade, não necessitando de mediação mediática para gerar lugares de encontro. Assim, este tipo de *mediapaisagem* deve ser pensada muito mais na ordem da representatividade – como um reflexo da comunidade emigrante e da diáspora, como se de um espelho se tratasse – e menos numa dimensão de produto mediático, de ativação de comunicação.

Em Portugal, de acordo com o mapeamento das comunidades de imigrantes da região de Lisboa e dos seus canais de informação em Portugal (Organização Internacional para as Migrações, 2010), que avaliou o consumo dos meios televisão, rádio, imprensa e internet das comunidades imigrantes mais numerosas (Brasil, China, Ucrânia e PALOP), o consumo de média destas comunidades aponta para a rádio como o meio menos utilizado pelas comunidades brasileira e asiática, em que apenas 44% e 18%, respetivamente, dizem ser consumidoras do meio rádio. A rádio é também a segunda fonte menos consumida pelas comunidades da Europa de Leste (42%), apenas perdendo para a imprensa. Junto da comunidade dos PALOP, a rádio ainda parece ser um meio de peso relevante, com 68% de penetração, estando este indicador, aliás, mais próximo dos valores mencionados de escuta de rádio em Portugal (55% a 60%).

As estações de rádio com maior audiência eram, no momento do estudo que citamos, a Rádio Cidade junto da comunidade brasileira e das comunidades provenientes da Europa de Leste, a RDP África no seio das comunidades oriundas dos PALOP e a Antena 1 entre a comunidade asiática.

Pode-se ainda constatar que, se a maioria prefere a TV como meio informativo genérico, quando o assunto é informação sobre imigração, a imprensa escrita aparece como o canal mais utilizado, com exceção da comunidade dos PALOP que tende a preferir a rádio e a TV. É interessante notar que a Internet não surge como um meio privilegiado por

parte dos imigrantes para obter essas informações. (...) A diferença apontada pelos imigrantes dos PALOP no que concerne a TV e a Rádio, explica-se pelo facto de essa comunidade ter acesso regular aos canais RTP África e RDP África e, com estes, identificarem-se. (Salim, 2008, p. 143)

Assim concluímos que, em existindo uma oferta de meios de comunicação direcionados para a especificidade étnica de cada uma das comunidades, o consumo desses canais, estações e programas especializados aumenta.

Focando-nos agora nos programas de rádio produzidos para comunidades da diáspora – parte do objeto de estudo que detalhamos adiante –, desembarcamos nesta ideia de *mediapaisagem* enquanto representação de um conjunto de comunidades imaginadas desterritorializadas. Ao incluir-se neste fluxo de desterritorialidade, própria deste género de produção radiofónica em que o público-alvo do programa se encontra ele próprio deslocado do seu país de origem, o objetivo do programa passa a consistir em “reterritorializar” a comunidade emigrante na cultura do país que deixou. A proximidade emocional e afetiva, característica própria aliás da rádio, traduz-se neste tipo de programa num tom de exaltação da cultura portuguesa. Os recursos sonoros utilizados, concretizados no meio radiofónico, parecem adensar a comoção relacionada com o país que é deixado, o pensamento nostálgico sobre a nação que se perde no momento da emigração.

Appadurai (1996) apoia-se numa perspetiva otimista sobre o papel dos média na devolução desse espaço perdido pelas mencionadas comunidades desterritorializadas, devolução esta executada pela difusão global de conteúdos através de dispositivos tecnológicos de comunicação, que facilitam – ou até permitem – a veiculação destes conteúdos para comunidades fisicamente distantes. Numa perspetiva mais negativa encontra-se Meyrowitz (1985), para quem os média têm vindo a criar comunidades sem “sentido de lugar”, o que dificultaria o fenómeno de constituição de uma comunidade diaspórica e dos sentimentos de pertença e de autorrepresentação comuns que esta implica (Morier-Genoud & Cahen, 2013).

A característica de afetividade, de proximidade do ouvinte por parte da rádio consegue reproduzir, através da sua génese de instância mediática, a localidade da cultura do país de origem – *versus* a globalidade – procurada pelas comunidades ausentes do seu país de nascimento,

assegurando também a “relocalidade” do país onde se encontram. Mas sabendo que Meyrowitz desenvolveu esta linha de pensamento anos antes da extensa disseminação das tecnologias de comunicação globalizantes, como poderão então as instituições mediáticas colaborar na construção de um sentido de lugar entre a comunidade diaspórica nos dias de hoje?

Ligar a rádio num país de acolhimento e escutar a sua própria língua em FM contribuirá certamente para a solidificação dos laços que ainda subsistem após o distanciamento. Não só os conteúdos, mas também a forma (a língua, o sotaque igual ou diferente do sotaque da região de onde se provém, a música que carrega conotações e recordações díspares) são elementos identitários que transportam o ouvinte para o seu lugar de origem, ainda que esse transporte seja restrito ao seu imaginário sonoro. Poderá, então, esta “relocalidade” sonora atribuir uma dupla ligação da comunidade emigrante, tanto ao país de origem como ao país de acolhimento?

E hoje penso que a localidade é um lugar onde os processos de circulação, ou seja, as alterações constantes acontecem de modo a produzir o quotidiano – uma outra palavra muito importante e que tem imenso que ver com o afecto, com o sentimento, com a subjectividade. Reformulando, creio que os sujeitos produzem o local ou o quotidiano, e a localidade é produzida pelos sujeitos. Existe um círculo que, hoje em dia, não pode ser entendido a não ser no contexto desta circularidade de elementos. A localidade torna-se assim como que uma apropriação de, se quisermos, elementos circulantes e globalizados de pessoas que produzem a sua subjectividade a par da sua localidade. (Appadurai citado em Ferreira, 2009, p. 134)

Nos países considerados para a análise que descrevemos no capítulo três, Portugal e Brasil, podemos considerar que existem fenómenos consistentes derivados da instituição de uma diáspora (brasileira e portuguesa, respetivamente). A representação cultural desses fenómenos acontece, por exemplo, através da encenação do folclore português em eventos da comunidade emigrante portuguesa em São Paulo⁴⁷. Esta diáspora, constituída por uma, duas, três ou mais gerações de descendentes dos primeiros emigrantes portugueses, representam uma comunidade de *heritage speakers*⁴⁸ (Wiley, 2001), isto é, de falantes da língua nativa de seus pais ou avós por

47 Adega da Lusa, na Associação Portuguesa de Desportos, as atividades da Casa de Portugal de São Paulo, entre outros.

48 O termo “heritage speakers” (falantes por legado, numa tradução livre) remete para um estudante que foi criado num ambiente onde a família comunica numa língua estrangeira (por exemplo, o caso dos vários descendentes de hispânicos nos Estados Unidos), fazendo com que esse

ensino não formal destes, tornando-a um idioma oral e sem domínio da escrita. Esta valência na oralidade, e ao mesmo tempo incapacidade no registo escrito, das camadas mais jovens da diáspora vai ao encontro do conceito de “comunidade de fala” (Romaine, 1994) discutido na primeira secção deste capítulo, apesar de também o contrariar: Romaine argumenta que os elementos simbólicos partilhados pelos falantes do Português são sobretudo linguísticos e menos frequentemente sociais, mas, em países em que a língua portuguesa não é o idioma vigente, as segundas e terceiras gerações da diáspora portuguesa já não falam Português de modo nativo embora ainda cultivem socialmente o Português como uma das razões para a união da comunidade diaspórica⁴⁹.

A questão da língua é, portanto, central na manutenção ou dispersão das comunidades emigrantes. A língua portuguesa é um dos elementos unificadores entre comunidades portuguesas e brasileiras, assim como o sotaque se assume como elemento de diferenciação e até de rutura. O sotaque é, portanto, o denominador central na distinção entre gerações recém-emigradas e as já segundas, terceiras ou subseqüentes gerações de emigrantes. A rádio, na sua vinculação sonora, radicaliza essa notabilização do sotaque como marcação identitária. Mais, a rádio é, na sua génese, um meio mais local, que tem apresentado, de entre os seus “compatriotas” mediáticos, um maior interesse por conteúdos localizados no seu espectro de ação. Segundo Pasetti (2010), a rádio posiciona-se entre a televisão – necessariamente generalista – e a imprensa – comumente específica e dirigida a uma comunidade, normalmente na língua dessa mesma comunidade.

Um dos primeiros programas de rádio realizado a ter como alvo a diáspora portuguesa foi em 1937, na Emissora Nacional, apenas dois anos depois da fundação da própria emissora controlada pelo regime salazarista e seis anos depois da fundação do Rádio Clube Português, em 1931, que inaugura a era da rádio em Portugal (Santos, 2005). Este programa denominava-se “Meia Hora de Saudade”, foi emitido pela primeira vez para as colónias ultramarinas de África a

estudante fale ou pelo menos entenda a língua, e que até certo ponto possa ser considerado bilingue, tanto nessa língua estrangeira como na língua falada no país em que vive (Valdés, 2005).

49 Conclusões inferidas através do trabalho de campo realizado com as comunidades da diáspora portuguesa na Califórnia, nos Estados Unidos, entre março e julho de 2015, ao abrigo do Programa de Estudos Portugueses (*Portuguese Studies Program*) da Universidade da Califórnia – Berkeley. Os dados relativos ao trabalho de campo realizado neste período, por extrapolar o universo da Lusofonia, será apresentado no Congresso Internacional “Rhetoric Discourse and the Communicative-Dialogical Mind”, a ter lugar entre 7 e 9 de junho na Universidade de Lisboa.

24 de abril de 1937 e era dirigido à diáspora portuguesa no continente americano e à frota bacalhoeira nacional em campanha na Terra Nova (Canadá). Apresentado por Curado Ribeiro, tornou-se rapidamente num dos programas mais famosos e marcantes da rádio em Portugal na época. Inicialmente as suas emissões eram dedicadas aos pescadores, depois passaram a ser dedicadas aos emigrantes e, especificamente durante a guerra colonial, almejavam os soldados que combatiam em África:

A nossa Emissora Nacional – abençoada seja ela! – acaba de vincar o seu carácter nacional e rigorosamente nacionalista, numa forma enternecedora, criando a Meia Hora de comunicação íntima das almas que a inefável, a espinhosa filha do amor e da ausência. Saudade (...) Meia hora de inédita, de imarcescível beleza espiritual que – em hora bendita e louvada – à saudade portuguesa consagrou a Emissora Nacional. (Costa, 1937 citado em Moura, 2010, p. 6)

Mais tarde, surge um outro programa de rádio produzido na Argentina por um emigrante português e patrocinado por uma agência de viagens de um imigrante algarvio que se terá chamado “Hora da Saudade” ou “A Hora da Saudade”: “passavam música portuguesa e davam informações sobre os eventos dos clubes portugueses” (Moura, 2010, p. 14). A onda curta e as emissões da Emissora Nacional funcionaram na Argentina como elo de ligação ao país deixado, mas com o decorrer dos anos este elo foi-se diluindo e acabou por ser substituído pelos programas que a comunidade portuguesa residente na Argentina foi criando ao longo do tempo.

Durante estes dois anos, a estatística da Hora de Saudade (...) diz-nos o seguinte: Número total de saudações, 5800. Número total de pessoas que falaram, 3490. Número de saudações para: Angola, 2280; Moçambique, 2384; Congo, 102; Ilhas, 168; Cabo Verde, 165; África do Sul, 34; Índia, 67; Macau, 36; Timor, 69; diversos, 134 (...). Ao que parece, houve dois programas com o mesmo nome, um emitido pela Emissora Nacional em Portugal e outro realizado em Buenos Aires, por um imigrante português, na década de 1960. Porém, o primeiro foi difundido internacionalmente em Onda Curta e o segundo, de âmbito nacional no território argentino, no sistema normal de AM. (Moura, 2010, pp. 9, 13)

O objetivo destes programas centra-se no aprofundar do relacionamento da comunidade portuguesa com o país natal, relocalizando-a na esfera de interesse do país que deixou e alocando-

a à cultura de origem e seus espaços de revivalismo. A própria linguagem dos produtores e apresentadores deste género mediático é revivalista: “Logo que a organização dos nossos serviços o permita, faremos emissões idênticas para a Índia portuguesa, Macau, Brasil e América do Norte (...) Há milhares de almas espalhadas pelo mundo que esperam a hora de poder ouvir as nossas emissões” (Queirós citado em Moura, 2010, p. 6). Parece, portanto, que este género radiofónico serviu para contrariar o isolamento de comunidades estrangeiras nos respetivos países de acolhimento e, de certa forma, contribuir para uma “recriação da origem” (Moura, 2010, p. 15) e construir laços identitários e comunitários imaginários, alimentando uma necessidade de partilha de origem através de um produto cultural mediatizado. Parece ainda continuar a servir este mesmo propósito nos dias de hoje, hipótese que nos propomos a analisar nos capítulos seguintes do presente trabalho.

Os média, a televisão, constituem igualmente uma nova “retórica”, em que a cultura se converte – com oblíquas intenções políticas – na modelagem de representações estáveis da vida social ou então num “baú” de velhos conteúdos culturais a serem repassados, transmitidos, comunicados. O receptor desse culturalismo comunicacional costuma ser no máximo um repetidor sutil, um consumidor inteligente, dificilmente um produtor. (Sodré, 1991, p. 39)

No caso dos programas sobre cultura lusófona, produzidos pela e para a diáspora, parece existir uma interação maior do que a relatada por Muniz Sodré, até pelo intenso e rápido desenvolvimento das tecnologias digitais de relacionamento. Partindo, portanto, da tese de que estes programas de rádio contribuem para a intensificação e reunificação do sentimento de pertença a um país, poderão eles, no entanto, estar relacionados com uma certa segregação social das comunidades diaspóricas no seu contexto de receção? Ou, por outra, estarão eles a colaborar para o desenvolvimento de uma cultura de convergência mediática⁵⁰? Refletiremos sobre os conceitos de convergência tecnológica dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva (Jenkins, 2008) de forma a repensar o papel dos média étnicos e seus produtos culturais num contexto marcado por sociedades ocidentais paradoxalmente globais e

50 A cultura de convergência resultaria da integração entre as empresas que possuem ou administram estes canais e da vontade e determinação dos consumidores de adquirirem o conteúdo que desejam (Jenkins, 2008).

individualizadas (Deuze, 2006). Poderão esses programas de rádio constituir uma configuração de “transmídia”, isto é, de construção de possibilidades narrativas que gerem diferentes nichos e alterações de significado, destituindo o seu sentido original pela distância com que estes produtos culturais são apreendidos?

Faz-nos Uricchio notar que “o projeto de utilização da cultura como uma forma de construção e manutenção da identidade (...) contrasta com o uso da cultura enquanto mercadoria e a transformação do cidadão em consumidor” (2004, p. 84) e enquanto a cultura for olhada como mercadoria, com obrigações de lucro e venda, nunca será equitativamente representativa de realidades tão poliformes e fragmentadas como a Lusofonia. Por este motivo, e porque o serviço público resume nos seus princípios fundadores um olhar mais profundo sobre a diversidade, a pluralidade e a multiculturalidade, prosseguiremos no capítulo seguinte com uma análise sobre o serviço público de comunicação, com o olhar sinestésico das luzes apontado para as sonoridades do meio rádio, num desafio à reflexão e aos sentidos.

Capítulo 2

O sistema público de comunicação: uma abordagem global

[Um serviço público] é, junto com o fortalecimento das organizações sociais de base e do sistema político, a chave para a democratização social crescente em todo o mundo. O fortalecimento da radiodifusão pública é um dos grandes desafios, se não o maior, das políticas de comunicações no Brasil.

(Ramos citado em Pereira, 2010, p. 4)

O serviço público de radiodifusão na divisão Norte e Sul

A comunicação é, hoje em dia, um elemento divisório do mundo. O século XX caracterizou-se por uma transformação acelerada do paradigma da comunicação, que deixou de evoluir ao ritmo do sentido biológico do desenvolvimento humano, para se aproximar do ritmo dos acontecimentos e da sua mediatização. No século XXI, observa-se a aceleração deste pressuposto, potenciado pela participação cada vez mais intensa e individual dos cidadãos numa época definida como mediática, cidadãos continuamente conectados que estão permanentemente *online* e se assumem cada vez mais como produtores de informação e reprodutores de conteúdos de outrem, enquanto “partilhantes” e replicadores desses mesmos conteúdos. “Os média alteraram as modalidades de expressão da opinião pública” (Rieffel, 2003,

p. 39), e nesse sentido, a comunicação pública é um conceito que se tem tornado mais lato com a crescente participação cidadã na sociedade de informação.

Os conceitos de Primeiro e Terceiro Mundo de Alfred Sauvy (1952), que na sua origem simplesmente separavam os conjuntos de países que, na conjuntura geopolítica da Guerra Fria, apoiavam uma das duas forças mundiais dominadoras (ou nenhuma delas)⁵¹, foram, com o rápido crescimento económico do final do século XX e da virada do milénio, primeiramente substituídos pelos conceitos de países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento e depois pelos mais abrangentes e críticos conceitos de Norte e Sul, oriundos do campo dos Estudos de Área. Se antes o conceito de acessibilidade a bens primários era o motivo da separação desigual do mundo, hoje, e na sequência do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, a nova divisão entre países relaciona-se com a existência ou ausência de acesso a meios digitais ligados à internet (Castells, 2002b). Aliás, os primeiros anos do século XXI foram e continuam a ser marcados pela intensificação das relações sociais baseadas na comunicação digital: os mecanismos de interrelação pessoal estão cada vez mais formatados ao curso da digitalização, tanto na expressão dos laços de afetividade em si mesmos, como na veiculação de conteúdos de carácter ideológico. As políticas de reclusão mediática da Coreia do Norte, por exemplo, têm transformado estes países numa “ilha mediática” à deriva no planeta. China, Cuba, e mesmo os países com fracos dispositivos de conexão de banda larga estão aparte das redes que interligam o mundo e abolem as fronteiras. Os meios de comunicação são geradores de uma significação de dominação mundial, sendo eles próprios também dominados pelas instâncias de poder:

É próprio de uma situação como esta a existência de antagonismos e o surgimento de alternativas constituídas por segmentos em busca de soluções para os problemas sociais. É instigante o papel dos grandes meios de comunicação de massa e digitais que, à primeira vista, parecem atuar autonomamente e de forma independente, como se fossem “um quarto poder”, mas que, de fato, são orgânicos às classes dominantes para ajudar na consecução de seus interesses organizados. (Peruzzo, 1998, p. 161)

51 No início da Guerra Fria, o conceito de “Primeiro Mundo” remetia para o conjunto de países que prestavam apoio aos Estados Unidos; o “Segundo Mundo” ao grupo de países aliados da União Soviética; e, finalmente, o “Terceiro Mundo” representava os países que se abstiveram de tomar qualquer posição política sobre a Guerra Fria, os quais se localizavam nos continentes africano, asiático e no território sul-americano (Sauvy, 1952). Com o fim desta ideia bipolar de divisão do mundo, o termo “Segundo Mundo” caiu por terra, tendo permanecido, simbolicamente, os conceitos de Primeiro e Terceiro Mundo para designar, respetivamente, países desenvolvidos e em desenvolvimento. Atualmente, várias vozes do campo dos Estudos de Área (*Area Studies*) e da Comunicação para o Desenvolvimento e Mudança Social criticam o carácter simplista e depreciativo desta conceptualização.

Nos dias que correm, os países em vias de desenvolvimento debatem-se com o argumento de que o acesso à internet se encontra de tal forma interligado ao crescimento económico que terá de figurar na lista de indicadores socioeconómicos fraturantes – esparsamente designados por “problemas reais do Terceiro Mundo” (Castells, 2002b, p. 220) –, como o acesso à saúde, à educação, a igualdade de género ou até o saneamento básico. Considerando, assim, que a acessibilidade à internet constitui um dos pilares do desenvolvimento e da sustentabilidade da pós-modernidade, o acesso digital transforma-se então numa questão política e económica, divisora de potencialidades de ação. Além de processos e modos de ação de protesto, os meios de comunicação em rede têm permitido alguma descentralização de poder e a horizontalidade pretendida por movimentos sociais e outras instituições, mais ou menos formais, da sociedade civil. O potencial de descentralização e democratização da informação oferecido pela internet parece ter permitido a deslocalização das instituições de poder da comunicação, historicamente centradas nos meios tradicionais, permitindo ao cidadão uma maior participação através de uma seleção e personalização dos conteúdos que consome. Assim, a Divisão Digital não é medida pelo número de conexões à internet, mas pelas consequências tanto da conexão como da falta de conexão (Castells, 2002b).

De que forma poderá esta Divisão Digital refletir um desequilíbrio tecnológico entre Norte e Sul num mundo que se constrói em torno de abordagens cada vez mais “glocais”⁵²? O papel dos média nos processos de globalização tem sido alvo de reflexão ao longo das últimas décadas, sobretudo desde o advento da televisão. Atualmente, estando o foco direcionado para os novos média digitais e as redes sociais, e sendo a internet um espaço descentralizador e estimulante da participação cidadã (Castells, 2002b), então urge entender quais os modelos de comunicação utilizados pelos interlocutores ao constituírem-se como cidadãos em atos de participação democrática. Em finais da década de 70, o relatório McBride⁵³ enfatizou o desequilíbrio existente entre os fluxos de comunicação Norte/Sul, identificando as causas das assimetrias e propondo

52 O termo *glocalization*, adaptado para o português “glocalização” ou “glocal”, começou a ser utilizado nos anos 80 por economistas japoneses. A sua utilização aplicada às ciências sociais deve-se a Robertson (1992).

53 Este relatório, elaborado para a Unesco por uma equipa dirigida por Sean McBride (a quem fora atribuído o prémio Nobel da Paz em 1974), detetou vários problemas no campo da comunicação transversais aos vários países em análise, como a concentração empresarial mediática, a comercialização da informação e o acesso desigual à propriedade intelectual.

medidas com vista à criação de uma nova ordem mundial da informação e da comunicação. O documento, cujo título em francês é "Voix multiples un seul monde" ("Vozes múltiplas, um só mundo"), enfatiza a diferença de desenvolvimento ao nível da comunicação entre o Norte e o Sul, quer em termos de desenvolvimento dos média, quer no que respeita à circulação de informação. Os países do sul denunciavam que a informação que circulava no mundo era hegemonizada pelos conceitos informativos predominantes nos países mais desenvolvidos, posição resumida numa célebre frase de Indira Ghandi, primeira-ministra da Índia entre 1966 e 1977 e entre 1980 e 1984: "queremos ouvir o que dizem os africanos sobre os acontecimentos em África; da mesma forma, queremos dar uma explicação indiana sobre os acontecimentos na Índia" (Ghandi citada em Ingelhart, 1987, p. 355).

De acordo com alguns dos principais teóricos das Ciências da Comunicação, consideraremos que os média desempenham três tipos de função: a função informativa, na sua dimensão de liberdade; a função de fórum, numa dimensão de igualdade; e, por fim, a função de "cão de guarda" (*watch-dog*), cuja dimensão é a do poder de controlo (Strömbäck citado em Trappel & Maniglio, 2008). Na presente análise, interessa considerar a dimensão de "cão de guarda" da democracia, pois é quando os média assumem essa posição de defesa da diversificação da distribuição de produtos culturais que se poderá falar de uma real contribuição para a pluralidade cultural e para o aproximar de dois países e duas culturas separadas por um passado de colonização, descolonização, reocidentalização e descolonialidade, como é o caso de Portugal e do Brasil (e de grande parte dos países do Sul). "A participação ajuda à reflexão e à representação da diversidade de pontos de vista e interesses na sociedade" (Trappel & Maniglio, 2008, p. 31), competindo ao poder público a criação de estruturas que possibilitem a participação da audiência – transformando-a, desta forma, em "público" (Livingstone, 2005).⁵⁴

Apesar de este sentido de comunicação pública se encontrar ancorado nas proas europeias de Habermas, Lazarsfeld, Adorno, Arnheim, Brecht, Carey e Patzcanel, também no Brasil o

⁵⁴ No presente trabalho é aceite a distinção entre os conceitos de audiência e público. Ao primeiro, termo proveniente do inglês "audience", cujo sentido se encontra vinculado à escola inglesa, a qual observa as audiências mediáticas como agentes passivos, contrapomos o conceito de "publique", da escola francesa, que prefere pensar a audiência como um organismo ativo, reator e pensante. Admitimos, portanto, que o conceito de público é o que melhor se adequa ao olhar epistemológico sobre o qual se escreve esta tese, já que os princípios fundadores do serviço público de comunicação veem nos seus leitores, ouvintes, telespetadores e internautas agentes de mudança que devem ser alimentados por conteúdos multimodais, com contraposição de visões, fomentando o olhar para as minorias e problemas sociais.

pensamento sobre o tema encontra no sentido de esfera pública a missão do serviço público de comunicação. Em Portugal e no Brasil, os modelos de serviço público diferem nas instâncias de participação, matéria que será aprofundada em próximas secções deste capítulo. Todavia, ambos os modelos, o português e o brasileiro, concordam numa premissa: o serviço público deve ser um sistema autónomo, tanto do mercado como das instâncias governamentais, aberto e predisposto à participação do cidadão, guiado por motivações não-comerciais de inclusão e pluralidade:

O Sindicato dos Jornalistas entende que o Estado não pode renunciar ao compromisso de financiamento público que a existência de serviços públicos desta natureza e com estes objetivos implicam, nem pode deixar de suportar encargos com investimentos necessários à modernização e à cobertura adequada do país. O Estado deve assumir esses encargos como consequência da existência de atividades que não visam o lucro, ainda que devam ser o mais sustentáveis possível, que de nenhum modo podem ser comparadas às realizadas pela iniciativa privada. (Maia, 2013, p. 3)

Mídia pública é um meio de comunicação onde não se prevê atividade comercial direcionada à obtenção de lucro para proprietários particulares ou acionistas privados e que apresenta, simultaneamente, algum nível de participação pública em seu gerenciamento. (...) Quando se fala em “sistema público de comunicação” pensa-se justamente em um conjunto de mídias públicas (nos diversos suportes como rádio, televisão, internet, etc.) que operam de modo integrado e sistêmico, tendo como horizonte o interesse dos cidadãos. (Pereira, 2002, p. 2).

É para garantir o cumprimento isento deste horizonte de interesse cidadão que surge o modelo de serviço público, baseado na filosofia de que nem o mercado nem o Estado poderiam satisfazer adequadamente os objetivos do serviço de radiodifusão e agir pelo interesse público (Unesco, 2001). Tendo por princípio que o interesse público não corresponde nem a interesses privados nem a interesses dos poderes políticos eleitos, observamos no sistema brasileiro, apenas desde 2007, a separação clara destas duas forças de poder – mais clara até do que no modelo português, já que da criação da EBC resultou a divisão ontológica dos sistemas comercial, governamental e público. Em Portugal, assim como na Europa, os sistemas de serviço público são repartidos entre o Estado (previsto em Orçamento de Estado) e os contribuintes (através da Contribuição para o Audiovisual), inculcando no sentido de “público” a participação cidadã ao nível, entre outros, do seu financiamento.

Em princípio, todo o sistema de comunicação deveria ser público, uma vez que a sua missão é prestar um serviço público. Nesse sentido, poderiam até variar as formas de financiamento, mas o controle deve ser da sociedade. De algum modo, é o que acontece em alguns países onde órgãos reguladores estabelecem as diretrizes para o todo o setor das comunicações eletrônicas. De maneira mais restrita, costumamos chamar de público o sistema não-comercial e, de alguma forma, independente do Estado. E aí temos inúmeras *nuances*: de sistemas ditos públicos, mas que sofrem forte controle estatal, até outros onde essa relação é tênue. (Leal Filho citado em Pereira, 2002, pp. 2-3)

Essas *nuances* serão desenvolvidas nas secções seguintes, em que se retratarão brevemente os modelos de serviço público na América do Sul e, com maior profundidade, no Brasil e em Portugal. Apesar de essas diferenças estarem identificadas, partimos da hipótese de que os princípios fundadores da Unesco para o serviço público de radiodifusão nomeados anteriormente são, transversalmente à Divisão Digital Norte/Sul, premissas universais que ancoram os diferentes modelos e sua execução. Após alguma análise exploratória, consideramos genericamente que no Norte prevalecem os modelos dos sistemas inglês da BBC e norte-americano da NPR, influenciando os restantes países na sua abordagem de serviço público. Já no Sul, em particular no Brasil, parece existir uma maior tendência de valorização de um sistema público, capaz de se distinguir do modelo comercial através dos seus conteúdos e de uma ausência de controlo estatal, por força de um longo período de ausência de um sistema mediático verdadeiramente desvinculado de interesses privados ou governamentais.

A 11 de outubro de 2014, a 44ª Assembleia Geral da Associação Internacional de Radiodifusão (AIR)⁵⁵ fez aprovar uma resolução que solicita às autoridades dos países da América do Norte, Central e do Sul a não interferência no espectro de radiodifusão e um esforço acrescido para encontrar soluções técnicas, nomeadamente novas faixas eletromagnéticas, para que se concretize a ampliação dos serviços de radiodifusão. Esta resolução surgiu na sequência das alterações realizadas na atribuição da faixa de 470 - 698 MHz, pois o poder público dos países do

55 Realizada na Cidade do Panamá, a Assembleia Geral da AIR reuniu representantes de emissoras de rádio e televisão, empresários e profissionais do setor de radiodifusão das Américas, Ásia e Europa. Durante o encontro, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) apresentou um balanço sobre a violência contra os veículos e profissionais de imprensa no Brasil. O relatório "Liberdade de Imprensa no Brasil" demonstra que nos últimos 12 meses ocorreram 173 casos de violência, entre mortes, agressões, ataques, ameaças, detenções, intimidações, censura e condenações contra veículos e profissionais. O número é 27% maior que o registrado no período anterior (136 casos). No último ano foram sete assassinatos, contra cinco registrados anteriormente. As agressões chegaram a 66 no total, sem contar com as que ocorreram nas manifestações durante a Copa do Mundo.

continente americano tem atribuído inúmeras faixas de frequências aos serviços de telecomunicações, em detrimento dos serviços de radiodifusão. Este desequilíbrio de forças entre o peso das telecomunicações e o da comunicação pública parece, desde já, levantar o véu de uma intencionalidade política e económica que poderá revelar-se determinante na análise do serviço público de radiodifusão no contexto brasileiro.

Já do lado de cá do Atlântico, a perspetiva europeia, na qual se ancora o sistema português, introduz o serviço público de comunicação no exercício da democracia, considerando a comunicação pública uma garantia democrática:

Nós, os organismos mediáticos de serviço público (PSM⁵⁶) reunidos na European Broadcasting Union (EBU), pertencemos aos cidadãos que nos servem. Aceitamos os desafios da revolução digital, que mudou e enriqueceu as nossas relações com audiências ao nível individual e das massas. Estamos a desenvolver novas formas de servir o nosso público, a qualquer hora e em qualquer lugar, em plataformas novas, em desenvolvimento ou outras que já existam. Estamos comprometidos a incluir todos e a dar relevância a todas as comunidades das nossas sociedades. Existimos para cumprir as exigências democráticas, culturais e sociais da Europa. Sendo livres no ponto de uso, estamos determinados a atingir cada membro do público. Queremos ter um papel definidor na garantia da liberdade de expressão e no pluralismo de visões. Acreditamos num mundo comunicacional aberto e transparente para o bem comum, para além da motivação do lucro. (EBU, 2012, p. 3)

A perspetiva europeia reflete, portanto, um empenho na consumação dos valores do serviço público de comunicação nos sistemas europeus, valores mencionados no capítulo introdutório da presente tese. A universalidade é o primeiro dos seis valores centrais apresentados pela Unesco na sua carta de princípios fundadores dos média públicos (*Public Service Media*), um princípio considerado basilar para a edificação de um serviço público abrangente e participado. Oferecer conteúdos a todos os segmentos da sociedade, tendo por base que “ninguém é excluído: toda a gente, em toda a parte” (EBU, 2012, p. 4), é uma das missivas da organização. No entanto, a questão do acesso não é mencionada, sendo que a inexistência de uma rede alargada de emissores de canal aberto retrata problemas de exclusão no acesso aos meios. No Brasil, país

56 PSM representa a sigla para *Public Service Media*.

objeto de estudo comparativo deste trabalho, existem problemas graves ao nível do acesso, tema que será retomado no ponto relativo ao modelo brasileiro de serviço público.

É fazendo uso desta pluralidade de pontos de vista e ideias que a EBU prevê estimular a esfera pública para ir de encontro a uma pedagogia do comunicar o mais universal possível, já que no mesmo texto de menção dos valores de serviço público é referido o papel formador de opiniões e ideias assentes na liberdade que é dever dos média. Ao colocar este princípio fundador da universalidade na missão dos média de criar, relatar e tornar a sociedade democrática participável, a EBU aloja assim o sistema mediático no pilar político. Já o princípio da independência é essencial para a imparcialidade e separação de interesses – governamentais ou privados – e poderes – políticos, religiosos ou comerciais, abrindo espaço para a missão basilar de contribuir para uma cidadania mais consciente e informada.

O critério da excelência, que acaba por ser um conceito “guarda-chuva” que engloba valores como a integridade, o profissionalismo e a qualidade, almeja também a criação de referências dentro das indústrias mediáticas, a formação contínua dos seus funcionários, o envolvimento na sociedade e a participação dos próprios públicos⁵⁷, partindo tanto da área da informação como da programação. O envolvimento dos públicos na geração de conteúdos prevê a sua integração no sistema de serviço público enquanto “produconsumidores”, isto é, consumidores que produzem, interagindo ativamente com os produtos que consomem. Este olhar sobre as audiências como públicos presentes e participantes no processo de ativação de conteúdo promove o princípio da diversidade: a diferentes grupos de interesse – sendo eles constituídos por gerações, culturas ou religiões diversas, maioritárias ou minoritárias – é-lhes permitida a expressão de pontos de vista distintos, de criação de géneros plurais. “Apoiamos e procuramos dar voz a uma pluralidade de vozes concorrentes – com experiências, histórias e estórias distintas” (EBU, 2012, p. 5), com o objetivo de ajudar a criar uma sociedade mais inclusiva, porém, menos fragmentada.

Por fim, responsabilidade e inovação são valores centrais que faltam mencionar. O sentido de responsabilidade do serviço público de comunicação deve refletir-se numa abertura ao debate e à opinião dos seus públicos, assim como numa transparência que exige, por exemplo, a

57 No seguimento da distinção estabelecida anteriormente sobre os conceitos anglosaxão e francês de *audience* e *publique*, no caso do documento de princípios da EBU (2012), em língua inglesa, adotou-se o termo *públicos* para traduzir o conceito *audiences*, tomando assim posição pela tradição francesa, com o objetivo de tratar a audiência dos meios de serviço público como uma esfera pública de carácter ativo e participante.

publicação em livre acesso das linhas editoriais, a explicação de determinados procedimentos e a correção dos erros, admitindo publicamente a existência de falhas no serviço e demonstrando uma abertura que se reflete numa sujeição ao escrutínio público. Já o princípio da inovação transforma as empresas públicas de média num embrião de enriquecimento do meio ambiente mediático e de desenvolvimento dos países e regiões em que se inserem. Novas tecnologias que suportem novos formatos e novas formas de interligação aos públicos que os financiam e para os quais trabalham; este é o contexto de inovação a que os meios de comunicação que constituem a EBU desejam ser associados – e que acabam por representar, de forma genérica, os valores deterministas do serviço público na ótica europeia.

Do outro lado da divisão Norte/Sul, a rede de implementação dos meios públicos é, estruturalmente, menos consistente e, historicamente, mais dependente do poder político. O olhar do Sul para o sistema de comunicação pública do Norte, principalmente para o modelo europeu, é, generalizadamente, de admiração e exaltação, como se se tratasse de um exemplo a seguir, já que o sistema público de comunicação “aparece em muitos países, especialmente na Europa, como um contraponto ao poder que o privado poderia ter sobre o público (...) [e] tem servido, nos países democráticos, como parâmetro de competência e credibilidade no trato da informação” (Bolaño citado em Pereira, 2010, p. 4).

Apesar deste olhar sobre a Europa como modelo a seguir no campo da comunicação pública, o modelo norte-americano ainda se apresenta como a matriz estrutural do sistema mediático brasileiro, já que é um mercado de comunicação muito segmentado, com uma forte adesão do público aos meios privados, que por sua vez se encontram amplamente vinculados a grupos de interesses políticos e/ou económicos. Tendo por base de reflexão estas aparentes limitações do serviço público de comunicação no Brasil, poderão os média brasileiros estar presentes na edificação de um mundo descolonializado? E os média portugueses? Será a comunicação uma área do conhecimento de reforço do pensamento vigente, ou poderá ela ainda manter algumas características de contra-poder, de alternância cultural hegemónica, de “cão de guarda” da democracia? Se assim for, será o sistema público de comunicação, pelos seus princípios fundadores de universalidade, diversidade, independência e diferenciação categorizados pela Unesco, o meio mais habilitado a descolonizar o pensamento? Estas questões representam

pontos de partida para a reflexão mais aprofundada que se pretende inaugurar nos capítulos seguintes.

O sistema público de radiodifusão no Brasil

A breve história do sistema público de comunicação no Brasil

A 7 de setembro de 1922, o discurso de comemoração do centenário da independência do Brasil, por parte do Presidente da República do Brasil da época, Epitácio Pessoa, inaugura um novo passo na indústria das telecomunicações no país. Nesta data, acontece a primeira transmissão oficial via rádio no Brasil, para a qual foram importados 80 recetores de rádio especialmente para o evento, que cedo se soube consagrava um novo advento na história do país: a disseminação de canais de comunicação que pudessem contribuir para a difusão de informação através do extenso território brasileiro.

Apesar desta apropriação inicial das ondas hertzianas como veículos propagandísticos do poder estatal instituído, o surgimento do serviço público de rádio – e consequentemente do modelo público de comunicação – foi tardio (ao contrário do que aconteceu na maioria dos restantes países da América do Sul, como analisado nas páginas anteriores), ainda que o desejo da sua existência date da edificação da própria rádio no Brasil, em 1923. A história da rádio pública brasileira está intimamente ligada à rádio educativa, já que o empresário Roquette-Pinto, considerado o pai da rádio no Brasil, fundou a primeira estação de rádio do país – a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro – com o objetivo de divulgar, de uma forma extensiva, conteúdos que promovessem a formação e alfabetização dos ouvintes (Zuculoto, 2015). Entre 1923 e 1928, Roquette-Pinto apresenta um plano de implantação para a educação pela rádio através de duas emissoras, a Rádio Sociedade e a Rádio Escola Municipal. Este modelo de rádio educativa é posteriormente expandido na década de 30 com a afirmação da Rádio-Escola em emissoras de rádio parceiras no Rio de Janeiro e em São Paulo (Blois, 1996). Apesar de Roquette-Pinto deter indiscutivelmente o estatuto de pai da rádio, existe uma disputa sobre qual terá sido precisamente a primeira rádio a transmitir no Brasil. A tese mais consensual atribui efetivamente esta primazia à rádio Roquette-Pinto, em 1923, como referido anteriormente. No entanto, há quem defenda que

a 6 de abril de 1919 a Rádio Clube de Pernambuco já realizava experiências hertzianas, mas que não foram devidamente reconhecidas nos registos dos livros didáticos (Ortriwano, 1985).

A rádio inaugurou em São Paulo a 30 de novembro de 1923, aquando da instalação da SQIG - Rádio Sociedade Educadora Paulista (posteriormente adquirida pela Rádio Gazeta), mas o início oficial da radiodifusão no Brasil é levado a cabo no Rio de Janeiro a 7 de setembro de 1922, nas celebrações do centenário da Independência do Brasil. No entanto, apesar de estes serem os dados oficiais, os verdadeiros pioneiros da rádio, os pernambucanos (nascidos no estado do Pernambuco), que raras vezes são citados nos estudos deste campo, realizaram uma admirável odisseia radiofónica. Referimo-nos à Rádio Clube de Pernambuco, sob a batuta de António Joaquim Pereira, cujos funcionários João Cardoso Alves Filho, Carlos Bueno Lacombe, Oscar Pinto Moreira e Carlos Lyra, conseguiram o registo mais antigo conhecido da radiotelegrafia legal do país, à data de 6 de abril de 1919, com experiências de radio fonação entre 1919 e 1921, apesar de oficialmente registada como tal a 17 de outubro de 1923. Os documentos que corroboram esta informação fazem parte dos estudos realizados pelo investigador Luiz Beltrão Cavalcanti de A. Maranhão Filho, que dão conta de que já haveria programas de rádio antes de 1922. Ainda assim, o que prevaleceu como registo oficial é, na verdade, a obra de Edgard Roquette-Pinto, outro grande e importante pioneiro do Rio de Janeiro. (Zuculoto, 2012, p. 103)

Nesta época ainda não existia interesse do poder privado na rádio. Mas na década de 30, o interesse cresce ao mesmo ritmo da relevância social da rádio e o investimento privado toma conta do meio. Desde então, a rádio no Brasil tem-se desenvolvido numa lógica comercial dominada por vários grupos de radiodifusão que atuam em rede numa dimensão regional: “O rádio aqui sempre foi regional e local, até mesmo as emissoras em rede nacional, a exemplo de CBN e Band News FM têm a sua grelha de programação formada por janelas locais, caso contrário não teriam audiência” (Bianco, Esch & Moreira, 2015, p. 32).

No entanto, o fenómeno mais peculiar relativamente às empresas de média no Brasil é o do grande grupo, com a hegemonia de um grupo de comunicação, o grupo Globo de Comunicação, desde os anos 60, e líder de audiências ininterruptamente desde os anos 70 até aos dias de hoje, como esclarece o movimento social pela democratização da comunicação Intervozes:

No início, esse sistema era basicamente privado, mas com a estatização da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, pelo presidente Getúlio Vargas, em 1940, o sistema passa a ter um

carácter público. É nesse período também que surge a TV Tupi em São Paulo, em 1950, que também nasce primeiramente como emissora privada e depois, a partir de um acordo firmado pelo presidente e o dono da emissora Assis Chateaubriand, faz com que a mesma tenha também um carácter público. Esse carácter público inicial foi paulatinamente sendo substituído novamente por um carácter privado. Assim, as rádios e as TVs brasileiras, mesmo sendo fruto de concessões públicas, foram sendo mantidas ano após ano, nas mãos de pequenos grupos de interesse privado, sendo estruturadas ao longo das décadas como empresas comuns. (Intervozes, 2014, p. 34)

Quando a televisão foi implementada, nos anos 1950, já chegou num modelo comercial, privatizado, “desregulamentada ao extremo, e assim permanece até hoje” (Ramos citado em Pereira, 2010, p. 4). Com o advento da televisão, crescem ainda mais os interesses individuais ligados aos média; de destacar a grande influência de Assis Chateaubriand, empresário visionário do campo da comunicação, responsável pela implementação da televisão no Brasil⁵⁸.

Apesar de a rádio no Brasil ter sido impulsionada sensivelmente na mesma época dos restantes países do mundo⁵⁹, a certidão de nascimento oficial da rádio de sistema público data apenas de 1936, quando Roquette-Pinto doa o emissor da Rádio Sociedade ao Ministério da Educação e Saúde (MES). “E assim dava início a um dos sistemas da radiodifusão brasileira que por décadas se organizou sob a denominação de rádio educativo” (Zuculoto, 2012, p. 91), facto que alterou por completo o panorama mediático da época. A rádio brasileira constrói-se assente numa missão de massificação da educação e de transmissão ampliadora de cultura (Moreira, 1991), os quais são assumidamente princípios de interesse público. Tendo a rádio pública germinado na rádio educativa, conclui-se que, originalmente, a rádio no Brasil se aproximava mais do processo de alfabetização do que do processo de comunicação numa lógica mediática.

58 Chateaubriand é considerado um magnata das telecomunicações no Brasil. Nos anos 40 e 50 administrou os Diários Associados, o maior conglomerado mediático da América Latina no seu tempo: chegou a deter mais de cem jornais, revistas, uma agência telegráfica, várias emissoras de rádio e canais de televisão. Conhecido como o co-fundador do Museu de Arte de São Paulo (MASP), foi sobretudo pioneiro no lançamento da televisão no Brasil, tendo inaugurado em 1950 a PRF-3 TV Difusora, mais tarde renomeada TV Tupi de São Paulo, a primeira emissora de televisão do Brasil e da América Latina. Chateaubriand mandou instalar 200 aparelhos em pontos movimentados da capital paulista para o público comprovar a existência da televisão. Constituiu um forte opositor da entrada de capital estrangeiro no país – em particular do capital norte-americano que financiou o lançamento da Rede Globo em 1964 –, tendo mesmo sido considerado pela CIA como uma ameaça aos Estados Unidos (Castilho, 2008).

59 Em 1906, o norte-americano Reginald Fessenden havia construído o primeiro alternador de alta frequência, realizando a primeira transmissão de voz humana pela rádio no mundo. Em 1922 já existem estações de rádio com programações regulares em quase todo o mundo, incluindo Argentina, Canadá, União Soviética, Espanha e Dinamarca (Comunicações 2010). Em outubro deste mesmo ano nasce a BBC (*British Broadcasting Company*) e as primeiras estações de rádio em Shangai, na China, e em Cuba. Em 1923, Itália nacionaliza a rádio por decreto real e em França o meio é transformado em monopólio estatal. Em 1923, o Japão regulamenta as leis de funcionamento da rádio e opta por banir a publicidade. Em 1924, na Suécia é criado o modelo de estação de rádio sem anúncios e de orientação educativa.

Por se ter tratado de um processo de doação, a rádio pública no Brasil surge como uma rádio governamental. O cariz educativo acompanhou os anos primeiros da rádio pública, já que uma das condições que impôs no ato da doação foi a manutenção do seu carácter educativo-cultural: “E assim se iniciou um dos sistemas da radiodifusão brasileira que, por décadas, se organizou sob a denominação de sistema de rádio educativo e hoje se autoproclama rádio público” (Zuculoto, 2012, p. 255). A Rádio Sociedade, que com o passar dos anos adotou as designações de Rádio do Ministério da Educação primeiro e de Rádio MEC depois (e até hoje), esteve vinculada a este Ministério até 2007, ano em que passou a pertencer à EBC – e, aí sim, começou a fazer parte de um verdadeiro sistema público independente de radiodifusão. A EBC consiste numa empresa ligada ao Estado, com personalidade jurídica pública, mas autónoma face ao Governo.

Na rádio pública em Portugal não é permitido qualquer género de publicidade comercial; pois também no Brasil a ausência de publicidade é observada como uma das garantias fundamentais da missão de serviço público:

(...) mídia pública é aquela que cumpre o papel de dar visibilidade ao debate público, sendo autónoma em relação ao mercado e também livre das amarras ou das ingerências governamentais. Essas variadas ênfases ou visões são fruto das influências que a ideia de comunicação pública absorveu em seu percurso histórico durante boa parte do século XX. (Pereira, 2010, p. 2)

De acordo com a definição da Associação das Rádios Públicas do Brasil (Arpub), as emissoras públicas são aquelas mantidas com recursos de governo (federais, estaduais e municipais), identificadas como educativas, culturais ou universitárias. Em Portugal, não existe este tipo de distinção. No entanto, a legislação portuguesa parece ter os mesmos princípios ontológicos que a lei brasileira, ainda que aparentando ser mais específica e detalhada: “deve assegurar uma programação de referência, inovadora e com elevados padrões de qualidade, que satisfaça as necessidades culturais, educativas, formativas, informativas e recreativas dos diversos públicos” (Condesso, 2007, p. 510).

A entrada de publicidade no mercado radiofônico brasileiro ocorre em 1932, regulamentado pelo Decreto nº 21.111⁶⁰ do Presidente Getúlio Vargas, sendo essa a data oficial de nascimento do sistema comercial de radiodifusão no Brasil. A desafiar o crescente desabrochar de novos canais comerciais da década de 30, em 1940 ocorre a nacionalização de mais uma estação de rádio estratégica: a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Tratando-se de um emissor de forte alcance, o governo de Vargas percebeu o potencial de controlar uma emissora desta envergadura, possibilitando-lhe um manancial propagandístico de elevada eficácia. Apesar da estatização, manteve o seu *modus operandi* comercial e, “paradoxalmente, reinou absoluta na Época de Ouro da radiofonia brasileira, transformada na rádio padrão do país” (Zuculoto, 2012, p. 256). Trata-se, atualmente, de uma das estações de rádio que passou a integrar a EBC em 2007.

Em 1945, a estação governamental MEC realiza uma ação de expansão da sua missão de serviço público: perseguindo o seu propósito educativo-cultural, e de forma a promover a universalização deste objetivo, realizaram-se produções de canções e textos de formação sobre os mais diversos temas, tendo sido distribuídos transistores pela população, num gesto de promoção da escuta desses programas e da exposição a esses conteúdos educativos. Em 1957 surge a primeira rádio universitária, a Rádio da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), prosseguindo este caminho de construção de uma rede de estações destinadas à aprendizagem (Zuculoto, 2008). As rádios universitárias fazem parte, ainda hoje, do sistema público de radiodifusão, que contempla emissores educativos, universitários, culturais e públicos.

Em 1969 foi estatizada a Rádio Cultura AM de São Paulo⁶¹. Estação comercial no ato da sua fundação, em 1936, a antiga Rádio Sociedade Cultura era propriedade da família Fontoura, que a fundou com o objetivo de divulgar as atividades artístico-culturais de São Paulo. Havia sido adquirida em 1959 pelo Grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, que no final dos anos 60 a transferiu, juntamente com a TV Cultura, para o controle da recém-criada Fundação Padre Anchieta, tornando-se então uma estação de rádio dirigida por uma fundação pública de direito

60 O Decreto nº 21.111 aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. O artigo 97 do capítulo XVII refere a distribuição igualitária da rede de radiodifusão por todo o território nacional, apesar de nunca ter sido colocada em prática: “No estabelecimento dos serviços de radiocomunicação, ter-se-á em vista distribuir equitativamente pelos Estados e território da República estações, frequências, potências e horários de funcionamento”.

61 A rádio Cultura AM de São Paulo, antes de ser estatizada, foi a primeira rádio pirata do Brasil e emitia sob o nome de Rádio DKI – a voz do Juqueri (Adami, 2015).

privado⁶². Numa época em que a cultura do café dominava a estrutura económica da grande metrópole, e esta já se constituía como o estado mais produtivo do país, tornara-se estratégico para um governo de cariz controlador (anos antes havia sido implementado o Regime Militar, que vigorou entre 1964 e 1985) o cerco a um meio de comunicação já poderoso e massificador, cujo potencial de controlo populacional era imenso.

Na sequência da afirmação da rádio pública brasileira como rádio de cariz educativo, em 1970 é criado o projeto estatal Minerva⁶³, como um modo de educação formal e não formal através da rádio, integrada no sistema educativo. A rádio MEC do Rio de Janeiro foi o principal centro de produção destes programas educativos, que eram retransmitidos por uma série de outras estações espalhadas pelo país. O facto de, na época, se viver um regime político autoritário fez com que o projeto Minerva integrasse “linhas políticas da ditadura militar para desenvolvimento das comunicações e da educação à distância via rádio como meio de integração nacional e propagação da sua ideologia” (Zuculoto, 2012, p. 258). Em 1977, o Ministério das Comunicações regula de forma quantitativa a distribuição de emissores educativos e comerciais pelo espectro eletromagnético, tendo atribuído 350 canais à operação de rádios educativas no FM.

Os anos que se seguiram foram de profundo descrédito dos média públicos:

(...) Desde os anos 1980, com o fortalecimento das ideias neoliberais no Ocidente, a mídia financiada por verbas públicas enfrenta uma séria crise de identidade e legitimidade, com cortes nos orçamentos e pressão por audiência. (...) Na América Latina e especificamente no Brasil – onde a legislação exige das emissoras públicas um enfoque educativo-cultural para não ameaçar a hegemonia da mídia comercial –, as críticas aos veículos financiados pelo Estado se referem principalmente à utilização política das emissoras, à baixa audiência e ao pouco impacto sócio-cultural das transmissões. (Detoni, 2015, p. 21)

62 Fundação ligada ao governo do Estado de São Paulo. O estatuto de fundação pública de direito privado representa um estatuto financeiro de proveniência estatal mas um regime de estatutos autónomo. A Rádio Cultura é uma rádio de cariz musical e o seu canal em FM especializou-se no segmento de música clássica a partir de 1983 (Weber, 2014, entrevista pessoal). Desde a sua nacionalização, em 1969, assume-se como uma rádio de interesse público que, segundo os estatutos da Fundação, apresenta como derradeiro objetivo “o enriquecimento educacional e cultural de seu público ouvinte” (Fundação Padre Anchieta, 1989, p. 89). Apesar de ser considerada um meio de comunicação não-governamental, “conceituando-se como ‘emissoras públicas’, foram instituídas pelo governo estadual e dele recebem o aporte maior para sua manutenção” (Zuculoto, 2008, p. 4).

63 Programa estatal de transmissão nacional obrigatória. De fraca aceitação junto do público escolar, não resolveu a questão do elevado índice de analfabetismo no país (Bianco, Esch & Moreira, 2015).

É num cenário de profunda concentração dos meios rádio e televisão nas mãos do setor privado, com as grandes empresas mediáticas concentradas, sobretudo, no eixo Rio de Janeiro-São Paulo, distribuindo a sua programação, em horários específicos, para outros estados através de satélite que, em 2006, observamos no panorama mediático brasileiro o surgimento de um outro setor – o público – e de um outro ponto fora do eixo principal – Brasília. Até 2006, o sistema de serviço público residia nas rádios e televisões educativas, universitárias, culturais e governamentais. Incluímos aqui o sistema governamental, utilizado para difundir atividades dos poderes públicos, porque, segundo a Unesco, alguns destes canais e estações podem exercer funções de serviço público, não podendo, no entanto, definir-se como verdadeiros meios de radiodifusão de serviço público porque “o seu controlo governamental, restrito a modelos orçamentários, revela lacunas de independência e imparcialidade na administração” (Unesco, 2006, p. 29). Neste contexto de contribuição governamental para a edificação de um sistema público, a EBC poderá constituir uma das ferramentas fundamentais para, cinco décadas depois, retomar o projeto de uma rede nacional pública de televisão fermentado no segundo governo Vargas⁶⁴, agora com o apoio à distribuição de uma rede de transmissores de rádio e de um conjunto de serviços informativos designados para a web (Pereira, 2010).

Todavia, seria presumível que uma estrutura mediática com mais de 90 anos de existência tivesse fortalecida a ligação do seu público à realidade social. Mas a verdade é que a chegada tardia de um sistema mediático de implementação pública ao Brasil poderá ter contribuído para a distanciação da sua população face aos meios não-comerciais: “O bloqueio ao acesso a um rádio, e depois a uma televisão, sem publicidade formou gerações alienadas” (Leal Filho, 2014).

Académicos, organizações da sociedade civil, movimentos sociais pela democratização da comunicação, instituições de independência governamental ou privada e até, a certo ponto, o poder político; todos reconheceram que, face a este cenário monopolista da cultura mediática brasileira, era necessária a criação de um verdadeiro sistema público de comunicação, para

64 O primeiro governo Vargas, frequentemente designado por “Era Vargas” (1930-1945), subsistiu durante 15 anos, tendo-se assumido nos últimos anos como um regime ditatorial que, tal como em Portugal, foi designado por Estado Novo (1937-1945), seguindo a tendência política de autoritarismo dos regimes europeus da altura.

cumprir exigências de políticas públicas consagradas na Constituição de 1988⁶⁵. Em 2006 é legalmente criada a EBC, tendo o governo de Luiz Inácio Lula da Silva reforçado uma vontade política de implementar um sistema público de radiodifusão e retomado o processo com maior empenho (Maluly, 2008). No entanto, no âmbito do contexto brasileiro da radiodifusão, pode afirmar-se que a permanência pública nos média é fraca, quando comparada à instalação dos meios privados.

Atualmente, o sistema de radiodifusão brasileiro concretiza-se em mais de 9700 emissores e retransmissores de rádio e televisão (Ministério das Comunicações, 2010). As rádios educativas, consideradas parte integrante do setor público no Brasil, representam apenas 2,5% da utilização total do espectro eletromagnético para radiodifusão. Rádios de âmbito universitário, de natureza cultural, administradas por fundações sem fins lucrativos e de cariz governamental são parte integrante do guarda-chuva das rádios educativas que, segundo a lei, são outorgadas com concessão de rádio de objetivo educativo:

A estrutura do sistema público de radiodifusão é formada por emissoras educativas concedidas pelo governo a universidades, fundações públicas de direito público, fundações públicas de direito privado, governos federal, estaduais ou municipais⁶⁶. A outorga para a execução de serviços de radiodifusão com fins exclusivamente educativos só pode ser pleiteada por entidades que não tenham finalidade lucrativa. Não há um gestor único do sistema de radiodifusão a considerar que o modelo de concessão permitiu a distribuição de canais para entes com natureza jurídica distinta que mantêm forma de financiamento, gestão e estrutura determinados pela forma como se organiza a entidade que abriga a emissora de rádio ou TV. (Observatório da Radiodifusão Pública da América Latina, 2017)

No início dos anos 2000 adensam-se dois debates no Brasil: por um lado, a modernização das tecnologias de produção e distribuição da rádio e da televisão, no âmbito do processo de digitalização dos meios; e por outro, a implementação de um serviço público de radiodifusão que

65 A Constituição de 1988 é o documento em que se estipula a existência de um serviço público de comunicação. No artigo 21 é referido o seguinte compromisso do Governo Federal para com a sociedade civil: “Compete à União (...) explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão (...) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (Brasil, 1988, art. 21°).

66 Os mecanismos de governação no Brasil desdobram-se entre os governos federal, estadual e municipal. O Governo Federal é liderado pelo Presidente da República, que seleciona o seu conjunto de ministros, e são eles que exercem o poder executivo. Já o legislativo, é composto por senadores e deputados federais eleitos por voto direto para integrarem o Congresso Nacional. O Governo Estadual é dirigido pelo Governador do Estado onde o eleitor exerce o seu direito de voto. Governador e Secretários de Estado compõem o poder executivo, deputados estaduais alocados à Assembleia ou Câmara Legislativa agregam o poder legislativo. Por fim, o Governo Municipal é liderado pela Prefeitura, constituída pelo Prefeito e por secretários municipais, estando o poder legislativo a cargo da Câmara de Vereadores. De referir ainda que os governos federal e estadual dispõem de mecanismos judiciais próprios, respetivamente a Justiça Federal Comum e a Justiça Federal Especializada, e o Tribunal de Justiça.

cumpra as ambições da Constituição de 1988, ainda por regulamentar e cumprir. É com este objetivo que surge a EBC, no sentido de fazer cumprir exigência de complementaridade do artigo 223⁶⁷. Numa iniciativa governamental de abertura dos meios de comunicação à sociedade civil, e de estímulo à sua inclusão nas decisões dos meios financiados por ela própria, a EBC Rádios foi criada em 2007 no âmbito das emissoras do governo federal, no seio da Radiobrás. Além da sua função de gestão da estrutura empresarial da rádio e televisão públicas detida pelo poder federal, também lhe compete a criação de mecanismos de solidificação do serviço público, “instituinto o Sistema Público de Comunicação, e também a tarefa de articular e implantar a Rede Nacional de Comunicação Pública” (Observatório da Radiodifusão Pública da América Latina, 2015).

Nove emissoras com histórias e características bem diferentes, mas unidas em torno do desafio de promover o direito à comunicação e os demais direitos humanos. Além, é claro, de serem garantia de informação, cultura, educação e entretenimento. As rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) têm este compromisso com o ouvinte-cidadão e contribuem para a construção de um Sistema de Rádios Públicas no Brasil. (sítio da EBC)

Com vista à concretização destes objetivos, a EBC tem vindo a realizar, na última década, consistentes esforços para desenvolver o referido sistema em rede: desde parcerias com outras rádios de âmbito regional e local, ao disponibilizar conteúdos produzidos a outras estações de carácter público⁶⁸ (Weber, 2014, entrevista pessoal), passando pela distribuição e veiculação de programação em rede, especialmente nas estações de cariz universitário. Além de nove estações de rádio em onda média e curta – MEC AM e FM, Rádio Nacional do Rio de Janeiro AM (no Rio de Janeiro), Nacional de Brasília AM e FM, MEC AM (em Brasília), Nacional do Alto Solimões AM e FM (em Tabatinga) e Nacional da Amazônia (no estado do Amazonas) –, a EBC agrega ainda a TV Brasil e a TV Brasil Internacional, com 43 afiliadas e mais de 60 retransmissores espalhados pelo país. A par das estações de rádio acima referidas, cujos emissores são detidos diretamente pela EBC, mais de 500 rádios brasileiras reproduzem parcialmente a programação radiofónica das

67 “Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” (Brasil, 1988, art. 223º).

68 Outras estações de rádio de concessão pública, como por exemplo a Rádio Cultura, são beneficiárias dos serviços da Radioagência da EBC, podendo descarregar gratuitamente programas ou conteúdos e transmiti-los ou editá-los. Entre os canais de televisão de abrangência estadual que usufruem do serviço da Agência Brasil, a principal agência noticiosa pública do país, destacam-se a TV Cultura de São Paulo, a Rede Minas do estado de Minas Gerais e TVE do Rio Grande do Sul.

diversas estações de rádio, especialmente programas de cariz jornalístico (Observatório da Radiodifusão, 2014).

Apesar de esta clara separação de poderes entre Estado, interesses privados e esfera pública se encontrar consagrada na Constituição desde 1988, até 2007 não existia por parte do poder político brasileiro uma tentativa efetiva de regulamentar o dispositivo constitucional ou de especificar formas de implementação do referido sistema de complementaridade. Na prática, essa complementaridade nunca se concretizou e, historicamente, acabou por haver um predomínio das emissoras privadas que, ainda hoje, mesmo com a criação da EBC, são dominantes. A implementação da EBC no mercado de comunicação no Brasil não chegou para romper com esta tendência mas veio certamente potenciar a existência de alternativas ao sistema hegemónico vigente, permitindo a diversificação de produtos mediáticos e a alternância de representação social nos média. Aprofundaremos, de seguida, o modelo legislativo do direito para a comunicação social no Brasil e a abertura a modelos de regulação dos média, discutindo a sua implementação.

A legislação brasileira para a radiodifusão

A existência de um serviço público de comunicação está prevista na Constituição brasileira, um documento de 1988, redigido após o fim do regime militar de 1964-1985. Nele está prevista a existência de um sistema de comunicação complementar entre as dimensões estatal, pública e privada da comunicação. Esta divisão tripartida de poderes pretendia, assim, representar a leitura das três esferas de poder basilares da sociedade: a esfera pública, a esfera privada e o Estado-Nação.

Apesar desta clara divisão entre os três regimes de controlo dos média, a distribuição real dos meios de comunicação brasileiros por setores de atuação não espelha a segmentação prevista na Constituição. Como foi referido na secção anterior, o sistema de radiodifusão no Brasil fragmenta-se em estações comerciais, governamentais e públicas (onde se incluem as educativas, universitárias, culturais e comunitárias). No entanto, a explicitação desta diferenciação não se encontra atualizada na legislação brasileira. Existem cerca de 400 estações estatais, educativas, culturais e universitárias no Brasil, apesar de este dado ser uma estimativa, já que o número exato de emissoras não consta nos registos do Ministério das Comunicações. De salientar que ainda

não foi realizada uma classificação das estações de rádio que seja apropriada aos três sistemas da Constituição, público, privado e governamental. Como os esforços de regulamentação ainda não foram sistematizados, encontrando-se ainda ao nível da proposta ou do projeto de lei, a legislação que disciplina a radiodifusão, formulada na década de 60, está desatualizada e promove a confusão em termos legais e conceptuais. Torna-se, por isso, uma tarefa dúbia definir as estações educativas, culturais e universitárias segundo a sua natureza, se pública se governamental, pois a legislação não facilita uma implementação sólida do sistema público:

O caso brasileiro é emblemático porque, como regra geral, ainda que exista uma ampla sobreposição de legislação não há padrão jurídico único para as emissoras públicas. São 17 as modalidades jurídicas que amparam o funcionamento de emissoras públicas, tais como regime de fundação pública de administração pública indireta e direta, empresa estatal de administração pública direta, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público ou fundação de direito privado e público, entre outras. Soma-se a esse aparato jurídico a subordinação de parte das emissoras a secretarias de governo, prefeituras municipais, universidades estaduais e federais, entre outras instituições do aparato estatal. Para geri-las é necessário enfrentar um sistema burocrático que limita ações de captação e gestão de recursos, contratação e demissão de funcionários e até compra de equipamentos e material de consumo. (Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, 2017)

De acordo com o artigo 12º do Decreto-Lei nº 236 de 1967, a categorização das estações de rádio demarca-se entre as seguintes seis formulações: FM comercial, FM educativa, rádio comunitária, ondas médias, ondas curtas e ondas tropicais. Como esta categorização não cabe na divisão sistémica estipulada na Constituição, especialistas no tema observam-na como uma formulação controversa que tem provocado um debate intenso nas instâncias políticas e na própria sociedade civil, como exploraremos a seguir. Em relação às rádios comunitárias, por exemplo, a Associação Brasileira das Rádios Comunitárias (Abraço) defende a criação de uma Lei Geral da Radiodifusão que regulamente as estações comunitárias como prestadoras de serviço público e meritórias de tratamento isonómico.

Ainda antes do início do regime militar, em 1962, é promulgada a primeira legislação da radiodifusão, a lei 4.117 de 27 de agosto, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Antes desta lei, a divisão entre sistemas comercial e não-comercial não se encontrava estabelecida

por lei e as rádios educativas também ainda não haviam sido formalizadas. É através da referida lei que são definidos os períodos de concessão e autorização das licenças de radiodifusão, períodos esses que se mantêm até aos dias de hoje:

§ 3º Os prazos de concessão e autorização serão de 10 (dez) anos para o serviço de radiodifusão sonora e de 15 (quinze) anos para o de televisão, podendo ser renovados por períodos sucessivos e iguais se os concessionários houverem cumprido tôdas as obrigações legais e contratuais, mantido a mesma idoneidade técnica, financeira e moral, e atendido o interesse público (art. 29, X⁶⁹). (Brasil, 1962, art. 33º)

A destacar nesta alínea encontra-se o longo período de atribuição da licença de difusão e transmissão para o meio televisivo, em comparação com o meio rádio, distinção esta que, regra geral, não é estabelecida com frequência, comparativamente com outros países da zona Mercosul⁷⁰, já que 15 anos consiste num período de execução mais amplo, permitindo à televisão uma postura mais instalada. Esta lei de 1962, cujo processo de promulgação foi precedido de alguns atos de veto por parte do Congresso Nacional, não foi objeto de revisão até hoje e a sua desadequação tem gerado algum debate no seio do meio académico e da sociedade civil. Vários investigadores e movimentos sociais pela democratização da comunicação têm exigido a revisão do sistema de outorgas e a atualização da legislação de licenciamento, pelo motivo de que “esta lei já nasceu problemática e divorciada da realidade brasileira, submetendo o interesse público a que deve estar sujeita a comunicação aos interesses privados” (Zuculoto, 2012, p. 257).

É apenas após a queda do regime militar que havia tomado o país de assalto em 1964 que surge o documento mais marcante para a regulamentação dos média no Brasil: a Constituição de 1988. No seu artigo 223º encontram-se cinco alíneas que concedem ao Governo Federal o poder e a obrigação de outorga e retirada de concessões para radiodifusão. Das cinco destacamos a primeira, a segunda e a quinta alíneas, que concretizam o processo de atribuição do espectro

69 De acordo com o artigo 29, capítulo X, é da competência do Conselho Nacional de Telecomunicações a avaliação da atribuição ou renovação das concessões de espectro eletromagnético: “Art. 29 – Compete ao Conselho Nacional de Telecomunicações: (...) x) outorgar ou renovar quaisquer permissões e autorizações de serviço de radiodifusão de carácter local (art. 33, § 5º) e opinar sobre a outorga ou renovação de concessões e autorizações (art. 34º, §§ 1º e 3º)” (Brasil, 1962, art. 29º, X).

70 A licença para exploração de serviços de rádio e televisão em Portugal é atualmente de dez anos. Também Peru e Colômbia apresentam períodos de licenciamento de dez anos, assim como a Argentina, que em 2009 reduziu a atribuição de licenças para operação de meios audiovisuais de quinze para dez anos. Apenas o Chile se afasta desta norma, onde a concessão de radiodifusão é de 25 anos, em oposição à concessão de televisão, que consiste em apenas dez anos para canais generalistas e cinco para canais comunitários.

eletromagnético e regulamentam as suas diretrizes gerais, nomeadamente a desejável complementariedade entre os sistemas privado, público e estatal⁷¹. A nenhum destes sistemas e suas entidades gestoras – empresas, sociedade civil ou Governo – é delegada a responsabilização exclusiva do exercício da atividade mediática:

§ 1º - Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal. § 2º - A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. (...) § 5º - O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão” (Brasil, 1988, art. 223º).

Importa destacar neste trecho a referência à obrigatoriedade da votação nominal⁷² na renovação ou rejeição de uma concessão de radiodifusão. O facto de a renovação ou não de determinada concessão se concretizar através de voto público dos deputados poderá condicionar uma avaliação isenta de pressões políticas e económicas, já que a votação se torna pessoal e poderá ter implicações futuras. Há quem discuta a alteração desta particularidade da votação e também a exigência de dois quintos do congresso para a alteração ou cancelamento da concessão de radiodifusão, sob o argumento de que, para que quase metade da totalidade dos congressistas denuncie falhas na apropriação ou execução da concessão, seria necessário um forte empenho no debate e um criterioso comprometimento com a neutralização dos poderes instituídos.

Embora o quadro seja dramático, não significa que não existam saídas. Elas dependem fundamentalmente de algumas mudanças legais e de vontade política dos órgãos competentes, especialmente do Ministério das Comunicações e da Anatel. Esses dois órgãos, que deveriam garantir o interesse público no setor, pouco ou nada fazem para isso, fechando muitas vezes os olhos para as constantes ilegalidades praticadas pelas emissoras comerciais. Além disso, o processo de renovação das outorgas é, na prática, automático, já que não conta com nenhuma avaliação do uso feito pelos concessionários e nem abre espaço para novos concorrentes. O que era para ser concessão se transformou em capitania hereditária. (Intervozes, 2014, pp. 35-36)

71 A Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) defende a reformulação do artigo 223º da Constituição Federal, incluindo a divisão equitativa de um terço do espectro eletromagnético para cada um dos sistemas, o público, o estatal e o privado (Sóter citado em Pereira, 2010).

72 Segundo a Câmara dos Deputados do Brasil, a votação nominal é o processo de votação em os votantes e/ou os seus votos são passíveis de ser identificados, podendo suceder na sequência da chamada individual dos deputados ou através de um sistema eletrónico. Este é o *modus operandi* mais comum no Plenário brasileiro (Câmara dos Deputados, 2015).

Apesar das fraquezas identificadas acima, especialistas na área do Direito da Comunicação reconhecem a Constituição de 1988 como um documento marcante, que implicou uma viragem importante na legislação para a Comunicação Social, pois reconheceu os problemas concretos da radiodifusão, tentando corrigi-los (Araújo, 2014, 29 de outubro). Esta correção foi concretizada ao nível de três estágios do sistema mediático brasileiro. Primeiramente, estabeleceu a complementaridade dos três sistemas referidos, promovendo a sua demarcação ontológica e a criação de um verdadeiro sistema público de comunicação em que poder governamental e interesses privados se ausentam. Em segundo lugar, apesar de apenas se constituir como uma tentativa formal de denúncia constitucional, insuficiente para uma efetiva correção do problema, importa referir o destaque dado à questão da concentração empresarial. Desde 1988 que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (Brasil, 1988, n.º. 5.º, art. 220º), tornando a comunicação o único domínio social em que estes dois tipos de concentração empresarial são criminalizados pela lei⁷³. Em terceiro lugar, foi através da Constituição que se concretizou uma medida mais abrangente de estímulo à programação regional e local, em particular através do artigo 221º: “II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei” (Brasil, 1988).

Apesar de apenas se ter materializado 19 anos depois, a criação da EBC em 2007 concretizou a existência de um sistema previsto na Constituição, tendo partido de um esforço governamental de reorganização do serviço público e, conseqüentemente, da totalidade do sistema de comunicação. De acordo com a função dos vários setores da comunicação legitimada na Constituição, o sistema estatal tem como compromisso ser o porta-voz do governo, prestando-lhe um serviço de divulgação capaz de expor a perspectiva governamental numa lógica de democracia mediática. Já o sistema privado no Brasil espelha a acumulação de interesses económicos que se dispersaram por grupos familiares claramente identificados e relacionados

⁷³ Nos demais setores de atividade, o monopólio e o oligopólio são apenas desaconselhados através do parecer da Comissão para a Avaliação da Defesa da Concorrência (CAD).

com grupos midiáticos de grande poder na sociedade. Por último, o sistema público prevê a participação da sociedade civil no sistema de comunicação, materializando os princípios fundadores de serviço público (Mendel, 2011), como a universalidade, diversidade e responsabilidade e “também como componente importante da variedade democrática, (...) oferecendo pluralidade de opinião e da diversidade cultural sem intermediação do governo ou de interesses da iniciativa privada” (Observatório da Radiodifusão, 2015).

A legislação reguladora da EBC é promulgada a 7 de abril de 2008, pelo então Presidente da República Lula da Silva. A lei ordinária 11.652/2008⁷⁴ institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo poder executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o poder executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação. Em 2009, o artigo 32º foi alterado pela Lei 12.024, de 27/08/2009, que “atribui à Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel as atribuições de apurar, constituir, fiscalizar e arrecadar a contribuição para o fomento da radiodifusão pública” (Brasil, 2009, 12.024). Esta responsabilização da Anatel encontra-se descrita com clareza nesta lei de 2009⁷⁵, em que são atribuídas à agência funções de financiamento e fiscalização:

§ 7º À Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel compete planejar, executar, acompanhar e avaliar as atividades relativas a tributação, fiscalização, arrecadação, cobrança e recolhimento da contribuição prevista neste artigo, cabendo-lhe promover as demais atividades necessárias à sua administração. § 8º A retribuição à Anatel pelos serviços referidos no § 7º será de 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) do montante arrecadado. § 9. O percentual e a forma de repasse à Empresa Brasil de Comunicação –

74 Lei que “institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta” (Brasil, 2008: 11.652) e que registra a autorização necessária para que o Poder Executivo crie formalmente a EBC. Além disso, procede à alteração da Lei 5.070 de 7 de julho de 1966, lei essa que instituiu o Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), “destinado a prover recursos para cobrir as despesas feitas pelo Governo Federal na execução da fiscalização dos serviços de telecomunicações, desenvolver os meios e aperfeiçoar a técnica necessária a essa execução” (Brasil, 1966, art. 1º). O Fistel teria origem em “dotações consignadas no Orçamento Geral da União, créditos especiais, transferências e repasses que lhe forem conferidos”; também lucros referentes a “operações de crédito que contratar, no País e no exterior, e rendimentos de operações financeiras que realizar”; outros rendimentos relacionados com o “exercício do poder concedente dos serviços de telecomunicações, no regime público, inclusive pagamentos pela outorga, multas e indenizações”; com o “exercício da atividade ordenadora da exploração de serviços de telecomunicações, no regime privado, inclusive pagamentos pela expedição de autorização de serviço, multas e indenizações”; com o “exercício do poder de outorga do direito de uso de radiofrequência para qualquer fim, inclusive multas e indenizações”; e ainda taxas de fiscalização, rendimentos oriundos de convênios, acordos e contratos celebrados com instituições públicas ou privadas, doações, emolumentos, multas, venda ou locação de bens e prestação de serviços por órgãos da Agência Nacional de Telecomunicações.

75 Lei que regula a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP), uma contribuição instituída pelo artigo 32 da Lei nº 11.652/2008, “para o fomento da radiodifusão pública, com o objetivo de propiciar meios para a melhoria dos serviços de radiodifusão pública e para ampliação de sua penetração mediante a utilização de serviços de telecomunicações” (Brasil, 2008, art. 32º). Esta contribuição deve ser paga anualmente, até ao dia 31 de março, por todos os prestadores de serviços que constam do anexo desta lei, no qual também se encontra a informação sobre o valor a pagar.

EBC dos recursos arrecadados com a contribuição deste artigo serão definidos em regulamento, respeitados o mínimo estabelecido no inciso III do art. 11 desta Lei e o disposto no § 8º deste artigo. § 10. Enquanto não editado o decreto a que se refere o § 9º, deverá a Anatel repassar integralmente à EBC toda a arrecadação da contribuição deste artigo, observado o disposto no § 8º deste artigo. (Brasil, 2009, Lei nº 11.652/2008, art. 32º)

Na alteração à legislação de 2008 acima citada, é possível aflorar o tortuoso tema do financiamento das concessões públicas no Brasil; aliás, este pode ser considerado o mais polémico dispositivo de implementação do serviço público no Brasil na indústria dos média. De acordo com o modelo europeu – no qual se inclui o caso português –, o Estado é, habitualmente, o principal financiador do sistema público. No Brasil, além do orçamento alocado pelo Governo Federal e gerido pela Anatel, coexistem alternativas de financiamento que diversificam as fontes de sustento dos meios públicos e que estão estabelecidas na lei. Para que a EBC não esteja apenas dependente de financiamento estatal, o governo de Lula da Silva criou em 2008 a Contribuição para o Fomento da Radiocomunicação Pública⁷⁶: um recurso oriundo do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), previsto na legislação de 1966, para financiamento da recém-criada empresa pública de comunicação. No entanto, as restantes empresas do mercado da comunicação reagiram contrariamente a este modelo de financiamento, atirando a EBC para um cenário de dependência financeira quase exclusivamente estatal:

Mesmo sem representar uma nova taxação, as empresas de telefonia brasileiras movem uma Ação Direta de Inconstitucionalidade para questionar o Fundo, com depósito do valor em juízo. Sem essa contribuição a EBC segue dependente dos recursos do Tesouro Nacional, impedida de anunciar bens e serviços de empresas privadas, apesar de fazer propaganda de órgãos públicos e receber apoio cultural para algumas produções. (Observatório da Radiodifusão, 2014)

Tendo em conta que a EBC não constitui a única empresa de comunicação de carácter público no modelo brasileiro, também importa fazer menção ao modelo de financiamento das

⁷⁶ O Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel) consiste em parte da Taxa de Fiscalização de Instalação (TFI) e da Taxa de Fiscalização de Funcionamento (TFF), cobradas pela Anatel às empresas operadoras de telecomunicações. Os recursos arrecadados pelo Fistel são uma das fontes de financiamento da Anatel, subdividindo-se no Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust) e no Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações (Funttel) (Agência Câmara de Notícias, 2005).

rádios educativas. Este modelo foi pela primeira vez regulamentado no artigo 13º do Decreto-Lei nº 236 de 28 de fevereiro de 1967. Aí se estabelece que rádios e televisões educativas não apresentam carácter comercial, logo, não poderão transmitir qualquer tipo de publicidade, seja ela de forma direta ou indireta. Posteriormente, o artigo 19º da Lei 9.637 de 15 de maio de 1998 veio alterar, parcialmente, esta proibição, prevendo que os meios educativos possam praticar atividades de patrocínio cultural, nomeadamente transmissão de publicidade institucional de entidades de direito público ou privado com um fim cultural, ainda que não lhes seja permitida a venda de intervalos ou a prática comercial de anúncios. Conclui-se, portanto, que na prática as rádios educativas podem transmitir publicidade, desde que a sua natureza seja de apoio cultural, numa abordagem não distinta dos restantes meios de comunicação públicos no Brasil:

Do ponto de vista jurídico, as emissoras públicas estão abertas a receberem recursos orçamentárias dos mantenedores e captação externa mediante patrocínios a programas, apoio cultural, publicidade institucional e legal, prestação de serviço, licenciamento e venda de produtos e serviços. As emissoras podem ainda participar de programas de incentivo à produção de conteúdo⁷⁷. (Observatório da Radiodifusão, 2015)

Tanto no modelo público, como no governamental, a publicidade é expressamente proibida. O sistema governamental ou estatal é composto por empresas com personalidade jurídica pública, mas sem autonomia face ao Governo, funcionando como veículos de expressão dos poderes Executivo, Legislativo e Judicial. A Rádio Senado, a Rádio Câmara FM, a TV Senado⁷⁸, a TV

77 No conjunto dos referidos programas de incentivo à produção independente incluem-se a Lei 8.313, também apelidada de Lei Rouanet, que implementou o Programa Nacional de Apoio à Cultura, podendo tanto pessoas físicas como jurídicas proceder à apresentação de propostas. Ainda no âmbito cultural, mas mais direcionado para a produção audiovisual, encontra-se o DOCTV – Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro, criado em 2003 pelo Governo Federal.

78 A TV Senado é o canal de televisão brasileiro que transmite informações relacionadas com o Senado Federal do Brasil. Foi fundada a 5 de fevereiro de 1996 pelo Senado Federal. A TV Senado transmite por cabo e satélite, podendo ser captada em mais de cinco mil municípios brasileiros.

Câmara⁷⁹, a TV NBR⁸⁰, o *Jornal do Senado*⁸¹ e o *Jornal da Câmara*⁸² são os principais meios estatais, sendo a Rádio Senado, a TV Senado e *Jornal do Senado* posse do Congresso, a Rádio Câmara FM, a TV Câmara e o *Jornal da Câmara* detidos pelo conjunto dos deputados e a TV NBR pelo Governo Federal.

A Rádio Câmara FM, cujo *slogan* é “A rádio da cidadania”, foi fundada em 1999. Pertence à Câmara dos Deputados e a sua cobertura abrange todo o Distrito Federal de Brasília. O material produzido pela Rádio Câmara é integralmente público e pode ser usado de forma livre e gratuita por qualquer outra estação de rádio, pública ou privada, para utilização na programação regular ou em regime de *podcast*, por meios brasileiros ou estrangeiros. Os conteúdos livres são colocados no sítio da estação⁸³ e consistem em programas musicais, de entrevista, notícias, reportagens especiais e radionovelas, cujo âmbito será sempre o de divulgação das atividades do Congresso Nacional. Existe uma preocupação na disponibilização destes conteúdos para outros meios com menor acesso tecnológico, já que também pode ser requisitado gratuitamente o envio de um CD mensal com uma seleção dos melhores programas e reportagens de cada mês. A única exigência feita às estações beneficiárias deste serviço no manuseio destes materiais é a manutenção do *jingle* que identifica o produto e a estação ou, no caso da utilização de trechos de um programa, que os créditos dessa peça áudio sejam atribuídos à produção da Rádio Câmara FM.

A Rádio Senado foi fundada a 29 de janeiro de 1997 em Brasília pelo Senado Federal. Presentemente, possui 13 frequências e o seu *slogan* é “Comunicação para a cidadania”. A Rádio Senado transmite via satélite, possibilitando a estações de rádio de todo o país a retransmissão dos boletins sobre as atividades do Senado. Integra o sistema de comunicação do Senado Federal, tratando-se da entidade responsável, desde 1962, pela produção de notícias para o programa A

79 A TV Câmara foi fundada em Brasília a 20 de janeiro de 1998 pela Câmara dos Deputados do Brasil. Assume-se como um canal de difusão de informações e atividades da Câmara dos Deputados, apesar de também produzir debates jornalísticos, programas culturais, filmes de produção independente e documentários. O seu *slogan* é “O canal que vê o Brasil”. É um canal de televisão que emite em sinal aberto em Brasília, por cabo e via satélite para o resto do país e, desde 2011, transmite também em formato digital para algumas capitais brasileiras.

80 A TV NBR foi criada em 1997 para difundir informações sobre ações desempenhadas pelo Poder Executivo. Além disso, transmite programas de teor educativo, cultural e desempenha outros serviços de utilidade pública. O seu *slogan* é “A TV do Governo Federal”. Este canal tem cobertura nacional e encontra-se disponível por cabo, via satélite e em formato digital em <http://conteudo.ebcservicos.com.br/streaming/nbr>.

81 O *Jornal do Senado* é o meio de comunicação impressa do Senado Federal. Foi criado em 1995, logo após a fundação da Agência Senado, na sequência da reformulação da área para a Comunicação Social do Senado Brasileiro. Atualmente tem uma tiragem de 55 mil exemplares, distribuídos um pouco por todo o Brasil. Qualquer cidadão, entidade pública ou privada pode receber o *Jornal do Senado* no endereço indicado, bastando fazer um pedido de assinatura gratuita na página oficial do jornal.

82 O *Jornal da Câmara* é o meio de comunicação impressa da Câmara dos Deputados. Foi criado em 1998 e está disponível para descarregamento gratuito em <http://www.camara.leg.br/internet/jornalcamara>.

83 Sítio da Rádio Câmara FM: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio>.

Voz do Brasil. Como referido anteriormente, este programa é considerado o segundo programa de rádio mais antigo do Brasil e um marco na história da rádio e do poder público no Brasil, pois é um boletim informativo sobre a atividade dos Três Poderes obrigatoriamente transmitido por todas as estações do país, independentemente do modelo empresarial que as dirija.

Observemos então o caso específico de *A Voz do Brasil*, no ar desde 22 de julho de 1935, e que, desde meados de 2012, é também transmitido digitalmente em *streaming* no site www.voz.gov.br, com uma câmara instalada no estúdio de gravação, em tempo real, sincronizado com o tempo de transmissão radiofônica no FM. Produzido e transmitido há mais de 80 anos, atualmente o seu objetivo é, de acordo com os seus atuais produtores, levar informação aos cidadãos que se encontram nos mais distantes pontos do país. O programa é, na sua gênese, um noticiário governamental. Tem uma duração de 60 minutos, sendo que os primeiros 25 minutos versam sobre notícias do Poder Executivo e são produzidos pela EBC Serviços – uma subempresa da concessionária de radiodifusão pública brasileira – e os sobranes 35 minutos são da responsabilidade dos Poderes Judiciário e Legislativo. Atualmente, *A Voz do Brasil* é apresentado por Luciano Seixas e Kátia Sartório.

O programa foi criado por Armando Campos, amigo de infância de Getúlio Vargas (o mesmo presidente responsável, como mencionado anteriormente, pela primeira rádio nacionalizada no país, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, e pela introdução de publicidade nas emissões de rádio) no primeiro mandato da sua presidência que degenerou no regime ditatorial do Estado Novo brasileiro. O programa mantém o seu horário, duração e propósito desde a primeira transmissão em 1935: das 19 às 20 horas, uma hora de noticiário que informa sobre a ação governativa, ainda que inicialmente visasse apenas a ação do Poder Executivo. Já o seu nome sofreu algumas mutações ao longo do tempo; começou por ser denominado de *Programa Nacional*, mais tarde *Hora do Brasil* e finalmente *A Voz do Brasil*, desde 1971.

O programa é comumente relacionado com propaganda governamental e o debate sobre a flexibilização do seu horário é um tema recorrente há vários anos, já que o programa é obrigatoriamente difundido em todas as rádios do Brasil entre as 19h e as 20h. Algumas vezes políticas (como o deputado do PV, Sarney Filho) têm-se insurgido contra esta proposta, por se tratar do único programa no país que permite aos eleitores o conhecimento das atividades do

poder legislativo e pelo facto de a sua flexibilização vir a beneficiar os interesses das empresas de comunicação privadas. Outro argumento para a manutenção do horário das 19 horas é o de que este programa presta um serviço de utilidade pública nacional, por constituir uma estratégia de uniformização da informação pública, num horário favorável à escuta e num meio que atinge regiões onde a televisão não chega. Por outro lado, há quem defenda que esta proposta beneficiará o ouvinte, por lhe proporcionar o direito de escolha: ter à sua disposição mais do que um horário para ouvir o programa ou então a opção de às 19 horas consumir uma alternativa a este programa (Abert, 2014). Aliás, durante os jogos da Copa do Mundo, a flexibilização foi permitida pelo Governo Federal e a audiência do programa aumentou cerca de 8% quando transmitido das 20h às 21h (Abert, 2016, 5 de agosto).

É o programa mais antigo a ser emitido, não só no Brasil, mas em todo o Hemisfério Sul, tendo-lhe sido por isso atribuída uma menção no Livro de Recordes do Guinness de 1995 (Brandão, 2016). Um programa de natureza colonial – não porque aborde de alguma forma o passado histórico de território colonizado do Brasil, mas porque a sua natureza de obrigatoriedade de transmissão em todas as estações de rádio do país à mesma hora do dia, provoca uma colonização do espectro eletromagnético por um mesmo conteúdo de propaganda estatal que interrompe a diversidade e multidisciplinariedade do meio rádio, assim como impede a opção de escolha por parte do ouvinte de rádio. Esta obrigatoriedade, que poderá ser alvo de exceções em alguns formatos radiofónicos, provoca a fraqueza do meio rádio entre as 19 e as 20 horas, já que o ouvinte que não desejar escutar *A Voz do Brasil* irá procurar noutros meios (como a televisão ou o digital) ou noutras plataformas (como o *iTunes* ou o *Spotify*) as opções de conteúdo que deseja consumir, em detrimento da rádio.

Abrangido por outra lógica de financiamento encontra-se, naturalmente, o sistema comercial, que opera através de concessões de radiodifusão atribuídas pelo Governo, mas obtém financiamento através de receitas publicitárias. Os espaços publicitários não podem exceder os 25% do total da programação diária de cada estação de rádio ou canal de televisão. Este limite encontra-se legislado no artigo 124º do Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962. Em termos de concentração empresarial no campo dos média, o poder privado é (e sempre foi) claramente dominante, sendo este cenário ainda mais premente no contexto da história da

televisão. O primeiro canal de televisão brasileiro, a TV Tupi, foi criado em 1950 com investimento privado. Anos antes, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro – de domínio público, como mencionado no capítulo anterior – havia tentado iniciar o processo de criação do primeiro canal de televisão do Brasil. No entanto, relatos indicam que, na época, pressões de entidades privadas sobre o Governo não permitiram o lançamento deste projeto (Intervozes, 2014).

É neste panorama de predominância dos privados que ocorrem fenômenos de concentração empresarial no Brasil. Apesar de o monopólio e o oligopólio estarem proibidos pela Constituição através do artigo 220º, apenas seis grupos empresariais de comunicação controlam 70% dos média brasileiros no Brasil (FNDC, 2015). Por outro lado, não existem grandes limitações à concentração cruzada da comunicação social na legislação brasileira. Por este motivo, a par da concentração de propriedade, o sistema brasileiro de comunicação reflete a presença dominante de grupos familiares e da vinculação a elites políticas locais e regionais (Liedtke, 2003), pois são sobretudo oito famílias a liderar o mercado mediático brasileiro, sendo as três mais poderosas a família Marinho (Rádio e TV Globo), que detém 32 canais de televisão e 20 estações de rádio, seguida pela família Saad (Rádio e TV Band), com 12 emissoras de TV e 21 rádios, e pela Abravanel (SBT) com 10 canais de televisão. Dos 10 grupos com maior propriedade empresarial no setor dos média, apenas dois não são afiliados da Rede Globo – justamente a Band e a SBT.

De acordo com dados recolhidos pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (2015), quase 80% da rede brasileira de televisão encontra-se vinculada às redes Globo, SBT, Record, Bandeirantes, Rede TV! e CNT. Segundo este estudo, as redes Globo e SBT detêm, respetivamente, 20 e 11 emissoras próprias, apresentando uma taxa de concentração não permitida pelo artigo 12º do Decreto-Lei nº 236/67⁸⁴. A inexistência de sanções para estes desvios à lei é alvo de duras críticas:

Ao contrário de países democráticos como Estados Unidos, França, Reino Unido, Alemanha, Canadá, Espanha e Argentina, que promovem regulação do sistema de mídia, o Brasil ainda hoje é caracterizado por uma brutal concentração dos meios de comunicação, tanto na radiodifusão quanto nos veículos impressos. A Internet tem cumprido importante papel no sentido de multiplicar as vozes em circulação na esfera midiática, mas neste espaço também

84 O artigo 12 do Decreto-Lei nº 236/67 obriga a que a um mesmo grupo empresarial apenas possa ser atribuído um máximo de 10 concessões de radiodifusão de som e imagens, em TV aberta, em todo o território nacional.

atuam os grandes conglomerados de mídia, reforçando a concentração econômica do setor. Ao mesmo tempo, carecemos de mecanismos transparentes e democráticos para a concessão de outorgas de radiodifusão e não há no país uma política que garanta a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal de comunicação, como previsto na Constituição Federal. (FNDC, 2015)

Curiosamente, em 2001 o meio rádio no Brasil encontrava-se numa situação de maior dependência do poder político do que a televisão, já que 40% das estações de rádio comerciais do Brasil eram controladas por políticos, face a 31% dos canais de televisão (Lima, 2006). Ainda assim, embora esses seis grupos controlem os média brasileiros, o seu predomínio é maior na televisão ao invés da rádio, se alargarmos a nossa análise à totalidade do território brasileiro, através do qual se estendem as ondas hertzianas de quase cinco mil emissoras de rádio em funcionamento⁸⁵. Apesar dessa concentração mais presente no meio televisivo, nos vários estados brasileiros há determinados grupos regionais que detêm uma elevada quantidade de concessões, aumentando o grau de concentração – ainda que localizada.

Além do financiamento, que foi anteriormente apontado, também a regulação dos meios de comunicação⁸⁶ no Brasil é um dos temas mais debatidos no âmbito dos meios de comunicação pública e, por isso, merece um maior aprofundamento.

Regulação do serviço público de comunicação no Brasil

Um dos motivos para a premência deste debate é o facto de a regulação tratar de um dos mecanismos menos estruturados na legislação brasileira. A regulação em termos processuais, isto é, a fiscalização do cumprimento da legislação relativa ao cumprimento das concessões atribuídas – especificamente, da portaria nº 112 de 2013 – é realizada conjuntamente pela Associação Nacional de Telecomunicações (Anatel) e pelo Ministério das Comunicações brasileiro. A cargo de ambas as instituições estão a fiscalização técnica, de conteúdo e ainda do cumprimento das obrigações legais e contratuais. Segundo o Ministério das Comunicações,

85 Notar que este número exclui as estações de rádio comunitárias, tanto as licenciadas como as que operam de forma ilegal.

86 Como conceito de regulação dos média adotamos no presente trabalho a seguinte definição: "(...) a regulação é baseada na interação e na interdependência de três componentes: estabelecimento de padrões, coleta de informação e modificação de comportamento. O modo como esses três componentes são projetados e operados, isoladamente e em conjunto, e por quem, além de suas finalidades, são questões para discussão" (Proença, Costa & Montagner, 2009, p. 26).

compete à Anatel a fiscalização relativa ao uso irregular de radiofrequência e de equipamentos não certificados no que se refere às prestadoras de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como dos seus serviços ancilares e auxiliares, cabendo ao Ministério das Comunicações a fiscalização relativa aos demais aspectos não técnicos dos serviços. No entanto, por meio de convênio celebrado entre o Ministério das Comunicações e Anatel em 2011, a agência também fiscaliza e instrui processos de apuração de infração relativos ao conteúdo da programação veiculada. (Ministério das Comunicações, 2014)

A grande novidade neste caso foi a criação, com a reforma das telecomunicações, de uma nova instituição reguladora, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que viria a disputar com o Ministério das Comunicações o papel principal na regulamentação cotidiana do audiovisual no Brasil. (Bolaño, 2002)

Assim se constituem os mecanismos de fiscalização das concessões de meios de comunicação no Brasil, aplicável a prestadores de serviços de radiodifusão sonora e de som e imagem. Contudo, na perspectiva do conceito de regulação do modelo europeu de serviço público, esta forma de fiscalização parece limitada e redutora nas suas possibilidades de aprimoramento da performance mediática.

O horizonte de um projeto de regulação da comunicação surgiu na sequência do fim do regime militar de 1964-1985 e da consequente redação da Constituição Federal de 1988. Têm sido referidos, fundamentalmente, dois tipos de argumento referentes à discussão sobre a regulação dos média no Brasil: o argumento institucional, isto é, de que deveria ser criada uma instituição reguladora independente que se encarregasse da fiscalização da lei existente (Unesco, 2001)⁸⁷; e o argumento judicial, que defende a criação de um marco regulatório que sistematize legalmente medidas de regulamentação (FNDC, 2011; Araújo, 2013):

(...) deixar nas mãos do Legislativo o poder de outorgar concessões é anomalia que ameaça a democracia e põe em risco as garantias aos direitos humanos. (Mendel & Salomon, 2011, p. 19, 20)

Por outro lado, a constituição de um marco regulatório se mostra algo imprescindível para a observância dos preceitos jurídicos e por consequência da democratização da comunicação

87 Este estudo, encomendado pela Unesco, para além da recomendação de afastamento do Congresso do processo de aprovação de concessões de rádio e televisão, sugere a criação de uma agência reguladora independente, sem vinculação política ou empresarial, e também um esclarecimento mais específico na lei sobre as regras de proibição de concentração de propriedade dos meios de comunicação.

no Brasil. Isso porque é a partir desse marco que se constituirão mecanismos de controle sobre os aparatos de comunicação, fazendo com que o cidadão possa de fato gozar de um bem que é seu e que deve ser utilizado para o seu bem enquanto sujeito da coletividade (Araújo, 2013)

E como em qualquer processo de reestruturação, há vozes dissonantes, como a da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), que criticou a hipótese de retirada do poder de licenciamento do espectro electromagnético conferido ao Congresso, por considerar que este poder é produto de uma conquista, acusando o estudo da Unesco de enviesamento ideológico.

Apesar de a Constituição ser observada como um documento coeso e relevante pela maioria dos investigadores e profissionais da área da comunicação, as instituições políticas do período da Nova Democracia não têm conseguido construir os alicerces para a sua implementação efetiva e os mecanismos para a fiscalização do seu cumprimento. Na verdade, bastaria o cumprimento do artigo 54º em vigor, que determina constitucionalmente que membros do Parlamento não podem ser proprietários diretos ou indiretos de meios de comunicação (Araújo, 2013). Em 1995, foi realizada a Emenda Constitucional nº. 8⁸⁸, que alargava a possibilidade de concessão, permissão e autorização de serviços de telecomunicações e previa a criação de um órgão regulador para o setor, o Conselho de Comunicação Social, instituído apenas em 2002:

Mas, embora a implantação do Conselho de Comunicação Social estivesse prevista já na Constituição de 1988 (art. 224º), o mesmo só foi instituído em 2002. No intervalo, durante a década de 1990, a liberdade de expressão se confundiu com a busca de audiência a qualquer custo pelas emissoras de TV e assistimos a programações de péssima qualidade. Nesse contexto, os esforços no sentido de ativar o Conselho partiram de entidades da sociedade civil, representadas no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, que se mobilizaram em prol da criação da lei que o regulamentou (lei 8.389 de 30/12/91), e pela atuação incansável de parlamentares (...). Posteriormente, mesmo a lei que o regulamentou reafirmando a sua implantação, pois ele deveria ser eleito em até sessenta dias após a publicação da referida lei e instalado em até um mês após a sua eleição, só teve êxito dez anos depois. (Simis, 2010, p. 60)

88 Emenda que altera o inciso XI e a alínea "a" do inciso XII do art. 21º da Constituição Federal: "Compete à União: XI - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais" (Brasil, 1995, art. 21º).

No final de 2010, o governo cessante de Lula da Silva⁸⁹ anunciou a intenção de criar uma agência reguladora para o setor de comunicação, a Agência Nacional de Comunicação (ANC), enquanto parte de uma reforma maior do setor que foi, na época, designada por Lei Geral da Comunicação Social. Esta agência, cujo objetivo seria a regulação dos setores de rádio e televisão, iria também ocupar funções de análise da atribuição das concessões, para uma “transparentização” do processo⁹⁰. Além disso, estaria também capacitada para a atribuição de multas a meios que transmitam programação considerada ofensiva, preconceituosa ou inadequada ao horário e para a fiscalização dos deputados parlamentares com mandato eletivo que sejam donos de estações de rádio ou de canais de televisão. O ministro Franklin Martins, da Secretaria de Comunicação da Presidência (Secom), havia constituído um grupo de trabalho para analisar a criação de um novo marco regulatório para o setor, mas a crítica de diversos quadrantes políticos e empresariais fez-se ouvir. Gerou-se um clima de inquietação e alvoroço no seio dos representantes do setor de telecomunicações e dos partidos políticos da oposição, alegando temerem que a proposta pudesse representar uma tentativa de limitação por parte do governo à liberdade de expressão dos média (Lima, 2010).

Apoiantes desta iniciativa (Intervozes; Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação; Lula da Silva) justificam esta rejeição com o argumento do medo de perda de concessões, e conseqüentemente, perda de propriedade, de influência no mercado e de poder económico. No seguimento deste debate, a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informação da Câmara dos Deputados recomendou expressamente que seja discutida uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC) que suprima a 2ª alínea do artigo 223º da Constituição Federal – a que faz depender a não renovação da outorga de dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal, considerado um mecanismo protetor das emissoras de radiodifusão, pois nem as leis ordinárias exigem votação nominal na sua aprovação (Araújo, 2013).

Para regular a empresa de concessão de serviço público de comunicação no Brasil, além da Anatel e do Ministério das Comunicações, o Conselho Curador da EBC cumpria também este

89 A proposta de criação de uma Lei Geral da Comunicação Social foi redigida pela equipa do ministro Franklin Martins, num documento de 40 páginas que foi mantido sigiloso. Esta proposta deveria transitar para o executivo de Dilma Rousseff, que poderia reformulá-la e enviá-la ao Congresso para aprovação. No entanto, nunca foi dado seguimento a esta proposta.

90 Uma das alíneas desta proposta seria a de publicar na internet, passo a passo, o processo de renovação ou atribuição de concessões de radiodifusão, de forma a torna-lo mais transparente.

papel⁹¹. O Conselho Curador existiu entre 2007 e 2017 como a instância máxima de participação da sociedade na gestão da EBC. Foi instituído pela Lei nº 11.652/2008, a mesma lei de criação da empresa pública de radiodifusão, e regulamentado pelo Decreto nº 6.689/2008, em que se designa o estatuto social da empresa. A extinção do Conselho Curador, o principal espaço de participação da sociedade civil na gestão da EBC, ocorreu em março de 2017 através da Lei nº 13.417/2017 que também atribui diretamente ao presidente da República o poder de demitir, em qualquer momento, a diretoria executiva da empresa, acabando com o mandato fixo do presidente da empresa. Até então, a EBC era gerida por um diretor-presidente com um mandato de quatro anos, não coincidente com o do presidente da República, e cuja nomeação para o cargo era executada pelo Conselho Curador. A lei mencionada procedeu a uma reestruturação da EBC por iniciativa do próprio Michel Temer e, segundo o deputado Lasier Martins (responsável pela medida provisória 744/2016 que deu origem à Lei nº 13.417/2017), a sua reestruturação seria uma forma de capacitação da empresa de comunicação pública para que concorra diretamente com os meios privados e assim possa aumentar os seus níveis de audiência (Lourenço, 2017).

Vinte e dois membros constituíam o Conselho Curador da EBC: 15 representantes da sociedade civil, quatro do Governo Federal, um da Câmara dos Deputados, um do Senado Federal e um da empresa, que representa o conjunto dos funcionários. O Conselho era o principal instrumento de participação da sociedade na gestão da empresa pública de comunicação e constituía um dos grandes fatores de diferenciação da EBC face aos canais meramente estatais, controlados exclusivamente por governos ou poderes públicos. Contudo, após a sua extinção, a EBC perdeu um dos mecanismos que a separavam do estatuto de empresa estatal e a confirmavam como um meio público, tornando-a mais vulnerável a interesses governamentais (Barbosa, 2017). A lei de extinção do Conselho Curador foi alvo de uma moção de censura por parte da própria EBC⁹².

91 Tendo sido criado para funcionar como uma representação monitorizadora da sociedade civil, o Conselho Curador apreendia ainda algumas competências de gestão das funções da direção da EBC, como por exemplo analisar e aprovar anualmente o plano de trabalho e a linha editorial da EBC, assim como monitorizar e garantir a sua aplicação; ainda acompanhar e fiscalizar a grelha de programação. Poderia também, por deliberação da maioria absoluta de seus membros, emitir voto de desconfiança à Diretoria ou a um dos diretores, sendo que a segunda advertência resultava necessariamente no afastamento do diretor ou de toda a diretoria.

92 Texto da moção de censura de 2 de setembro de 2016 disponível em <http://www.ebc.com.br/institucional/conselho-curador/noticias/2016/09/mocao-de-repudio-contramedida-provisoria-que-desmonta-a-ebc>.

No impulso de aprofundamento deste carácter público da EBC, a empresa havia instituído uma colaboração ativa entre o Conselho Curador e a Provedoria da EBC⁹³, tendo trabalhado em conjunto no levantamento das preocupações colocadas pela sociedade através de mecanismos como o relatório da provedoria, apresentado bimestralmente nas reuniões do Conselho Curador (EBC, 2015b). A lei que extingue o Conselho Curador não atinge a figura do *ombudsman*⁹⁴, prevista na lei de criação da Anatel⁹⁵, cargo este que compete a um elemento desvinculado dos restantes órgãos administrativos, e que não tenha nenhum aparente conflito de interesses com qualquer empresa da área das telecomunicações. O seu mandato dura dois anos, sendo admitida apenas uma recondução. É da sua competência a elaboração semestral de um relatório com apreciações críticas sobre a atuação da referida agência, que será publicado e entregue ao Conselho Diretor da EBC, ao Conselho Consultivo da Anatel, ao Ministério das Comunicações e ao Congresso Nacional (Aranha, 2005).

A ouvidoria da EBC encarrega-se ainda da receção, análise e encaminhamento de reclamações, sugestões, comentários e pedidos de informação referentes aos conteúdos dos vários canais da EBC. Na empresa, a ouvidoria é considerada não só como uma ferramenta de atendimento para os utilizadores de serviço público, como também um instrumento de controlo de qualidade por parte da sociedade civil:

Uma ouvidoria pública exerce o papel de mediadora qualificada no processo de interlocução entre o cidadão e a Administração Pública, promovendo a participação da sociedade no trabalho de construção, controle social e gestão das políticas e serviços prestados pelas empresas públicas. (...) Uma das obrigações de uma ouvidoria de comunicação pública é também cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão para o exercício da crítica e da cidadania, constituindo-se, assim, em importante agente promotor de mudanças, garantindo direitos e fortalecendo o exercício da democracia. (EBC, 2015b)

93 Ao contrário de Portugal, no Brasil não existe distinção entre Provedor do Ouvinte e do Telespetador. A função designa-se por “Ouvidoria” e Joseti Marques é atualmente a ouvidora em exercício. A equipa do departamento de Ouvidoria é composta pela ouvidora, por três ouvidores adjuntos (um para cada meio: televisão, rádio e agência e *online* em conjunto), cinco funcionários responsáveis pelo atendimento, quatro responsáveis pela área de monitoramento e gestão da informação, um técnico de comunicação, uma secretária e dois estagiários.

94 No Brasil, é utilizada com mais frequência a palavra “ouvidor” para a tarefa de provedor.

95 Prevista no artigo 51 do Decreto n° 2.338/97 que regulamenta a Anatel. Além disso, de acordo com o artigo 67° desse mesmo regulamento, a figura da consulta pública deve disponibilizar minutas de atos normativos para críticas e sugestões e deve suportar a decisão do Executivo de instituir ou eliminar a prestação de determinado serviço pelo regime público, bem como de aprovar o plano geral de metas para universalização de tais serviços (artigos 18 e 19 da Lei Geral de Telecomunicações).

Apesar da existência dos referidos dispositivos de apoio à institucionalização de um projeto de regulamentação da comunicação, a sua real implementação nunca foi politicamente efetivada, como estava nos planos do governo de Lula da Silva, no final da sua segunda legislatura. Anos depois, o ex-Presidente da República ainda parece empenhado nesta reestruturação do setor: “As coisas vão acontecendo. De tempo em tempo, o Brasil vai amadurecendo. Estamos ganhando espaço para debater a regulação dos meios de comunicação deste país” (Silva, 2014). Não ignorando a ausência de uma ação efetiva sobre as instituições, é de reforçar a existência de alguma consciência política sobre o papel dos média na sociedade e sobre a necessidade de democratização da comunicação, cujo sistema apenas se fortalecerá com a implementação de mais e mais eficientes mecanismos de regulação.

Concluimos, portanto, que as instâncias de regulação da comunicação social se resumem a algumas iniciativas do Governo Federal e da sociedade civil. A atual estrutura de gestão regulatória da comunicação está longe de se apresentar como um modelo ideal, pois o poder executivo parece atribuir às instâncias reguladoras apenas um papel de fiscalização de prestação de serviços audiovisuais, não lhes atribuindo o dinamismo necessário à sua constituição como um espaço de debate e participação social: “Assim, o que se verifica são tímidos e às vezes inócuos instrumentos de controle social, deixando a desejar em termos de institucionalização da participação da sociedade e ampliação da democracia participativa” (Philippsen, 2007, p. 167). Portanto, está praticamente reservada ao provedor enquanto transmissor da mensagem entre utilizador e produto mediático; esta possibilidade que se deseja mais ampla de constituição de uma forma direta de participação dos cidadãos nas instituições de prestação de serviço público.

Na ausência de novas instituições de regulação, há que destacar alguns esforços de promoção do debate público que têm vindo a ser constituídos desde a viragem do século, como por exemplo a Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)⁹⁶, em 2009, organizada pela gestão federal, e o Fórum Nacional de Regulamentação da Comunicação, onde se discutiu o

96 A Confecom realizou-se entre 14 e 17 de dezembro de 2009 em Brasília, elaborando como tema principal “Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital”. Este acontecimento foi convocado pelo Governo Federal, coordenado pelo Ministério das Comunicações e nele participaram representantes de instituições públicas e governativas, de empresas da área da comunicação e membros da sociedade civil. Segundo a organização, o grande objetivo da Confecom seria “a elaboração de propostas orientadoras para a formulação da Política Nacional de Comunicação, através do debate amplo, democrático e plural com a sociedade brasileira, garantindo a participação social em todas as suas etapas” (Ministério das Comunicações, 2010).

Projeto-Lei de Iniciativa Popular (PLIP). O PLIP – também conhecido por “Lei da Mídia Democrática” – pretende constituir-se como um novo marco regulatório do setor dos novos média digitais.

A campanha pela implementação do PLIP encontra-se ainda em curso através de uma iniciativa liderada pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) que pretende reunir 1 milhão e 400 mil assinaturas⁹⁷, avançando como objetivo principal a regulamentação desta área da comunicação através da adaptação de alguns dos artigos da Constituição que versam sobre a radiodifusão e as empresas mediáticas. O projeto visa regulamentar os artigos 5º, 21º, 220º, 221º, 222º e 223º da Constituição Federal, criar um Conselho Nacional de Comunicação e um Fundo Nacional de Comunicação Pública. Além de almejar instituir o veto de propriedade de emissoras de rádio e televisão por parte de agentes políticos e definir regras para impedir a formação de monopólio e a propriedade cruzada dos meios de comunicação, pretende também regulamentar questões mais específicas, como proibir o aluguer de espaços da grelha de programação de estações de rádio privadas (Bertotti, 2015). Esta medida, no caso de se efetivar em termos legislativos, terá implicações de continuidade relativamente a um dos objetos de estudo da presente tese, sobre o qual nos debruçaremos numa secção do próximo capítulo.

O serviço público de rádio e o debate atual no Brasil

Há lugares do Brasil cujo contacto com o exterior é parco e esparso; até porque o Brasil é constituído por vários “brasis” (Da Matta, 1984), muitos deles com uma reduzida ou inexistente pegada digital. Nessa infinidade de brasis, compete ao serviço público de comunicação chegar a todos, a todo o lado, com equidade, pluralidade e representatividade.

No momento da redação deste trabalho, a discussão sobre o sistema público de comunicação assume-se como um tema premente no debate cívico e político da atualidade, sendo

⁹⁷ A campanha “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo” é uma iniciativa do FNDC e nasceu em 2012 da mobilização de dezenas de organizações da sociedade civil pertencentes a este movimento social brasileiro, reunindo atualmente mais de 260 entidades. A campanha foi formalmente lançada no início de 2013 e requer a adesão de 1% do eleitorado brasileiro para ser debatido na Câmara dos Deputados e votado para se constituir como lei. Esta proposta foi inspirada na experiência de participação social de construção do Marco Civil da Internet que “nos mostra que a rede é um instrumento eficiente para articular a sociedade em torno das causas democráticas, por isso, nossa expectativa é de que o apoio à Lei da Mídia Democrática ganhe mais amplitude” (Bertotti, 2015).

a legislação – e a eventual necessidade da sua atualização – um dos focos da discussão. A sociedade civil não tem participado no debate sobre o serviço público de comunicação no Brasil, tendo sido esta responsabilidade, ao longo dos anos, negligentemente delegada apenas para o poder político.

Até ao início dos anos 2000, a urgência de um sistema de comunicação verdadeiramente público terá sido pouco debatida no país, o que não ajudou a promover o conhecimento sobre o verdadeiro papel dos média públicos. Por este motivo, sobressaiu uma visão distorcida a respeito do serviço público que fez crescer o fosso entre meios públicos e a população, dificultando a sua penetração na esfera pública. Daí que os brasileiros não se sintam representados pelos média públicos. A sociedade brasileira convive com o modelo comercial achando que ele é único, o que impede qualquer reivindicação transformadora.

As iniciativas de radiodifusão pública que surgem a partir do final da década de 1960 no Brasil são tímidas e sem capacidade para concorrer com o modelo hegemónico estabelecido, sofrendo com a falta de recursos, de apoio político-partidário e da ausência de uma estratégia delineadora. Além disso, lutam também contra pressões – mais assumidas ou mais veladas – das empresas privadas de comunicação, já que olham para o modelo público como uma ameaça concorrencial (Leal Filho citado em Pereira, 2010, p. 4). No entanto, a legislação é clara: uma empresa privada detentora de uma concessão para rádio ou televisão está a exercer um compromisso de acessibilidade de conteúdos à população, logo, um serviço público. O Estado outorga o desempenho de um serviço público a um privado, atribuindo certos benefícios a empresas com ações de interesse público; por exemplo, benefícios fiscais a empresas de telecomunicações que implementem serviços em áreas mais excluídas.

A crítica ao sistema de outorga das concessões chega especialmente da parte de movimentos sociais pela democratização da comunicação, como o coletivo Intervezes e o projeto Donos da Mídia, que defendem a liberdade de expressão e também da própria sociedade civil.

Não há participação da sociedade no debate sobre concessão e renovação das outorgas, que acontece sem responder a nenhum critério público. O processo é lento e sem transparência. Além disso, fiscalização por parte do poder público é precária e débil, permitindo que existam emissoras em funcionamento com outorgas que já venceram há quase 20 anos. (...) A ilegalidade sustenta um sistema de comunicações concentrado e impede que os meios

reflitam a pluralidade e a diversidade existentes na sociedade brasileira. O monopólio e o oligopólio proibidos pelo artigo 220 da Constituição, por exemplo, estão presentes regional e nacionalmente. O controlo sobre as concessões e sua renovação deveria ser um instrumento para evitar esse quadro, mas as brechas legais e a ausência de regulamentação das obrigações das emissoras impedem a aplicação do que diz a Constituição. Além disso, há uma histórica promiscuidade entre governos, parlamento e empresários da radiodifusão. Não por acaso, uma outorga de rádio ou televisão nunca deixou de ser renovada no Brasil. (Intervozes, 2014, p. 35)

Apesar desta tendência, nos últimos anos estes movimentos sociais têm vindo a pressionar o governo para a revisão de parte da legislação relativa aos média, de forma a equilibrar um cenário tendencioso de hegemonia dominante do privado sobre o público. Numa tentativa de alteração deste cenário e de reconfiguração das questões prementes no debate sobre a comunicação, algumas alterações à legislação têm sido mencionadas, debatidas e propostas. Um dos temas em que, sobretudo, organizações pró-democratização da comunicação vêm insistindo tem sido a lei de proibição da concentração dos meios de comunicação e da propriedade cruzada. O argumento de base para a discussão resume-se ao facto de algumas leis não terem vindo a ser regulamentadas no Brasil, como o já referido trecho da Constituição Federal que proíbe que um mesmo grupo possua canais de rádio e televisão. Esta tem sido uma das mais convocadas reivindicações dos movimentos sociais organizados no Brasil, da qual é exemplo a PL 303, cuja enunciação se cita de seguida:

Impedir a concentração da propriedade dos meios de comunicação e proibir a propriedade cruzada no Brasil. E, ainda, nenhuma emissora de radiodifusão poderá ter mais de 50% do total das verbas destinadas ao mercado publicitário público e/ou privado, aí se incluindo eventuais propriedades cruzadas ou participações cruzadas ou participações societárias, de modo a garantir a livre concorrência e a pluralidade das comunicações. (Ministério das Comunicações, 2014, p. 124)

Esta proposta de lei constituiu um dos projetos apresentados e aprovados por consenso em 2009 na primeira Confecom:

Em 2009, aconteceu a I Conferência Nacional de Comunicação. Diferente dos outros momentos da história recente do país, ela inaugurou um debate amplo e verdadeiramente

público sobre as políticas do setor. Pela primeira vez, o Estado brasileiro instituiu um mecanismo formal de consulta a toda a sociedade sobre os rumos que deve tomar a comunicação. Pela primeira vez, deixou de ser prerrogativa de alguns especialistas do campo progressista e, principalmente, de lobistas do setor privado e seus representantes no poder público a possibilidade de apontar quais devem ser as ações governamentais e o novo marco regulatório de uma área estratégica para o desenvolvimento social e fundamental para a democracia brasileira. (Intervozes, 2010)

Apesar de a opinião pública ser praticamente unânime no elogio à Constituição e ao artigo 220, é recorrentemente posta em causa a sua desconsideração e a necessidade de regulamentação para evitar, não só a concentração da propriedade empresarial de grupos mediáticos, como também a propriedade de empresas de comunicação por parte de detentores de cargos políticos⁹⁸. A PL 303 foi mencionada na Confecom como uma alteração estratégica à legislação, imprescindível à ampliação da democratização da comunicação no Brasil. No entanto, desde este debate, datado de 2009, não houve ainda prossecução da discussão em torno do aumento das restrições à concentração de propriedade por parte de empresas mediáticas, numa tentativa de rejeição do monopólio e oligopólio.

Ainda no debate sobre a concentração empresarial dos média, um dos exemplos mais recentemente amplificados pelos movimentos sociais tem sido a Lei de Meios da Argentina, frequentemente referida como um modelo a seguir pelas vozes mais críticas da falta de regulação dos meios de comunicação social no Brasil. A implementação desta lei na Argentina firma-se após vários anos de confrontações judiciais entre o governo e o maior grupo mediático privado argentino⁹⁹, sendo um exemplo bastante significativo, “faltando-nos coragem para encampar iniciativa parecida por aqui [no Brasil]” (Araújo, 2013). Para encetar esta iniciativa, muitos pensadores críticos argumentam pela necessidade da renovação da regulação (com novos organismos, a exemplo do que aconteceu no referido país sul-americano)¹⁰⁰ e a criação de emissoras públicas (Leal Filho citado em Pereira, 2010).

98 Cerca de 160 parlamentares são donos de estações de rádio e/ou canais de televisão no Brasil. No total, 271 membros da classe política brasileira são sócios ou diretores de empresas de radiodifusão no país. Deste número, cerca de metade são prefeitos, o cargo correspondente em Portugal a presidente da câmara (Observatório do Direto à Comunicação, 2017).

99 Falamos do grupo mediático argentino Clarín, comparável localmente ao grupo brasileiro Globo.

100 O novo marco regulatório do setor audiovisual, a Lei de Serviços Audiovisuais (*Ley de Servicios Audiovisuales*), aprovada pelo Congresso argentino em 2014, estabelece a atribuição de 33% do espectro radioelétrico a meios de índole não comercial, com especial garantia de radiodifusão para rádios universitárias públicas e outras instituições ligadas ao Estado. No Uruguai, a lei de Rádio e Televisão foi revista durante o mandato do presidente José Mujica, com especial destaque para a revisão da lei de concentração de propriedade empresarial no campo dos média. A normativa

O dedo dos movimentos sociais pela ampliação da democracia mediática é, portanto, apontado a uma legislação que não prevê uma regulação dos média eficiente e independente. Especialistas brasileiros (Bolaño, 2002; Carvalho, Baptista, Carvalho & Graça, 2010) reivindicam a necessidade de regular os média com o suporte de uma legislação renovada, mais audaciosa, enfrentando os interesses económicos instalados no campo da comunicação há várias décadas.

A lei da especialidade é amplamente criticada por colocar o campo da comunicação na categoria de indústria de produção, não lhe sendo designado o carácter de serviço público que os média se propõem a prestar. Esta é apenas uma das premissas que torna o sistema de comunicação brasileiro ainda mais vinculado a uma dominância de ordem privada, de prestador de serviços assentes em interesses privados, da lógica do individual acima do bem comum. É que, de acordo com a legislação, a radiodifusão obtém o mesmo estatuto legal que serviços de eletricidade e transportes¹⁰¹, com exceção da lei que define as concessões públicas, já que os canais de televisão – que recebem a concessão por 15 anos – e as estações de rádio – por 10 anos – podem usufruir livremente do património de interesse público que é o espectro eletromagnético durante esse período de tempo, sem que lhes seja imposta qualquer obrigatoriedade de justificação do uso que dele fazem.

A contribuição do poder político para o sistema público de comunicação não é isenta de controvérsia. O debate no Brasil em torno do serviço público sustenta-se, também, na solidez ou fragilidade do sistema político brasileiro. No momento de redação da presente tese, o Brasil vive tempos políticos conturbados, com sucessivos casos de fraude, corrupção, organização criminosa e obstrução à justiça a assolaram algumas das figuras mais altas do Estado brasileiro, como o próprio Presidente da República, Michel Temer. Essa instabilidade também se reflete no campo dos média: em março de 2015, o ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Thomas Traumann, deixou o cargo que ocupava desde 2013, após um caso de

conta com 186 artigos que atribuem aos média a obrigação de promoção da diversidade cultural, identidade nacional e da sua própria independência. Encontra-se prevista nesta lei a criação de um Conselho de Comunicação Audiovisual para regulação dos média e nela torna-se expressamente proibida a posse de mais de três empresas de rádio ou televisão em sinal aberto, ou de mais de seis licenças de televisão por cabo, por parte de uma só pessoa física ou jurídica. De registo é ainda outra obrigação de serviço público: a de 60% da programação das estações de rádio e dos canais de televisão ser produzida ou coproduzida no Uruguai; 30% realizada por produtores independentes do próprio canal; e, em particular em relação à rádio, 30% do total de horas de música difundida ser de origem uruguaia (Observatório da América Latina, 2015).

¹⁰¹ Esta conclusão vem no seguimento das hipóteses colocadas no capítulo anterior sobre a legislação da comunicação no Brasil, em que foi observada a existência de leis coincidentes entre as várias indústrias brasileiras, e onde se inclui a Lei das Telecomunicações.

tribunal em que Traumann foi convidado a depor no Senado sobre a utilização de tecnologia robótica para redes sociais durante a campanha eleitoral do segundo mandato de Dilma Rousseff.

O governo brasileiro, de inspiração socialista nos anos de regência do Partido Trabalhista na Presidência da República (com Lula da Silva e Dilma Rousseff entre 2003 e 2016), apresenta uma tendência crescente para a liberalização económica de alguns setores, acentuada desde o momento em que o centrista Michel Temer assumiu a Presidência da República. Assim, o Estado democrático brasileiro tem assumido o papel de “Estado Ajustador que, sob a égide do mercado e da destituição da política, ajusta e ajusta-se à nova ordem do capital” (Baptista, Carvalho, Araújo & Graça, 2007). Este panorama dialético – por um lado, na direção de um Estado mais centralista, com políticas públicas amplas, e, por outro, com uma certa permissividade dada ao mercado – também se verifica no campo do direito da comunicação social. Se a comunicação pública foi fortalecida no mandato de Lula da Silva por meio de intervenções estatais que contemplaram, por exemplo, a criação da EBC em 2007, também interesses individuais se firmaram no panorama mediático brasileiro, cristalizando certas formas de poder privado que têm definido a penetração dos média na realidade social. Esta cristalização de formas de poder privado é particularmente notória quando analisamos a concentração de propriedade do sistema de comunicação no Brasil, onde são visíveis fortes fenómenos de concentração empresarial: as quatro principais redes de televisão do país são responsáveis por quase 80% da audiência nacional e controlam, direta ou indiretamente, 248 transmissores de televisão, correspondentes a 65% do total (Observatório do Direito à Comunicação, 2017). Só a rede Globo é detentora de 33,4% do total de transmissores nacionais de TV e controla o maior número total de veículos em todos os formatos mediáticos (televisão em UHF e VHF; rádio em AM e FM; imprensa escrita).

Este mercado, que se caracteriza por elevados índices de concentração empresarial, proporciona também um coercivo nível de poder a grupos económicos privados, nomeadamente aos Marinho, a família mais rica do Brasil e detentora do grupo Globo, com uma fortuna estimada em 28 mil e 900 milhões de dólares (Ertel, 2015). Também a família Civita se encontra na lista das 15 famílias mais ricas do Brasil, detentora do Grupo Abril, responsável pela publicação da revista *Veja*, cuja quota de mercado do setor das revistas é superior a 50% (IVC, 2014). Torna-se evidente que, apesar dos esforços dos organismos pela democratização da comunicação na

reposição do interesse público no campo da comunicação, se verifica atualmente o não-cumprimento de uma série de normas constitucionais, nomeadamente a referida questão da concentração das empresas de comunicação.

Este cenário de forte concentração horizontal e cruzada no sistema de comunicação brasileiro – com a predominância dos grupos Globo, Bandeirantes, Abril e Folha – parece ter um epíteto na concentração das audiências e vendas, com o grupo Globo a demonstrar um nível de audiência entre 40 e 50% ao nível nacional e cerca de 70% da verba publicitária total auferida a meios de comunicação no Brasil (Herz, 1987). Outra faceta da legislação também desrespeitada com frequência pelos grandes grupos de comunicação é a limitação, em incumprimento, de 25% por dia de publicidade na programação, assim como a imposição mínima de 3% de programação educativa e 5% de programação jornalística.

A rede Globo é percecionada, sobretudo por um segmento mais crítico da sociedade intelectual brasileira, como um perigo para a pluralidade e diversidade de conteúdos nos média: “A Globo é um instrumento do atraso civilizatório cultural e político do país”; “A Globo é a responsável pelo não aprofundamento da democracia no Brasil” (Leal Filho, 2014, 21 de abril). A título de exemplo, o *rapper* Gog declarou, em dezembro de 2013 e através do seu perfil pessoal no Facebook, que recusou um convite da Rede Globo para se apresentar num evento da FIFA durante a Copa do Mundo 2014: “Vocês [rede Globo e FIFA] patrocinam o *apartheid* brasileiro”¹⁰². As principais críticas à estação televisiva têm origem no apoio dado à ditadura militar de 1964 e à censura exercida junto dos movimentos pró-democracia nos noticiários do canal. De acordo com alguns elementos da sociedade civil, o regime teria oferecido benefícios ao grupo mediático da família Marinho. A própria Globo reconheceu, em editorial lido no *Jornal Nacional*, 49 anos depois e pressionada pelas manifestações de junho de 2013, que o apoio ao golpe militar de 1964 e ao regime subsequente foi um erro (Folha de São Paulo, 2014). No final dos anos 1980, a emissora foi igualmente alvo de críticas devido à edição que promoveu do último debate entre os candidatos a presidente na eleição de 1989, o que teria alegadamente favorecido o presidente eleito Fernando Collor de Mello (Brito, Bolaño, 2005).

102 Publicação disponível em www.facebook.com/GOGPoetta, último acesso a 19/06/2014.

“Os conglomerados de comunicação social no Brasil são o retrato acabado de um sistema territorialmente capilarizado e institucionalmente centralizado” (Gorgen, 2009, p. 5), tendo este retrato sido delineado, principalmente, por quatro grupos mediáticos¹⁰³ e por uma região apenas deste extenso país. Praticamente metade dos meios de comunicação do Brasil encontram-se espalhados pela zona Sudeste¹⁰⁴ (Ministério das Relações Exteriores, 2016), estabelecendo uma relação direta entre o poder económico desta região e o grau de concentração e de pluralidade dos meios de comunicação, o que, conseqüentemente, leva a uma distribuição extremamente desigual no que se refere ao acesso desses meios a toda a sociedade: quanto menor é o grau de crescimento económico da região, maior é o nível de concentração dos meios de comunicação social (Epcom, 2006).

As opiniões sobre esta concentração de riqueza, intimamente ligada à concentração empresarial no setor da comunicação no Brasil, dividem-se. De um lado encontram-se os movimentos sociais, a reclamar um limite à concentração de meios e a sua não atribuição a agentes do poder político (Intervezes, 2013; Hertz, 1987); do outro estão alguns empresários do meio, que afirmam a não existência no Brasil de monopólio ou oligopólio de emissoras abertas de TV e rádio, uma vez que coexistem vários grupos a operar no setor.

Na TV aberta, prevalece a concentração da produção no eixo Rio/São Paulo, a maior parte dos canais já tem mais produção estrangeira que nacional, crescem os casos de sublocação das grades de programação e de transferência de concessões de forma irregular e sem qualquer debate público. A ausência de mecanismos para o direito de resposta nos meios de comunicação também cria um ambiente de violação dos direitos humanos e de restrição à liberdade de expressão de indivíduos e grupos sociais. (FNDC, 2015)

A questão da concentração empresarial, além de ser um debate atual e premente na sociedade brasileira, interessa ainda à descolonização do pensamento sobre o serviço público de comunicação, já que contribuir para o crescimento do poder do setor privado implica também a

103 Os principais detentores de veículos de comunicação no Brasil são os grupos Globo (340 meios, entre televisão, rádio, jornais e revistas), SBT (total de 195 meios), Band (166 meios) e Record (142). Todos estes grupos são privados. Em quinto lugar surge a empresa brasileira pública de comunicação, a EBC (num total de 95 meios), com muito menos força de distribuição, já que a Globo apresenta 3,5 vezes o número de meios da EBC.

104 Inclui os estados do Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo que ocupam 11% do território brasileiro e 43% da população total do país (Ministério das Relações Exteriores, 2016).

desvinculação dos valores da pluralidade e diversidade, e conseqüentemente o não cumprimento da promoção de um debate extensivo a maiorias e minorias, uma das missivas do serviço público. No Brasil o problema surgiu pela raiz, isto é, pela proliferação de meios, pelo “enorme sistema de empresas trabalhando com comunicação, opinião pública, jornalismo, completamente livre de qualquer legislação atualizada e de qualquer possibilidade de o Estado agir e regulamentar esse sistema” (Martins, 2014, 25 de setembro), facilitando a concentração do mercado e dificultando a concorrência leal e a diversidade de opiniões nos média.

Como foi referido em páginas anteriores, a radiodifusão no Brasil nasceu cedo e pública, em 1923 (dois anos antes de processo idêntico em Portugal), mas foi muito cedo transformada num sistema comercial lucrativo. “O público não-comercial sempre foi marginal e assim permanece até hoje, apesar da esperança que foi – e é – a criação da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC” (Ramos citado em Pereira, 2010, p. 3); uma esperança que parece ainda não se ter solidificado, desde a sua criação em 2007. A EBC, empresa pública de comunicação, detentora de três canais de televisão, nove estações de rádio e duas agências noticiosas, ainda não se conseguiu impor num mercado historicamente dominado pelo poderio dos privados. Tratando-se de uma empresa jovem, com apenas uma década de existência formal, a EBC ainda apresenta baixos níveis de audiência. Com um modelo de gestão menos despesista do que a maioria dos seus concorrentes, a fraca penetração do modelo EBC no mercado parece também ser uma consequência do reduzido esforço governamental de financiamento: cerca de 500 milhões de reais por ano, para todos os meios da empresa (Beirão, 2014, entrevista pessoal), em comparação com o investimento da rede Globo, na ordem dos 500 mil milhões de reais apenas para o meio televisão (Mídia Ninja, 2014).

A Empresa Brasil de Comunicação detém perante a lei a tarefa de gestão do sistema público de comunicação previsto pela Constituição Federal. Focando-se na diversidade cultural e na pluralidade de opiniões, a EBC tem como compromisso “manter o equilíbrio entre canais privados, estatais e públicos e oferecer ao cidadão informação de qualidade e uma programação que reflita as expressões de diferentes camadas sociais de cada região do País” (Voz do Brasil, edição de 27/10/2011). Englobando os meios rádio, televisão, imprensa escrita e agência noticiosa (ramificada em agência de notícias e “radioagência” de notícias) – a EBC destaca-se dos modelos

de comunicação privada e estatal por pretender a inclusão da sociedade na construção dos seus conteúdos e no desenvolvimento da sua programação: a EBC é “pública, inclusiva e cidadã”¹⁰⁵. A empresa e os seus cânones de jornalismo e informação são, aliás, referidos pelos defensores do serviço público como um indicador de esperança: “o modelo de jornalismo da EBC é o modelo ideal” (Beirão, 2014, entrevista pessoal).

Vários participantes no debate premente na sociedade civil sobre o tema do sistema público de comunicação insistem na urgência da sua sedimentação, para que se concretize a democratização da radiodifusão no Brasil; “mas para isso ela [a EBC] precisa estar presente, com destaque, em todo o território nacional” (Leal Filho, 2014, entrevista pessoal). Neste sentido, tendo em consideração a ausência geográfica em certas regiões do Brasil, e também a sua ausência nas escolhas mediáticas do grande público, poderá o modelo EBC ser, efetivamente, considerado um modelo concorrencial ao comercial ou apenas alternativo?

Um facto favorável a considerar, e apoiando a postura otimista de confiança no modelo EBC referida anteriormente, consiste no elevado nível de perceção de credibilidade que o meio rádio em geral coloca entre o público brasileiro (Massaro, 2014), além da missão educativa que exerce junto da população, como foi o caso do “Quadrante”. A rádio é considerada o meio de comunicação mais confiável pela população brasileira e aquele a que os brasileiros mais tempo dedicam, ultrapassando a televisão¹⁰⁶. Contudo, devido ao crescente descrédito das instituições públicas, os níveis de confiança dos ouvintes parecem estar mais associados a estações de rádio privadas. Pelo facto de a cultura de um sistema público de comunicação ser recente, a dimensão pública dos média parece estar ainda associada a um controlo governamental que prejudica a imagem dos média públicos junto da população. Por este motivo, a EBC poderá não beneficiar do seu estatuto de entidade de interesse público, pelo facto de a população brasileira estabelecer

105 Descrição do grupo de Facebook “Sou + a EBC”, criado para constituir uma interação dos seus empregados para discussão dos assuntos referentes à melhoria das condições de trabalho e diretrizes empresariais.

106 Apesar da hegemonia da televisão no Brasil, com 94% da população a aderir aos canais de televisão aberta e 87% consumindo este meio diariamente, a rádio ainda se afirma como um meio de forte implementação no Brasil. Estima-se que 80,9% dos lares brasileiros disponham de um aparelho retransmissor de rádio (IBGE, 2015). 73% dos brasileiros ouvem rádio pelo menos uma vez por semana, sendo que a música aparece no topo da lista dos conteúdos que despertam mais interesse (92%). De seguida, são referidos os noticiários locais (46%) e os nacionais (36%). Ainda no setor da informação, 32% dos ouvintes clamam interessar-se frequentemente por informações de trânsito e 30% por informações meteorológicas. Blocos de informação policial foram ouvidos por 27%, noticiários internacionais por 21% e programas de entrevista por 20% dos ouvintes. Já os comentários desportivos e programas religiosos despertam a atenção de 16% do público (IBOPE, 2013).

uma associação promíscua de ideias entre público e governamental, estando o poder político hoje, e cada vez mais, a ser alvo de desconfiança e de episódios de descontentamento popular¹⁰⁷.

Além disso, alguns especialistas deste campo disciplinar ainda discutem o estatuto público da EBC devido ao tema do financiamento, sobretudo por não ser independente do governo e de esta prerrogativa base do sistema público não se encontrar prevista nas premissas da medida provisória (Maluly, 2008). Vários são os argumentos que apontam para a questão do financiamento atual da EBC como uma prisão ao poder executivo, limitando não só as possibilidades de produção como também a sua total autonomia, independência e capacidade de gestão individual: “Ao mesmo tempo que uma rádio, TV ou agência de notícias pública necessitam de autonomia frente ao mercado, precisam também de autonomia face às influências políticas governamentais para cumprir o seu papel de servir ao interesse dos cidadãos” (Pereira, 2010, p. 2).

Ao contrário da abordagem otimista dos que veem no carácter público da EBC a aplicação mais próxima dos princípios fundamentais do jornalismo (Beirão, 2014, entrevista pessoal), um modelo de empresa mais cooperante com o interesse público (Leal Filho, 2014, entrevista pessoal) e até uma esperança para o sistema mediático brasileiro, enfraquecendo o monopólio comercial dos interesses privados, há quem discuta de uma forma prementemente pessimista a verdadeira natureza do carácter público de radiodifusão promovido pela EBC. Apesar da programação local das várias estações da EBC, nem todos os estados são cobertos pela sua programação e, de uma forma geral, os seus conteúdos são centralistas, dominados pela localização das estruturas públicas, institucionais e governamentais do país, que se concentram no Distrito Federal.

Mas o desastre final seria a criação da EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Surgida para unificar as emissoras do governo, matou a Acerp – que geria as Rádios MEC AM e FM e a TVE – que tinha alguma flexibilidade administrativa, e se transformou num enorme cabide para cargos de gestores, muitos concursados que não gostam de comunicação e uma direção que vive de ler relatórios. O resultado é que a Rádio Nacional saiu de sua sede histórica (assim como a Rádio MEC teve o seu prédio fechado), foi jogada em estúdios improvisados da TV Brasil, perdeu profissionais e os poucos bons que ficaram estão

107 O Brasil teve, ao longo da sua história, vários casos públicos de corrupção ligados ao governo executivo. Os casos “Mensalão” e “Lava Jato” (desencadeados durante os mandatos de Lula da Silva e Dilma Rousseff) envolveram membros do executivo em casos graves de corrupção e abuso de poder. Estes casos têm denegrido a imagem dos governos a eles associados, do Partido dos Trabalhadores (PT) e da política em geral, com particular descrédito das instituições políticas públicas.

abandonados. A emissora hoje é zero de audiência. Não serve para absolutamente nada porque não tem ouvintes, mas os relatórios sobre grandes feitos continuam a ser escritos para a leitura de Brasília. (Monteiro, 2015, 24 de março)

Apesar desta fraca penetração da EBC no mercado de rádio no Brasil, recuando algumas décadas observamos alguns exemplos de programas de rádio produzidos pelo sistema público que conseguiram alcançar popularidade e bons níveis de audiência. Como exemplo destacamos o programa “Quadrante”¹⁰⁸, da rádio MEC: “Foi o primeiro programa de rádio educativo a ter maior audiência que os programas das rádios comerciais” (Zuculoto, 2012, p. 257). Curiosamente, o programa foi retirado do ar logo após o golpe militar de 1964¹⁰⁹, sendo uma das primeiras medidas da gestão do regime ditatorial. Assim se demonstra o poder político do modelo educativo da rádio brasileira na época e o desprezo dos regimes ditatoriais pela programação educativo-cultural, representativa da formação de consciências críticas pelo poder da educação pelos média.

Além da sólida estrutura das rádios educativas, institucionalizada na sociedade brasileira graças a anos de implementação enquanto rádio-escola e alternativa ao sistema de educação presencial (para muitos, única forma de acesso a um plano educativo), também as rádios comunitárias parecem fazer parte dos poucos meios a que a generalidade da população brasileira tem acesso – sejam as razões da sua exclusão mediática de ordem económica ou geográfica. Profissionais da rede deste género de estação de rádio no Brasil, nomeadamente da Abraço, consideram até que as únicas estações de rádio realmente públicas existentes no Brasil são as comunitárias (Ferraretto & Klöckner, 2010). As características que lhe conferem esse carácter de prestação de serviços de interesse público relacionam-se com a premente participação dos cidadãos (em geral, os radialistas nas estações comunitárias são membros da própria comunidade em que se inserem), a defesa dos interesses da comunidade, a procura de construção de uma programação que corresponda aos gostos da comunidade, o respeito pela pluralidade de ideias e opiniões, a promoção da diversidade cultural, a recusa da homogeneização ditada pelo mercado,

108 Programa de rádio diário transmitido entre 1957 e 1964 e apresentado pelo popular ator brasileiro Paulo Autran. Este programa consistia na leitura dramática de crónicas dos principais autores brasileiros, como Carlos Drummond de Andrade, Cecília Meireles, Manuel Bandeira e Fernando Sabino, entre outros.

109 Golpe militar ocorrido no Brasil a 1 de abril de 1964 contra o governo legalmente constituído de João Goulart. Este golpe representou um marco na história política do Brasil, não só pela sua longa duração (um regime repressivo em vigor durante 18 anos), mas também porque, ao contrário do que aconteceu no passado, os militares não só provocaram um golpe de Estado como ainda permaneceram no poder no país durante largos anos.

a capacitação das mulheres da comunidade como elementos ativos e até no apoio que oferece à resolução de questões quotidianas¹¹⁰ (Amarc, 2009).

Apesar desta missão social executada há décadas pelas estações comunitárias, historicamente tem existido um certo bloqueio à proliferação deste género de estações no país. A ausência de uma legislação eficiente para atribuir espaço às rádios comunitárias tem propiciado um percurso social à margem do sistema mediático por parte dos canais comunitários. Quem realizar projetos de radiodifusão comunitária sem concessão está sujeito a uma pena de prisão de dois a quatro anos, além de uma multa de 10 mil reais (Brasil, 1997, Lei n.º. 9472/97, art. 183º). Atualmente, existe um projeto de lei (452003/2010) em tramitação no Congresso Nacional que propõe a descriminalização das rádios comunitárias, pretendendo extinguir a punição criminal (FNDC, 2015). Esta constitui uma das grandes críticas dos vários movimentos sociais de democratização da comunicação (Intervozes; Mídia Livre), que acreditam que os entraves impostos à legalização de rádios comunitárias são prejudiciais à contribuição dos média para a participação democrática, por dificultar a contribuição e intervenção cidadãos no sistema mediático.

Ao nível federal, o debate também tem proliferado. A 13 de maio de 2015, a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – promoveu um encontro com o deputado federal Alex Canziani, coordenador da Frente Parlamentar Mista de Educação, com o objetivo de despertar a atenção para algumas iniciativas, entre elas o debate sobre a necessidade de uma nova Lei do Audiovisual e a constituição de fundos financeiros através de edital público, com vista a uma reorganização das estações de rádio e canais de televisão universitários.

Todas as questões aqui referidas pretendem representar a relevância de um sistema mediático público construído em comunhão com a presença cidadã na vida das sociedades modernas. A ausência de um campo público de comunicação robusto aumenta o poder de mercado do setor privado e comercial, o que, quando hegemónico, pode enviesar os conteúdos, limitar a pluralidade e colonizar o pensamento.

110 Em 2014, em Heliópolis, a favela mais extensa e populosa de São Paulo, uma criança da comunidade perdeu-se da família e foi encontrada no bairro por elementos da polícia federal que, ao invés de a levarem para a esquadra, deslocaram-se até à Rádio Heliópolis FM, a primeira rádio comunitária paulista que recebeu autorização de funcionamento do Ministério das Comunicações, em março de 2008 (Silva, 2010). Ali deixaram a criança, aos cuidados da equipa da rádio, que se esforçou por incluir na sua programação o episódio, apelando à família que viesse ao seu encontro nas instalações da rádio, o que acabou por acontecer no espaço de apenas uma hora (Ribeiro, 2014, entrevista pessoal). A Heliópolis FM foi fundada com o objetivo de promover e tornar mais eficiente a comunicação dentro da comunidade, através de uma programação centrada no entretenimento, mas também com espaços dedicados à literacia mediática (Peruzzo, 2006).

O sistema público de radiodifusão em Portugal

Legislação portuguesa para a comunicação pública

Tal como foi apontado na secção anterior dedicada ao sistema público de radiodifusão brasileiro, a Constituição Portuguesa (originalmente redigida em 1976, dois anos após o fim do regime totalitário salazarista, e revista, pela última vez até à data desta tese, em agosto de 2005) é o documento que assegura a existência de um serviço público de rádio e televisão como uma das garantias da concretização do direito democrático à liberdade de expressão. Da mesma forma que no Brasil é constitucionalmente exigido ao Estado que garanta as condições financeiras e estruturais para o desenvolvimento de um sistema de radiodifusão independente dos poderes políticos, respeitador da maioria – ainda que inclusivo em relação às minorias –, também em Portugal os princípios fundadores universais do serviço público de radiodifusão assentam na Constituição.

Se a Lei Constitucional de 1976 o exige, são a Lei da Rádio e a Lei da Televisão (legalmente distintas e em documentos próprios) e o Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e TV (CCSPRT)¹¹¹ que estruturam as normas constituintes e os modelos de execução do serviço público de comunicação. A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, comumente conhecida por Lei da Rádio e, a partir daqui assim designada no presente trabalho, estabelece princípios éticos e metas legais, tendo incutido um maior rigor no exercício da atividade. Já o CCSPRT e os Estatutos da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.¹¹² determinam em pormenor (ao longo de 40 artigos divididos por sete capítulos) as delimitações funcionais dos organismos de gestão da empresa – o Conselho de Administração, a Assembleia Geral, o Conselho de Opinião, o Conselho-Geral Independente – de outros órgãos sociais – como a Provedoria do Ouvinte e do Telespectador – e ainda determina objetivos, responsabilização hierárquica e poder de intervenção da própria Assembleia da

111 Contrato estabelecido entre as duas partes envolvidas na execução dos média de serviço público: de um lado o Estado, que outorga a concessão do usufruto dos meios estruturais e financeiros que a ele pertencem e que são alocados, no Orçamento de Estado de cada ano, à execução do sistema de comunicação público; do outro lado, a RTP, empresa à qual é atribuído o direito de usufruto desses meios e à qual é exigido o dever de cumprimento dos princípios fundadores e das normas de implementação do serviço público. Este contrato é renovado ou revogado em ciclos de 15 anos e revisto a cada três anos.

112 Estatutos da RTP aprovados pela Lei n.º 39/2014, de 9 de julho, que alterou a Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro, e publicados em Diário da República a 9 de julho de 2014.

República, entre outras diretrizes. Serão estes quatro elementos da legislação – Constituição, Lei da Rádio, CCSPRT e Estatutos da RTP – os grandes alvos de análise nesta secção.

Comecemos pelo documento que garante os direitos fundamentais, entre eles a liberdade de expressão. Ora de acordo com o artigo 38º da Lei Constitucional nº 1/2005, de 12 de agosto, que corresponde à sétima revisão da Constituição da República Portuguesa,

3. A lei assegura, com carácter genérico, a divulgação da titularidade e dos meios de financiamento dos órgãos de comunicação social.
4. O Estado assegura a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico, impondo o princípio da especialidade das empresas titulares de órgãos de informação geral, tratando-as e apoiando-as de forma não discriminatória e impedindo a sua concentração, designadamente através de participações múltiplas ou cruzadas.
5. O Estado assegura a existência e o funcionamento de um serviço público de rádio e de televisão.
6. A estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.
7. As estações emissoras de radiodifusão e de radiotelevisão só podem funcionar mediante licença, a conferir por concurso público, nos termos da lei.

A Constituição Portuguesa faz prevalecer a relevância da construção de um sistema de radiodifusão independente dos poderes políticos e económicos, mencionando a importância da invulnerabilidade face à intervenção política e sublinhando a concentração empresarial como uma debilidade do sistema que deve ser evitada. No entanto, há dois aspetos que merecem especial referência: em primeiro lugar, no ponto quatro da Constituição supracitado, o Estado coloca em si mesmo a responsabilidade de salvaguardar os média públicos de possíveis intervenções (ou manipulações) por parte dos grandes agentes do poder e do capital; e em segundo lugar, o Estado atribui, nos Estatutos da RTP¹¹³, aos partidos políticos parlamentares a chancela da monitorização. Conclui-se, portanto, que os meios de serviço público de rádio se constituem como agentes

113 Nos Estatutos da RTP, onde se descreve o acompanhamento parlamentar a que a empresa concessionária de serviço público é obrigada por decreto publicado em Diário da República, reitera-se que o sistema público de comunicação deve ser monitorizado pelos partidos que constituem a Assembleia da República: “Artigo 5º – Acompanhamento Parlamentar – 1 - O conselho de administração mantém a Assembleia da República informada sobre o cumprimento do serviço público de rádio e de televisão, designadamente através do envio anual dos planos de atividades e orçamento, bem como dos relatórios de atividades e contas” (Estatutos da RTP, 2014, artigo 5º).

políticos, ainda que lutem contra a sua instrumentalização por parte dos poderes partidários, logo, contra a sua politização.

Comparando a Constituição portuguesa à sua homónima brasileira, reparamos que no documento português é dada uma ênfase maior à questão da independência face ao poder político. Talvez essa referência tão direta não ocorra na lei brasileira porque ela já é feita na descrição funcionalista do controle empresarial dos órgãos de comunicação social, ao separar os meios em três subsistemas, público, privado e governamental. Existindo já estações de rádio e canais de televisão que executam fenómenos de propaganda da ação do Governo, a Constituição brasileira reitera que o sistema público de comunicação não se pode reger pelos mesmos pressupostos do governamental.

Em relação à concentração empresarial, à semelhança da lei constitucional brasileira, é recomendado evitar a concentração e rejeitar a oligarquia. A Constituição portuguesa é mais específica em relação a este princípio do que a brasileira, já que nomeia dois tipos de fenómenos a contornar: a concentração empresarial múltipla e a cruzada¹¹⁴. Contra estes fenómenos, algumas vozes se têm levantado no Brasil, como referido atrás, nomeadamente os movimentos sociais Intervozes, Donos da Mídia, Observatório do Direito à Comunicação e Fórum. Em Portugal, não parece existir até à data um movimento da sociedade civil empenhado de forma persistente na luta pela democratização da comunicação. Nos últimos anos, tendo em conta o debate sobre a privatização dos canais públicos, entre outros temas relacionados com os meios de comunicação e seu papel na sociedade, seria de urgente importância que se construísse um movimento de união de atores sociais de relevância ligados ao campo dos estudos dos média e democracia. Abraçamos esta medida como uma das recomendações do presente trabalho.

A Lei da Rádio é a missiva legislativa que regulamenta de forma executiva e administrativa o funcionamento das estações de rádio em Portugal. O artigo 8º da Lei da Rádio apresenta uma classificação das estações de rádio portuguesas, começando pela distinção entre rádios generalistas e temáticas. As rádios generalistas apresentam um conteúdo abrangente, com um

114 O princípio da não-concentração encontra-se enunciado no nº 4 do art.º 38.º da Constituição e dirige-se aos média em geral, cabendo ao Estado evitar a sua concentração através de participações múltiplas ou cruzadas. De forma a (não só, mas também) controlar estes fenómenos de concentração múltipla e cruzada, foi criada a ERC em 2005 para “velar pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem actividades de comunicação social, com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, sem prejuízo das competências expressamente atribuídas por lei à Autoridade da Concorrência” (Lei nº 53/2005, artigo 8.º, alínea b).

modelo de programação diversificado e com uma aposta considerável na componente informativa da sua programação. Já as rádios temáticas debruçam-se sobre um determinado modelo de programação predominantemente centrado em géneros radiofónicos e/ou públicos de alguma especificidade e segmentação (por exemplo, rádios musicais, informativas e desportivas, entre outras). A par das já mencionadas, existem ainda as rádios académicas de âmbito local, produzidas por populações universitárias. Quanto ao nível de cobertura, o artigo 7º da Lei da Rádio classifica as estações de rádio consoante o seu âmbito: internacional, nacional, regional ou local.

Paralelamente à Lei da Rádio, que regulamenta todas as estações de rádio emissoras em Portugal, independentemente da sua atividade empresarial, o CCSPT é o documento que gera diretrizes para a rádio pública. Nos termos do artigo 38º, nº 5, da Constituição da República Portuguesa (acima citado) e do artigo 5º da Lei da Rádio, o Estado assegura a existência e o funcionamento de um serviço público de rádio. Os princípios, as obrigações, a concessão e o financiamento do serviço público de radiodifusão estão consignados no capítulo IV da Lei da Rádio, artigos 48º a 51º. A destacar, para melhor compreensão da natureza dos termos deste contrato, o artigo 50º, nº 2, da Lei da Rádio: “a concessão do serviço público de rádio é atribuída à Rádio e Televisão de Portugal, SA, por períodos de 16 anos, nos termos de contrato a celebrar entre o Estado e a concessionária”. Desde já notamos alguma diferença em relação à legislação brasileira, cujo contrato de concessão estabelece um período de usufruto da concessão de 10 anos para a rádio.

Neste contrato, estabelecido entre o Estado e a RTP, são reiteradas 10 considerações que parecem corresponder à atribuição da responsabilidade de cumprimento dos princípios fundadores de serviço público ao contratante. De seguida, destacamos as considerações que julgamos serem as de maior relevo para o cumprimento da sua missão de serviço público¹¹⁵:

A radiodifusão sonora e televisiva é o único ou principal factor de oferta cultural para muitos que não têm acesso a outros meios, sendo, por isso, um bem cultural de primeira necessidade. É normal e legítimo, por isso, que os Estados, nas sociedades democráticas, se preocupem com a resposta que nesta área é dada aos cidadãos. Um

115 Destacaremos citações dos dois últimos contratos de concessão, estabelecidos entre o Governo português e a RTP, respetivamente, em 1999 e em 2015, de forma a refletir sobre um eventual impacto do estado económico do país nas implicações do CCSPT (tendo em mente que em 1999 o país se encontrava numa fase de expansão económica e em 2015 num momento de contração financeira).

serviço público tem por objecto proporcionar à comunidade bens ou serviços que se têm por essenciais e que é suposto não poderem ser prestados através da iniciativa privada e dos mecanismos do mercado. (CCSPRT, 1999, alínea 1)

Esta primeira consideração toca num tema amplamente debatido: o facto de um dos objetivos do serviço público ser o de proporcionar uma programação diversificada e diferente daquela que é proporcionada pelos média privados – tendo presente a ideia de que alguns meios de comunicação privados podem oferecer conteúdos programáticos de interesse público na sua grelha, e assim cumprir eles próprios também objetivos de serviço público.

Outro dos temas mais prementes para as instâncias legisladoras – e, por isso, ocorre de forma recorrente na legislação do campo do Direito da Comunicação Social – é a questão da independência do poder político. Como foi referido anteriormente, o princípio fundador da universalidade (Unesco, 2001) exige que os média possam ser um instrumento ao serviço da democracia e, conseqüentemente, dos cidadãos:

(...) tanto a estrutura como o funcionamento da Concessionária do serviço público de rádio e de televisão devem 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, conforme resulta do n.º 6 do mesmo artigo da lei fundamental.¹¹⁶ (CCSPRT, 2015, alínea B)

Os princípios da independência e da pluralidade, que asseguram a liberdade de expressão para todos e a diversidade de perspetivas e ângulos ideológicos, são garantidos, primeiramente, pelo fator acessibilidade, refletido no acesso aberto a todas as estações de rádio públicas. A Antena 1, de carácter generalista, é uma das rádios nacionais portuguesas, alcançável para escuta em praticamente todo o território português, passando pelos arquipélagos (através das estações RDP Madeira e RDP Açores), e até as estações internacionais RDP África e RDP Internacional, cujas emissões chegam por satélite aos países lusófonos e a muitos outros cantos do mundo onde a diáspora portuguesa está presente. Apesar do alcance das estações de rádio públicas, notamos

116 Alínea com paridade no CCSPRT de 1999, sendo que o contrato assinado em 2015 parafraseia a Constituição e o de 2015 faz uma citação direta: "(...) a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião" (Constituição da República, art.º 38.º, n.º. 5 referida no CCSPRT, 1999, alínea 2).

um desinvestimento ao longo dos últimos anos de crise financeira no setor dos meios de comunicação tradicionais. A RDP Internacional, por exemplo, emitia até 2011 em onda curta, estando atualmente apenas disponível por satélite e pela internet.

Uma menção ao financiamento do serviço público também está presente no CCSVRT, ao referir a resolução n.º 1, de 07/12/94, da 4.ª Conferência Ministerial Europeia sobre a política da comunicação social, realizada sob a égide do Conselho da Europa, onde

(...) os Estados comprometeram-se, num ambiente caracterizado pela rápida evolução tecnológica e pela crescente oferta de serviços de programas, a desenvolver um forte sistema de serviço público, criando um quadro de financiamento seguro e apropriado que garanta os meios necessários à sua execução, assim como a definir claramente os objetivos, as missões e as responsabilidades dos operadores de serviço público de radiodifusão. (CCSVRT, 2015, alínea P)

Assegurar o financiamento adequado e consistente com a missão de serviço público – desta forma subjetiva e permeável a interpretações políticas, contraditórias com o princípio da independência do poder tão amplamente referida no CCSVRT – coaduna-se com as diretrizes provenientes de organismos europeus, aos quais a lei portuguesa se equipara.

No Orçamento de Estado de 2016, o XXI Governo Constitucional atribuiu à RTP 63,5% do orçamento global do Ministério da Cultura para esse ano, o que se traduziu em 244 milhões de euros, valor inferior em 20 milhões ao orçamento de 2015 (Lei n.º 7/2016 de 30 de março). Em julho de 2016, o governo estipulou em 2,85 euros + IVA a 6% o valor mensal da contribuição para o audiovisual (CAV), taxa cobrada indiretamente através da fatura da eletricidade (correspondente a um aumento de 20 cêntimos em relação a 2015 e ao primeiro semestre de 2016). No mesmo ano, procedeu-se à alteração metodológica da contabilização da CAV, que passou a ser registada como receita geral do Estado e disponibilizada à RTP por transferência do Orçamento de Estado, reforçando simbolicamente o carácter político do financiamento da empresa pública de comunicação e, de certa forma, desvinculando a contribuição do seu histórico carácter cívico (ainda que obrigatório). Ainda em 2016, foi introduzido um regime de exceção para famílias com menos rendimentos, que passaram a pagar um euro por mês + IVA a 6% (EDP, 2016). O valor da CAV fixado em julho de 2016 transitou sem aumentos nem reduções para 2017. Podemos afirmar

que o modelo de financiamento da RTP se aproxima do conceito de *compulsory crowdfunding*, dada esta obrigatoriedade da contribuição por parte das famílias (Paulino, Guazina & Oliveira, 2016), muitas delas desconhecendo que realizam mensalmente essa contribuição.

A questão do financiamento é das mais debatidas no seio da natureza do serviço público. De acordo com os Estatutos da RTP, em particular com o capítulo I, artigo 3º, alínea 2, é permitido o desenvolvimento de áreas de negócio, que irão necessariamente contribuir para o orçamento da empresa pública de radiodifusão. Como áreas de negócio, encontramos menção a: exploração de atividade publicitária; produção e distribuição de programas e publicações de rádio e televisão e de produções cinematográficas e audiovisuais; prestação de serviços de consultoria técnica e de formação profissional; e cooperação com entidades, nacionais ou estrangeiras, especialmente com entidades congéneres dos países de expressão portuguesa.

Em ambas as versões dos últimos contratos estabelecidos entre o Governo português e a RTP, o Estado introduz um outro elemento orgânico que não pode ser dissociado da missão de serviço público: a participação da sociedade civil:

(...) Pela sua importância, a característica de independência confunde-se com a própria noção de serviço público. Na verdade, face aos poderes instituídos, o modo de actuação e organização do prestador de serviço público não pode ser permeável ou possibilitar qualquer influência, seja de que natureza for. O único controlo que lhe pode ser imposto é o da própria sociedade que serve. (CCSPRT, 1999, alínea 7)

(...) o serviço público deve constituir uma referência para a população e assentar numa oferta que garanta o acesso universal, constituindo-se como um fator de coesão e integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades sociais, devendo garantir a imparcialidade e independência da informação e do comentário, disseminar conteúdos audiovisuais inovadores e diversificados, de acordo com padrões éticos e qualitativos elevados, e assumir-se como um fórum de discussão plural e meio de promover a participação democrática alargada dos cidadãos. (CCSPRT, 2015, alínea BB)

A universalidade de acesso constitui um dos critérios de cumprimento do serviço público, mas a relação entre rádio e televisão públicas e sociedade civil não pode ser simplesmente uma premissa unilateral – as pessoas têm acesso generalizado aos canais de televisão e às estações de rádio públicas – mas tem de se assumir como uma contribuição bilateral – os média públicos

estão presentes na vida das pessoas e elas são chamadas a participar na sua programação. A importância do papel da sociedade civil junto das instituições públicas é vital, não só para o cumprimento dos princípios fundamentais, mas também para o enraizamento das instituições mediáticas de serviço público nos hábitos de consumo dos cidadãos e para despertar consciências ao nível coletivo. Uma das considerações do documento em questão refere exatamente que esta democratização dos conteúdos mediáticos de serviço público constitui uma das missões que o Estado confiou à RTP.

Na tarefa de formação de uma consciência crítica da opinião pública, o CCSPRT consagra a existência de seis tipos de programação estratégica, que se reflete em sete estações de serviço público:

[Antena 1] Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público.

(...)

[Antena 2] Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea (...).

[Antena 3] Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade.

[RDP Madeira e Açores] Dois serviços de programas especialmente destinados à Região Autónoma dos Açores e à Região Autónoma da Madeira, que, dentro dos princípios gerais enunciados neste Contrato, reflitam os interesses, aspirações e cultura daquelas regiões;

[RDP Internacional] Um serviço de programas vocacionado para as comunidades portuguesas e para os portugueses residentes no estrangeiro, destinado a manter e a estreitar a ligação afetiva e cultural a Portugal, a promover a afirmação, valorização e defesa da imagem de Portugal e a contribuir para a promoção económica e cultural de Portugal no estrangeiro; e

[RDP África] Um serviço de programas vocacionado para os países africanos de língua portuguesa, transmitido por satélite e com distribuição terrestre local (...) para as

comunidades africanas residentes na Grande Lisboa, Coimbra e Faro, ou noutras áreas geográficas. (CCSPRT, 2015: cláusula 15^a, n^o 2, alíneas a, b, c, d, e, f)

Como se observa na descrição das Antena 1, 2 e 3, a música é uma das categorias com maior preponderância no CCSPRT, mencionada várias vezes ao longo deste documento, assumindo a empresa pública o compromisso de consolidação de tradições e costumes constituintes da identidade nacional, bem como da língua e valores culturais portugueses (ficando reservado à Antena 1 o papel de rádio promotora principal da música portuguesa). Conforme previsto na Lei da Rádio (Lei n^o 54/2010 de 24 de dezembro) e no regulamento da ERC (495/2008, publicado na II Série do Diário da República de 5/9/2008), a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora é obrigatoriamente preenchida por uma quota mínima de 25% de música portuguesa¹¹⁷. Note-se que o conceito de música portuguesa não abarca necessariamente canções em língua portuguesa, mas sim da autoria de artistas de nacionalidade portuguesa. Ainda na esfera musical, e além da divulgação da música portuguesa, está prevista no CCSPRT a transmissão de concertos a partir do estrangeiro (cláusula 16, alínea e), papel assumido essencialmente pela Antena 3, motivado pela sua natureza de promoção de novos projetos e conceitos que almejem um público mais jovem.

A música é um dos elementos essenciais da programação radiofónica, sendo um dos fatores distintivos da rádio face à televisão. A terceira secção da Lei da Rádio é exclusivamente dedicada à difusão de música portuguesa, sendo as quotas obrigatórias estipuladas no seu artigo 41^o: a programação musical dos serviços de programas radiofónicos deverá preencher com música portuguesa uma quota mínima variável de 25 % a 40 %. De acordo com o artigo 42^o, as quotas de difusão de música portuguesa no serviço público de rádio são fixadas no respetivo contrato de concessão, não devendo a percentagem de difusão no seu primeiro serviço de programas ser inferior a 60 % da totalidade da música nele difundida. Complementando esta indicação, o artigo 43^o esclarece que estas quotas correspondem a música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

117 Por "música portuguesa", referimo-nos às composições musicais decrias na legislação que lhe diz respeito: "a) Que veiculem a língua portuguesa ou reflectam o património cultural português, inspirando-se, nomeadamente, nas suas tradições, ambientes ou sonoridades características, seja qual for a nacionalidade dos seus autores ou intérpretes; ou b) Que, não veiculando a língua portuguesa por razões associadas à natureza dos géneros musicais praticados, representem uma contribuição para a cultura portuguesa" (Lei da Rádio, secção III, artigo 41^o).

Já o artigo 44^o coloca a tónica na necessidade de atualização das referências musicais no âmbito da quota de música portuguesa, ao fixar que pelo menos 35% da música portuguesa transmitida seja relativa à primeira edição fonográfica ou a uma comunicação pública efetuada no último ano.

Acredito que esta lei é bastante flexível, já que exceciona as rádios que têm uma componente temática musical específica ou rádios que perseguem um género musical sem aplicação em Portugal, portanto a lei prevê isso. Ao início as rádios opuseram-se muito mas creio que agora essa questão está ultrapassada. (...) A lei é suficientemente flexível para permitir às rádios que queiram ter um rumo diferente terem a sua alternativa em termos de conteúdos musicais. De qualquer forma, penso que foi um estímulo importante para a indústria da música portuguesa. (Carvalho, 2016, entrevista pessoal)

Apesar de esta lei das quotas de música portuguesa se apresentar como transversal ao meio rádio, alguns casos de exceção podem alegar dispensa desta obrigação legislativa. A Antena 2, por exemplo, não se encontra sujeita a avaliação do cumprimento das quotas de música portuguesa devido à sua classificação temática musical, nos formatos cultura e música clássica. Também a rádio M80 (parte da empresa *Media Capital Rádios*) está isenta do cumprimento desta quota dadas as características do seu projeto programático, centrado na divulgação de temas musicais dos anos 70, 80 e 90. Este carácter de exceção encontra-se previsto na legislação e está definido no n^o 2 do artigo 44^o da Lei da Rádio.

A existência de uma legislação que estabelece quotas para a música portuguesa no meio rádio (Lei da Rádio, Lei n^o 54/2010 de 24 de dezembro, e regulamento da ERC 495/2008, publicado na II Série do Diário da República de 5/9/2008) constituiu um estímulo importante numa época de transição do mercado tradicional de consumo de música para novas plataformas digitais, que se refletiu na desaceleração da venda de discos. Uma das manobras concertadas na indústria discográfica para se defender desta retração do mercado de venda de discos foi exatamente uma aposta na divulgação através da transmissão radiofónica. A programação das rádios nacionais é muito voltada para a música anglo-saxónica, e por isso, a presença destas quotas é maior nestas rádios do que em rádios locais, onde se aposta com

frequência na música portuguesa como fator de aproximação às populações (Carvalho, 2016, entrevista pessoal).

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) é a entidade responsável pela supervisão do cumprimento da lei das quotas de música portuguesa, mas a sua atuação reguladora no meio rádio não se restringe à aplicação dessa lei, como aprofundaremos a seguir.

Regulação do serviço público de comunicação em Portugal

Um olhar atento sobre a tarefa da regulação no contexto específico do serviço público não é de somenos importância no contexto da reflexão sobre o sistema público de comunicação português. Apesar de, presentemente, os organismos de regulação beneficiarem de um estatuto e uma credibilidade consolidados no seio do meio mediático, trata-se de uma matéria nem sempre consensual, permeável a críticas sobretudo por parte das empresas de comunicação alvo de monitorização.

No presente trabalho, identificamos dois tipos de mecanismos de regulação do serviço público de comunicação: a heterorregulação, através, fundamentalmente, da ERC; e a autorregulação, na qual se enquadram órgãos sociais da estrutura empresarial da RTP como o Conselho de Opinião ou o Conselho-Geral Independente, ambos de parecer vinculativo em nomeações de membros da direção e do conselho de administração da empresa, ou o Conselho de Redação e as Provedorias do Ouvinte e do Telespectador, organismos de parecer não-vinculativo mas de pressão ontológica. Neste subcapítulo, focamo-nos na instância de heterorregulação que é a ERC, por se tratar de uma entidade independente, ocupando o próximo subcapítulo com as *nuances* próprias das múltiplas competências dos núcleos de autorregulação mencionados.

Se na maioria dos países europeus, a questão da regulação da comunicação social começou a ser colocada nos anos 80, aquando da abertura do mercado dos média aos operadores privados e da necessidade de existir uma entidade autónoma do Estado que escolhesse os concorrentes do serviço público de radiodifusão (Carvalho, 2016, entrevista pessoal), em Portugal este tema é mais precoce, e remonta ao pós-25 de abril. Nessa época, e até aos anos 80, coexistiam duas conceções de informação em Portugal: a conceção revolucionária, que acreditava que a

comunicação social devia estar ao serviço da revolução e da construção de uma nova sociedade; e a conceção europeísta, que acabou por vingar.

Foi por essa altura que surgiram os conselhos de informação para a imprensa, rádio, televisão e agência noticiosa estatais¹¹⁸, que deram depois origem ao conselho de comunicação social, sendo este o berço dos organismos de regulação da comunicação social – tendo sempre por *leitmotiv* a garantia da sua independência face ao poder político:

Existia uma influência clara do poder político. Em Portugal, entre 1974 e 2002, sempre que a cor partidária do governo mudava, coexistiam mexidas nos elementos que detinham cargos na administração das empresas públicas e, alguns meses depois, alterações na direção das estações de rádio e dos canais de televisão. Hoje em dia, podemos dizer que essa dependência do poder político já não se põe. (Carvalho, 2016, entrevista pessoal)

Em 1989, no seguimento da revisão constitucional aprovada através da Lei Constitucional nº1/89, a eliminação da proibição de privatização de empresas nacionalizadas após o 25 de Abril permitiu o fim do monopólio estatal na televisão e encetou o processo de atribuição de canais de televisão a empresas privadas¹¹⁹. O ano de 1989 foi um verdadeiro marco na história da comunicação social em Portugal, já que nesse ano foi ainda concretizada a legalização de 314 rádios locais. Todos estes incentivos à liberalização do mercado potenciaram a progressiva aglomeração empresarial em grandes grupos multimédia e a crescente afirmação de uma indústria audiovisual portuguesa, cuja constituição se deu à custa de um longo processo de concentração da propriedade, que ainda hoje em dia configura o panorama do setor: “a privatização de toda a imprensa estatizada e do canal comercial do operador público de radiodifusão – a Rádio Comercial – aceleraria a criação de grupos de média, cujo grau de concentração e de internacionalização se foi acentuando” (de Carvalho, 2009, p. 221).

118 Emissora Nacional (mais tarde dando origem à RDP), RTP e ANOP (Agência de Notícias de Portugal, mais tarde dando origem à Lusa) eram as empresas públicas de rádio, televisão e agência noticiosa. Quanto à imprensa, eram vários os jornais públicos. Salvo algumas exceções, como o jornal *O Primeiro de Janeiro* ou a Rádio Renascença, a comunicação social portuguesa era, até aos anos 80, maioritariamente estatal. Nessa época, os jornais começaram a ser privatizados, mas até então, eram praticamente todos pertença do Estado Português, fruto da nacionalização dos bancos no 25 de abril, e consequente nacionalização indireta dos jornais, que pertenciam na sua grande maioria aos bancos (GMCS, 2014a).
119 O fim do monopólio da RTP concretizou-se com a revisão constitucional de 1989 (a 2ª revisão) através da substituição da norma que impunha o monopólio do Estado na televisão por outra (art 38º, nº 7) que previa a abertura à iniciativa privada através da atribuição de licenças após concurso público.

É também através desta lei de 1989 que é criada a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), em substituição do Conselho de Comunicação Social. A AACS passa então a ser a entidade reguladora dos meios de comunicação – agora tanto públicos quanto privados, ao contrário do seu antecessor. Contudo, a tarefa de regulação vai conquistando maior preponderância política e o projeto de constituição de uma entidade reguladora externa e independente é incluído na revisão constitucional de 2005, no seu artigo 39º – logo após o basilar artigo 38º referente à liberdade de expressão:

Cabe a uma entidade administrativa independente assegurar nos meios de comunicação social: a) O direito à informação e a liberdade de imprensa; b) A não concentração da titularidade dos meios de comunicação social; c) A independência perante o poder político e o poder económico; d) O respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais; e) O respeito pelas normas reguladoras das atividades de comunicação social; f) A possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião; g) O exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política. (Portugal, 2005, art. 39º, ponto 1)

A ERC foi então criada em 2005 como resultado de uma negociação entre o Partido Socialista e o Partido Social Democrata, em que ambos concordaram que a AACS deveria ser substituída. A Lei nº. 53/2005, de 8 de novembro, extinguiu a AACS (cuja fundação havia sido decretada pela Lei nº 43/98, de 6 de agosto) e criou a ERC: “uma pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, com natureza de entidade administrativa independente, exercendo os necessários poderes de regulação e de supervisão” (Lei nº 53/2005, art. 161º, alínea c). Através do seu artigo 39º, à necessidade da entidade regulatória de assegurar a independência dos média perante o poder político e os interesses económicos junta-se ainda a definição da composição, das competências e do *modus operandi* dessa entidade administrativa independente, cujos membros serão designados pela Assembleia da República.

Apesar da consagração legal das suas competências, a ERC dispõe de meios mais limitados do que os tribunais, pelo que se poderá concluir que ela visa

menos o apuramento da chamada “verdade material” - que supõe, ou frequentemente exige, um conjunto de diligências probatórias só ao alcance dos tribunais e das comissões parlamentares de inquérito -, do que a reunião de indícios suficientes para a formação de um juízo de convicção sobre a realidade controvertida (...) na óptica da actividade reguladora, que privilegia princípios, orientações gerais, consensos, com uma forte componente deontológica e meta-legal, em detrimento do casuismo jurídico próprio da função judicial. (ERC, 2007, p. 7)

Todas as empresas de comunicação social portuguesas se encontram sob o escrutínio da ERC. Agências noticiosas, publicações periódicas em qualquer tipo de suporte de distribuição, operadores de rádio e de televisão (quer em termos da difusão quer da produção e realização para distribuição) e todo o tipo de conteúdo editorial é alvo da supervisão da entidade. Tratando-se de uma instituição de direito público, apesar de autónoma face ao poder político, a ERC, ao garantir o cumprimento da lei relativa à comunicação e difusão, atua como um mecanismo de pressão para a execução de determinadas exigências do CCSPT. São disso exemplo o escrutínio realizado às quotas de música portuguesa na rádio (tema a ser tratado com maior profundidade no capítulo dedicado ao estudo de caso da Antena 1) e a monitorização do tempo total atribuído a conteúdos publicitários e promocionais.

Os estatutos da ERC reiteram o carácter de independência da entidade no exercício das suas funções, sem interferência de qualquer ordem por parte do poder político. No entanto, ainda que a sua ação seja independente do poder político, a ERC encontra-se, na sua essência, vinculada ao poder político através da nomeação dos seus membros constituintes. A ERC é constituída por cinco membros, quatro nomeados pela Assembleia da República (por maioria qualificada de dois terços dos deputados presentes) e o quinto cooptado pelos quatro eleitos pelo Parlamento¹²⁰. Esta forma de nomeação constituiria a opção mais contestada no debate parlamentar de aprovação da nova entidade (de Carvalho, 2009).

Do próprio termo “heterorregulação” provém imediatamente a ideia central que nos remete para uma intervenção proveniente do exterior. Independentemente da concretização prática sob a qual se constitui (do modelo institucional, digamos assim, que pode englobar agências,

120 O Presidente da ERC é então eleito por todos os elementos da entidade na primeira reunião do Conselho Regulador a seguir à escolha desse quinto elemento.

institutos públicos e entidades administrativas independentes), conduz-nos ao entendimento de que há uma força externa à área sobre a qual se debruça que, de algum modo e de acordo com um determinado conjunto de premissas normalmente estabelecidas *a priori*, interfere na atividade prosseguida pelos agentes dessa área. O significado mais comum que se atribui à regulação prende-se com a noção da heterorregulação e com a sua correspondência com a regulação estatal. É neste sentido que nos referimos ao termo, considerando o papel e o (re)posicionamento do papel e do lugar do Estado (...). (Lameiras, 2016, pp. 147-148)

De uma forma resumida, os objetivos da ERC são:

- i) a promoção do pluralismo cultural e da diversidade de expressão;
- ii) a garantia da livre difusão de conteúdos e do livre acesso dos cidadãos, sem discriminação ou entraves, a esses mesmos conteúdos;
- iii) a proteção da sensibilidade de alguns públicos mais vulneráveis, como as crianças, face aos conteúdos difundidos nos média;
- iv) a garantia da qualidade e rigor jornalísticos da informação prestada;
- v) e a proteção da audiência de conteúdos comerciais que violem a lei da publicidade e, de forma mais lata, dos direitos de personalidade individuais aquando da exposição a conteúdos mediáticos (Assembleia da República, 2005).

Genericamente, a ERC analisa, monitoriza e avalia a atividade de todos os meios de comunicação social, públicos e privados, enquanto mecanismo estatal de controlo de qualidade dos produtos mediáticos a que os consumidores de média estão expostos. Os estatutos da ERC, através do art.º 24º, n.º 2, alínea d, determinam que, anualmente, o seu Conselho Regulador publique relatórios de atividade onde apresenta reflexões críticas sobre os processos alvo de supervisão ao longo desse ano e ainda sobre questões prementes do debate mediático na sociedade civil. A ERC iniciou em 2007 a publicação destes relatórios, e no referente a 2013¹²¹, um desses tópicos alvo de regulação por parte da ERC – e, aliás, um dos mais recorrentes na ação da entidade reguladora junto do meio rádio – é o da avaliação dos processos de modificação de projeto dos serviços de programas.

Como referido no ponto anterior, a Lei da Rádio (no seu artigo 26º, n.º 2 e 3) determina que o projeto generalista ou temático das estações de rádio possa ser alterado após aprovação

121 Análise publicada em 2014 no Relatório de Regulação da ERC relativo ao ano de 2013.

expressa e prévia da ERC. Ora, neste relatório procede-se à declaração exaustiva das estações de rádio que realizaram esse pedido de alteração (sendo que não há qualquer indicação de que algum desses pedidos tenha sido rejeitado), destacando-se a natureza dos novos projetos. Foram analisadas duas propostas de cessação do serviço de programas de âmbito local e 22 propostas de modificação do projeto licenciado. Destas 22 propostas, a maioria corresponde a rádios locais que passaram a emitir a programação de uma das estações de um dos grandes grupos de rádio privados, visando estas últimas a alteração das respetivas tipologias dos serviços de programas no sentido da possibilidade de constituição de associações entre os operadores.

Nota-se, portanto, um desinvestimento – que tem, aliás, acontecido de forma praticamente contínua desde 2002 (GMCS, 2014b) – nas rádios de âmbito local, reforçando o poderio dos grandes grupos de rádio e multimédia em Portugal, sendo cada vez maior a concentração no mercado radiofónico por parte dos principais detentores do controlo empresarial do setor. Este fenómeno de colonização do capital poderá contribuir para uma padronização do panorama radiofónico português e para uma progressiva extinção dos segmentos regionais e locais. Para enfrentar este fenómeno de concentração, a Lei da Rádio impõe que

(...) nenhuma pessoa singular ou coletiva pode deter, direta ou indiretamente, (...), um número de licenças de serviços de programas radiofónicos de âmbito local superior a 10% do número total das licenças atribuídas no território nacional (...) nenhuma pessoas singular ou coletiva do setor privado ou cooperativo pode deter, direta ou indiretamente, (...) um número de serviços de programas de âmbito nacional em frequência modulada igual ou superior a 50% dos serviços de programas habilitados para a mesma área de cobertura e para a mesma faixa de frequência. (Assembleia da República, 2005, art. 4º, nº 3 e 4)

A monitorização do controlo empresarial das estações de rádio compete à Autoridade da Concorrência e à ERC. Este estrangulamento das estações locais tem sido acompanhado por um crescimento anual gradual a partir de 2010 (data de entrada em vigor das alterações à Lei da Rádio) das rádios temáticas, crescimento este que se tornou particularmente evidente no ano de 2013, de acordo com o relatório de regulação da ERC para 2013. Com as rádios temáticas – especialmente da tipologia musical – a crescer, vive-se conseqüentemente um encolhimento do

universo das rádios generalistas, “resultado não só das alterações de tipologia, mas também da não-renovação das licenças ao longo do sexénio em referência” (ERC, 2013, p. 120)¹²².

Como mencionado, a ERC iniciou a publicação destes relatórios de regulação em 2007, e em particular, os que correspondem aos anos de 2011, 2013 e 2015 apresentam tópicos de reflexão especificamente sobre o serviço público de radiodifusão. Esta atenção dada pela ERC à radiodifusão sonora é recomendada pela própria Lei da Rádio (“À fiscalização do cumprimento das obrigações de serviço público no sector da comunicação social, à determinação da prática das infracções respectivas e à aplicação das competentes sanções”), que tem definido um quadro normativo ao qual é feito um apelo ao pronunciamento da ERC no âmbito de tópicos que se enquadrem nas suas funções de regulação e supervisão. De acordo com a lei de criação da ERC, o objetivo central da análise realizada à atividade da RTP consiste, genericamente, em caracterizar a programação oferecida pela empresa pública e, particularmente, em testar a diversidade e o pluralismo patentes nas grelhas de emissão, tendo como principal referente o CCSPRT. Este documento institui a obrigatoriedade da emissão de pareceres prévios e vinculativos sobre a nomeação e destituição de membros da direção dos média públicos e de entidades públicas externas que se ocupem das áreas da programação e da informação. Atesta ainda a necessidade de emissão de pareceres não-vinculativos sobre alterações ao próprio contrato (Assembleia da República, 2005, art. 12º, art. 24º, alínea 3).

Nota-se uma preocupação mais premente por parte da ERC com a supervisão do meio televisivo, comparativamente com o meio radiofónico. Realizamos este reparo tendo em conta duas conclusões: primeiramente, concluímos que os relatórios de regulação apresentam mais processos visando canais de televisão do que estações de rádio; em segundo lugar, o departamento que supervisiona o meio rádio na ERC é bem mais pequeno em número de funcionários do que o da televisão ou até o dos meios digitais, como verificámos de forma empírica numa visita às instalações da ERC guiada pelo, na época, vice-presidente do Conselho Regulador, Arons de Carvalho. Por outro lado, basta passar os olhos pelo CCSPRT para perceber que a parte

¹²² No momento da redação da presente tese, a Rádio Renascença havia dado início, meses antes (outubro de 2016), a um processo inverso de passagem de um modelo temático musical para um modelo generalista, com grande destaque para a programação informativa. Não se trata, para já, de uma inversão da tendência de desinvestimento no segmento generalista acima referida, mas é um dado que merece ser acompanhado ao longo dos próximos anos, no caso de um eventual caso de sucesso no mercado português.

III, dedicada às obrigações da RTP para com o serviço público de televisão, se estende ao longo de mais de sete páginas, enquanto que a parte IV, dedicada ao serviço público de rádio, ocupa apenas uma página.

Examinando o relatório de regulação da ERC para o ano de 2015 (o último disponível até à data de entrega do presente trabalho), concluímos que a categoria música reúne a maior porção no que respeita aos conteúdos emitidos pela Antena 1, colocando-se perto dos dois quintos da duração (38,4%), o que se reflete em mais de três mil horas de emissão durante o referido ano. Os programas de informação surgem logo de seguida, com perto de 2565 horas (32,1%), representando aproximadamente um terço da duração total da programação do ano. Estas duas categorias – música e informação – dominam as grelhas de programação e deixam à distância os restantes géneros radiofónicos; seguem-se-lhes os programas de cariz cultural/conhecimento (12,1%), os desportivos (10,3%), os de entretenimento (4,6%) e, por fim, os de índole institucional/religiosa (2,5%).

Segundo os mesmos dados recolhidos pela ERC durante o ano de 2015, a Antena 1 bipartiu a sua programação sobretudo em torno de duas funções na sua programação: informar (48,3%) e entreter (47,1%). Um dos fatores distintivos das estações de serviço público é exatamente o facto de os espaços dedicados a promover e divulgar – ou seja, de índole publicitária e comercial – serem residuais: de acordo com este relatório elaborado pelo órgão de regulação, apenas 2,1% da programação da Antena 1. Formar (2,6%) é a terceira função mais representada, com mais de 200 horas de programas, cumprida por programas institucionais ou religiosos como “A Fé dos Homens”, “Eucaristia Dominical” ou “Direito de Antena”.

Como sublinhámos, um dos temas com maior incidência de supervisão da ERC no que toca ao meio rádio é o da lei das quotas de música portuguesa¹²³, cuja supervisão é realizada por amostragem:

Este modelo é de inspiração francesa. Estive bastante envolvido nisto, na altura era deputado no Parlamento e fomos inspirar-nos à lei francesa, apesar de em França esta lei ser mais exigente. Creio que há apenas dois ou três outros países que tenham estas quotas. Esta lei

123 Em 1981 foi aprovada uma lei de proteção da música portuguesa que estabelecia os limites mínimos de difusão na rádio. Esta lei estendia-se à televisão, regulamentando que a própria mira técnica era forçada a cumprir uma quota. De acordo com Carvalho (2016), era um diploma de tal modo exigente e ambicioso que nunca chegou a ser cumprido.

foi um pouco pressionada pelos produtores de música, pelas indústrias discográficas. O David Ferreira, na altura na Valentim de Carvalho, chamou a atenção do Parlamento para essa necessidade e o PS acabou por liderar essa discussão. (Carvalho, 2016, entrevista pessoal)

A lei francesa estabelece um mínimo de 40% de quotas para música nacional daquele país. Já a lei portuguesa estabelece que a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora seja obrigatoriamente preenchida com música portuguesa em quota mínima variável entre 25% e 40%. Esta lei coloca a tónica no aspeto quantitativo e não no qualitativo, já que o cumprimento da quota é relativo à quantidade e não à diversidade dos artistas ou géneros musicais. Desta forma, não estando a regulamentação alinhada com a segmentação nem de compositores nem de géneros, verificamos no panorama musical radiofónico português uma repetição frequente dos mesmos artistas, nomeadamente aqueles que logram maior internacionalização.

Não existindo uma quota de música portuguesa que garanta a diversidade dos seus autores e géneros, há uma componente menos falada no âmbito da opinião pública sobre esta legislação, ligada à data de lançamento da canção em causa: a quota de música recente obriga a uma preocupação de inclusão de canções portuguesas que tenham sido editadas nos últimos 12 meses. Segundo a direção da ERC, a entidade reguladora tem muitas dificuldades em garantir recursos humanos disponíveis para realizar permanentemente este acompanhamento da música recente com *airplay* no meio rádio, até porque a informação precisa sobre as datas de edição das canções no mercado discográfico nem sempre se encontra disponível (Carvalho, 2016, entrevista pessoal). Apesar desta tónica de complexidade e de, aquando da publicação deste decreto-lei a polémica ter estalado junto das estações de rádio, chegando a serem elaborados cadernos reivindicativos sobre o assunto, hoje em dia a questão das quotas já não constitui um tópico discordante entre órgão regulador e empresas de rádio (Carvalho, 2016, entrevista pessoal). Além de já se ter alcançado alguma unanimidade das partes interessadas e do mercado perante esta lei, há ainda elementos do setor que acreditam que impor quotas não implica necessariamente cumprir a diversidade que o serviço público deve incutir à indústria dos média (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

A busca pela diversidade na programação é um dos faróis que devem guiar os média públicos. A pluralidade é um dos princípios fundamentais do serviço público, assim como a independência (Unesco, 2001), que tantas vezes foi mencionada na já referida entrevista pessoal que o vice-presidente da ERC nos concedeu, a 12 de julho de 2016. Arons de Carvalho mencionou por seis vezes a questão da independência da entidade face ao poder político, num encontro com uma duração total de cerca de 50 minutos. Não se colocando a questão da interferência em relação aos interesses privados, parece existir ainda uma grande preocupação por parte da ERC em se demarcar do poder político. Neste sentido, impõe-se a reflexão sobre o tema da regulação enquanto atividade a que se deixa de associar uma lógica de comando e controlo por parte do Estado. Pensar desta forma confere à regulação o papel de “instrumento através do qual o Estado supervisiona, controla ou cerceia as atividades dos atores não-estatais em concordância com a política” (Abramson, 2001, p. 302). Ou seja, o Estado surge como elemento central neste contexto e à regulação associa-se a sua preponderância – podendo (e devendo) assumir o papel de legislador, fornecendo diplomas legais aplicáveis à atividade de proprietário, detendo empresas, como a RTP e a Agência Lusa, agindo até como financiador ao promover incentivos, por exemplo, à imprensa regional.

Ora, avaliando o período compreendido entre 1991 e os primeiros anos de 2000, percebe-se a mudança discursiva que destaca uma passagem gradual de Estado onnipresente, fiscalizador, proprietário dos média, para um Estado que se deseja mais próximo do cidadão e que assume um papel mais moderado e com função reguladora. (Lameiras, 2016, p. 207)

A monitorização efetuada por órgãos reguladores dos média implica uma elevada complexidade, que decorre de vários fatores, nomeadamente da necessidade de complementar o conceito de pluralismo – mais quantitativo – com o conceito de diversidade – mais qualitativo (Silva, 2012). Em Portugal, têm sido mais frequentes os estudos quantitativos (Martins, 2015). Poucos meses antes do final do seu mandato (2016), a ERC foi alvo de uma audição parlamentar para a apresentação do relatório de regulação de 2015 e dos relatórios de atividades e contas relativos a 2014 e 2015. Nesta audição, os cinco membros do regulador dos média deixaram patente que não foi possível encontrar consensos em alguns dos casos analisados, tendo sido

necessário recorrer à votação por maioria. Carlos Magno, presidente da ERC, prometeu entregar ao Presidente da Assembleia da República, Eduardo Ferro Rodrigues, a 9 de novembro de 2016, um documento com uma reflexão sua sobre esse período e sobre o setor, dia em que findou o mandato do atual Conselho Regulador. Este documento não se tornou público, nem sequer a indicação da sua efetiva entrega na Assembleia da República.

Apesar de a ERC se ter firmado, desde a sua fundação, como o principal mecanismo executivo de regulação em Portugal, para além desta entidade de heteroregulação há ainda outros processos de autorregulação que gostaríamos de destacar de seguida.

Organismos de autorregulação da gestão do serviço público de comunicação

O CCSPRT, documento citado anteriormente, que regulamenta a relação contratual entre Estado e concessionário de serviço público, fundamenta a necessidade de uma autorregulação dos média públicos. Esta regulação, dentro da própria empresa concessionada, efetiva-se atualmente na RTP através de alguns organismos a ela associados e já aqui mencionados: o Conselho de Opinião, o Conselho-Geral Independente e a Provedoria do Ouvinte e do Telespetador, em regime de *ombudsman*. Estes organismos resultam de uma avaliação bilateral, um olhar de dentro (da empresa) para fora (o mercado) e vice-versa. Na execução das suas funções, ao olhar de dentro para fora almeja-se o cumprimento de critérios de qualidade através de um exame autoavaliativo; de fora para dentro, deseja-se prevenir influências externas que minem a neutralidade do serviço público, logo, desenvolver mecanismos de defesa da empresa pública face a uma possível interferência do poder político; estão, portanto, estes organismos ligados aos princípios fundadores da excelência e da independência.

Ao nível das redações, podem encontrar-se uma série de mecanismos que se enquadram no âmbito da autorregulação. Embora não seja exequível uma reflexão exaustiva sobre cada um em particular e sobre os que efetivamente existem em Portugal, julgamos pertinente destacar os seguintes: os Conselhos de Redação, o Conselho de Opinião da RTP, o Conselho Geral Independente e os Provedores do Ouvinte e do Telespetador.

Em Portugal, admitimos que os conselhos de redação não têm grande visibilidade perante a opinião pública e que não se encontram constituídos em todos os órgãos de comunicação social,

mas mesmo assim são organismos que merecem ser mencionados neste tema da regulação dos média, por historicamente terem logrado obter algum poder de decisão na eleição das direções dos seus órgãos de gestão. A empresa pública de radiodifusão tem experienciado a participação presente e pró-ativa do seu conselho de redação, nomeadamente em julho de 2016, aquando da contratação do jornalista André Macedo para integrar a direção de informação da RTP – nomeação esta que foi vetada pelo referido organismo¹²⁴. Por sua vez, a ERC aprovou o nome de André Macedo para o cargo, tendo o jornalista assumido funções em setembro desse ano porque, ao contrário do carácter não vinculativo da tomada de posição do conselho de redação, o parecer da ERC é vinculativo e permitiu à empresa avançar com a reorganização da sua estrutura diretiva na área de informação económica.

Além destas pequenas ocorrências de autorregulação na base que sustenta a empresa, isto é, no seio da força laboral das redações, é ainda essencial mencionar os órgãos sociais que aconselham, recomendam, supervisionam e dão pareceres vinculativos sobre a nomeação de elementos do Conselho de Administração: o Conselho de Opinião da RTP (CO) e o Conselho-Geral Independente (CGI).

O CO constitui-se como um órgão social que integra membros de associações e representantes da opinião pública. São-lhe imputadas as seguintes competências: conceder pareceres sobre o contrato de concessão, a atividade geral das empresas públicas, os planos orçamentais, o relatório e contas, a atividade da RTP no âmbito da cooperação com os países de expressão portuguesa e o apoio dado às comunidades portuguesas no estrangeiro. A edificação do CO foi inspirada no modelo alemão. O operador de serviço público alemão está dividido em estados, e cada estado detém uma empresa, existindo em cada uma delas um conselho de rádio ou de televisão que se assemelha à formulação portuguesa do Conselho de Opinião. Esses conselhos são responsáveis por eleger o seu próprio presidente, que tanto na Alemanha como em Portugal, tem funções de gestão mas também de curadoria de conteúdos.

124 O organismo considerou que a empresa deveria priorizar a contratação de jornalistas que integrassem a base da pirâmide laboral da empresa, isto é, trabalhadores para as tarefas diárias da redação, de forma a colmatar lacunas de recursos humanos, ao invés de mais elementos dirigentes que, naturalmente, pesam mais no orçamento da empresa: "(...) a reiterada política de baixos vencimentos praticada na redação torna inexplicável a assunção de mais um elevado encargo salarial, para além de acentuar os sentimentos de injustiça, frustração e mal-estar" (*Expresso*, 2016, 28 de julho).

O CO nasceu na sequência de uma história muito engraçada. Talvez em 1985, quando foi a revisão constitucional que deu a abertura da televisão à iniciativa privada, estava o PSD no governo, o ministro da tutela da comunicação social de então era o Marques Mendes, fez uma reunião com o PS para tentar convencer-nos a mudar a norma constitucional que impedia a televisão privada. Eu estive lá pelo PS e fingi que estávamos a precisar de sermos convencidos; e ele disse “bom vamos lá negociar, o que pretendem em troca?”. E eu disse: “Olhe, uma boa ideia era existir um Conselho de Opinião no serviço público”. Ele concordou e assim nasceu. (Carvalho, 2016, entrevista pessoal)

Apesar deste papel preponderante na criação do CO, o então vice-presidente da ERC dizia-se desiludido com este organismo, por considerar que os seus elementos não se dedicam a tempo inteiro à função e que a maioria não conhece o setor nem passará a conhecer, porque as reuniões são mensais. Por esse motivo, acredita que conferir muita responsabilidade ao CO poderá ser contraproducente (Carvalho, 2016, entrevista pessoal). Ainda assim, no mais recente parecer do CO sobre o Plano de Atividades, Investimentos e Orçamento para 2016 enviado pela administração da RTP, é considerado que o CA tem “muitas e boas ideias de Serviço Público de Média, mas muito poucos projetos concretos que as consubstanciem” (CO, 2015a, p. 7). O único elogio rasgado de que é merecedor este plano dirige-se à criação da rádio infantil *online* Zig Zag. Em geral, são mencionadas as várias lacunas das propostas, com especial atenção ao meio radiofónico, ao qual é aconselhada, especificamente, a olhar de um modo mais atento para as fracas audiências das estações de rádio públicas, que não podem ser explicadas pela falta de recursos humanos, técnicos ou financeiros. Por outro lado, é criticada a ausência de menção ao papel da rádio pública no advento de uma catástrofe natural, à qual apenas a rádio poderá resistir e apoiar na recuperação.

Já o CGI constitui-se como um dos mecanismos que pretendem distanciar o governo da definição de conteúdos da empresa pública de radiodifusão, ou seja, da separação entre funções de gestão e funções de conteúdos. Criado pela Lei nº 39/2014, de 9 de julho, o CGI torna-se então responsável pela supervisão e fiscalização do cumprimento das obrigações de serviço público de rádio e televisão previstas no contrato de concessão, constando nas suas tarefas a indigitação dos membros do CA, assim como a proposta da sua destituição ao ministro da tutela, a aprovação do seu projeto estratégico para a empresa e a definição das linhas orientadoras desse

mesmo projeto. De acordo com os estatutos do CGI (art. 9º), este órgão social da RTP é composto por seis elementos – um presidente e cinco vogais: “Os membros do CGI são escolhidos entre personalidades de reconhecido mérito, assegurando uma adequada representação geográfica, cultural e de género, com experiência profissional relevante e indiscutível credibilidade e idoneidade pessoal” (Assembleia da República, 2014, art. 14º, alínea 1).

Os mandatos dos membros do CGI têm a duração de seis anos¹²⁵, não podendo ser renováveis (art. 15º, alínea 1). Assim, tendo encetado o seu mandato em 2014, a atual composição do CGI da RTP – Ana Lourenço e António Feijó (Presidente), indicados pelo Governo; Manuel Pinto e Simonetta Luz Afonso, indicados pelo Conselho de Opinião da RTP; e Álvaro Dâmaso e Diogo Lucena, cooptados pelos restantes membros – cessarão funções em 2020. Apesar de ser responsável pela nomeação do CA da RTP, o CGI não tem poderes de gestão sobre as atividades da sociedade. A atividade do CGI, por ser de indubitável importância na gestão da empresa pública de comunicação, será escrutinada em maior pormenor na secção seguinte, referente ao debate sobre serviço público na última década.

Destacamos, por fim, como mecanismos relevantes de autorregulação da comunicação social as Provedorias constituídas em meios públicos e privados¹²⁶, ainda que a ausência de uma tradição de autoregulação na comunicação social portuguesa possa ter conduzido, por duas vezes, o poder político a formas heterodoxas de autoregulação induzida, como aconteceu em 2007, ao ser atribuído um rol de competências disciplinares à Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (Carvalho, 2016, entrevista pessoal).

No serviço público, é desde 2006 que a Lei da Televisão e os Estatutos da RTP estabelecem a existência de um provedor do ouvinte e um provedor do telespetador. A categoria de provedor do serviço público de comunicação constituiu, também, um exercício de autorregulação. Os provedores do ouvinte e do telespetador são nomeados pelo Conselho de Administração da RTP e dependem da aprovação do Conselho de Opinião. Os estatutos dos provedores encontram-se

125 Ainda que o mandato do conselho seja de seis anos, três dos seis atuais membros do CGI, a designar por sorteio, terminaram o seu mandato ao fim de três anos, ou seja, em 2017. Trata-se de uma norma apenas aplicável a este primeiro mandato, que visa evitar no futuro que todos os mandatos terminem ao mesmo tempo.

126 A figura do “ombudsman” está presente na imprensa generalista portuguesa desde 1997. Já nos média audiovisuais de serviço público existe apenas desde 2006, não havendo provedores do ouvinte e do telespetador em estações e canais privados. Ao contrário, a figura do provedor do leitor ocorre em algumas publicações de administração privada consideradas de referência, como é o caso do jornal *Pública*, cujo último provedor foi Paquete de Oliveira, falecido em junho de 2016 em exercício dessa mesma função.

descritos em anexo à Lei nº 8/2007 sobre a reestruturação do serviço público (Assembleia da República, 2007) e estabelecem que os provedores serão elementos “designados de entre pessoas de reconhecidos mérito profissional, credibilidade e integridade pessoal cuja atividade nos últimos cinco anos tenha sido exercida na área da comunicação” (artigo 24º, nº 1). Os candidatos a provedores são propostos pelo Conselho de Administração e apenas se constituirão como tal após parecer vinculativo do Conselho de Opinião. Os mandatos são de dois anos e, à data de entrega do presente trabalho, Jorge Wemans e João Paulo Guerra¹²⁷ desempenham, respetivamente, as funções de provedor do telespetador e do ouvinte. Paula Cordeiro, antecessora do atual provedor do ouvinte e ela própria antecedida nesta função por Mário Figueiredo, Adelino Gomes e José Nuno Martins, constituiu a primeira e única provedora mulher no cargo em Portugal e também o primeiro “ombudsman” a conduzir dois mandatos no cargo (referimo-nos ao cargo no meio rádio, uma vez que Paquete de Oliveira havia exercido também dois mandatos na televisão)¹²⁸.

Paquete de Oliveira, o primeiro provedor do telespetador da RTP, acreditava que as contribuições da provedoria são veículos de participação ativa dos públicos com um papel ativo de incentivo à responsabilidade social no processo produtivo de conteúdos de comunicação. Já Adelino Gomes, seu contemporâneo como provedor da rádio pública, considera que o papel desempenhado pelo provedor é

(...) uma força de dissuasão. E tanto mais dissuasora quanto o provedor tiver um discurso coerente, tecnicamente informado e moralmente irrepreensível. Não me parece que seja necessário, nem é essa a doutrina que tem imperado internacionalmente, que um provedor precise de ter um oficial de diligências ou a polícia atrás para fazer cumprir as suas determinações. (...) O provedor é, portanto, uma força moral. (...) Nas minhas apreciações, procurei não exagerar no poder de julgamento, que é um poder dissuasório muito importante,

127 Antes de assumir plenamente as funções de Provedor do Ouvinte da RTP, o nome de João Paulo Guerra foi alvo de um parecer desfavorável por parte do Conselho de Opinião (CO, 2015b). Este parecer desencadeou reações de incredulidade por parte da comunidade jornalística, tendo vários membros daquele órgão enviado uma carta a Manuel Coelho da Silva, presidente do CO, a contestar a decisão, já que não tinha sido apresentada nenhuma crítica à nomeação durante o debate na reunião do CO. De acordo com a alínea 5 do artigo 34º dos Estatutos da RTP, um parecer desfavorável do CO para nomeação do Provedor deve ser “devidamente fundamentado no não preenchimento dos requisitos previstos”. Como não foi apresentada qualquer justificação para o parecer contra, o Conselho de Administração da RTP assumiu que a ausência da fundamentação exigida pelos Estatutos da RTP anulava a deliberação do CO (*Expresso*, 2017, 6 de fevereiro).

128 Anteriormente, tanto Adelino Gomes como José Nuno Martins haviam rejeitado as propostas de recondução no cargo para um segundo mandato (Gomes, 2016, entrevista pessoal).

e ver sempre os dois lados, sendo justo para com ambos e perante a minha consciência.
(Gomes citado em Freitas, 2010, pp. 10-11)

No relatório anual de provedor do ouvinte correspondente a 2009, Adelino Gomes relata dois momentos que marcaram o seu mandato. O primeiro foi o que mais reações provocou do lado do auditório nos dois anos em que exerceu o cargo e está relacionado com um anúncio de autopromoção na Antena 1, protagonizado pela voz da jornalista Eduarda Maio, que despertou uma enorme celeuma em torno da falta de isenção da jornalista em questão e de um eventual desrespeito pela deontologia da carteira profissional de jornalista¹²⁹. Já o segundo foi o momento mais sofrido, segundo as palavras do ex-provedor, aquele em que viu terminar um dos programas que considerava de maior qualidade no meio radiofónico: “Lugar ao Sul”, do realizador Rafael Correia, um programa que estava no ar há cerca de três décadas¹³⁰.

Tanto Adelino Gomes (2007-2010) como Paula Cordeiro (2012-2016) acreditam que é um desafio ser provedor do ouvinte num tempo em que a rádio desafia o imediatismo das novas tecnologias digitais de comunicação. Gomes (2010) fala na necessidade de a rádio pública batalhar de igual para igual na revolução em curso do processo da mediação; Cordeiro (2016) advoga a necessidade da convergência no serviço público de média. Apesar das dificuldades que destacam, ambos enaltecem a flexibilidade técnica e adaptabilidade da rádio, enfatizando o criticismo dos seus ouvintes e os desafios na mediação destes casos no âmbito da provedoria. No seu entender, o provedor acumula um duplo papel de representante e de defensor do ouvinte, incitando de forma interventiva à reflexão por parte das camadas profissionais da RTP e contribuindo de forma externa para uma cultura empresarial de autocrítica.

Já Arons de Carvalho considera que o papel da provedoria é de uma “autorregulação induzida” (2016, entrevista pessoal), já que foi o governo a criar a instituição da provedoria e a incumbir o Conselho de Opinião a eleger um provedor de dois em dois anos. Ainda assim, apesar desta natureza impositiva por parte do poder político na criação deste cargo, os provedores têm

129 Este spot autopromocional, produzido num tom que daria espaço a más interpretações, foi acusado de atacar o direito à manifestação. O provedor de então, Adelino Gomes, considerou o texto suscetível de interpretações colaterais, além de que considerou que a participação da jornalista num spot publicitário (ainda que de autopromoção da estação na qual exerce o cargo de subdiretora de informação) era “grave” (Gomes, 2016, entrevista pessoal).

130 O programa terminou abruptamente, e sem razão aparente, já que o seu realizador, apesar de ter chegado à idade da reforma, havia acordado um contrato de prestação de serviços pós-aposentadoria com a RTP.

desempenhado um papel interessante de reflexão e crítica construtiva no seio da sociedade civil, dando voz às suas análises através do meio alvo dessa mesma análise: o programa de rádio “Em Nome do Ouvinte”, da inteira responsabilidade da provedoria¹³¹, transmitido em todas as estações públicas e disponível em versão *podcast* no site multimédia RTP Play.

No último programa da IV Série (22/07/2016), em fim de mandato, a Provedora do Ouvinte fez um balanço da atividade e das mensagens recebidas. A ex-provedora afirmou, em tom confessional, ter-se sentido forçada a tomar decisões um pouco precipitadas quanto à sua ação na provedoria, devido à pressão da comunicação social que, numa fase muito precoce do exercício do cargo, a interpelou sobre qual seria o seu estilo de atuação (Cordeiro, 2016). Neste último programa, refletiu sobre o caminho de provedoria que foi construindo ao longo do tempo da sua ação executiva e sobre a natureza da sua própria função, de limites vários e gerador de conflitos, até

gradualmente perceber que aquilo que se espera da ação do provedor vai um pouco além da sua real possibilidade, e não capacidade, de intervenção. (...) A opinião do provedor vive num limbo constante entre a sugestão e o julgamento em que se encontra. O papel do provedor tem limitações. Este papel pode resultar em conflitos e constrangimentos dadas as limitações da sua função e o limbo entre sugestão e julgamento. Nem sempre, muito raramente, a opinião do provedor é distinta da dos profissionais que a realizam. (Cordeiro, 2016).

As reflexões dos últimos anos estimuladas pelos relatórios da provedoria e pelo programa de rádio “Em Nome do Ouvinte” sobre os casos particulares da Antena 1, RDP Internacional e RDP África serão alvo de análise no capítulo seguinte do presente trabalho, dedicado aos estudos de caso.

Apesar da existência destes mecanismos de autorregulação, não há ainda em Portugal tradição de sistemas de autorregulação, muito menos de correção, sobretudo se comparamos as nossas entidades com o Office of Communications (Ofcom), estabelecido em 2002 no Reino Unido, cuja estrutura reúne elementos do poder político, membros de sindicatos e profissionais

131 O programa, apesar de ser da autoria e apresentação da provedoria, tem apoio à produção de uma equipa constituída por um jornalista e um sonoplasta.

do setor (telecomunicações e média, juntos). O Ofcom faz um apelo à autorregulação, à definição de regras que tentem que os próprios operadores se sintam coresponsabilizados na persecução e seguimento dos princípios, sendo um estilo de regulação mais pedagógico (Reino Unido, 2002).

Apesar da existência destes mecanismos em Portugal, fenómenos da autorregulação e da correção ainda não se encontram firmemente implementados de forma efetiva. Na verdade, a grande responsabilidade técnica em matéria de regulação parece mesmo residir na ERC, por se tratar da instituição de monitorização dos média em matéria de direito aplicado. Ainda assim, falta à ERC alguma flexibilidade na aplicação da lei relativa aos média digitais, já que a legislação para exercer processos de regulação sobre *sites*, *blogs* e outras plataformas de comunicação ainda não é extensiva. A entidade de regulação portuguesa tem de se adaptar ao novo mundo digital que reconfigurou o setor da comunicação, mas parece existir alguma lentidão nos processos de adaptação da legislação à realidade social. Se, por exemplo, na época da liberalização do mercado de televisão, foi a legislação a encetar mudanças no paradigma da comunicação social, já com o advento do digital observa-se um processo inverso: é a legislação que se tem adaptado à realidade mediática transformada pela revolução da *techné*.

O debate sobre serviço público de rádio em Portugal

O serviço público de comunicação distingue-se pela sua missão perante a opinião pública e contratualizada pelo Estado que o financia. Na Europa, o serviço público de radiodifusão encontra-se ancorado ao *reithianismo*, pensamento sobre o papel dos média públicos ligado a John Reith (director executivo da BBC entre 1923 e 1938), considerado como o grande fundador dos princípios de serviço público independente do poder estatal na Europa. A perspetiva de Reith sobre o serviço público de comunicação ramificava as funções essenciais dos média públicos (primeiro a rádio, a partir de 1927, e já no final do seu mandato a criação da televisão, em 1936) em três, conhecidas pelos três princípios *reithianos*: informar, educar e entreter – por esta ordem de importância. De acordo com Reith, o serviço público assentava em quatro fundamentos: estar protegido de pressões comerciais; servir toda a nação, e não apenas os polos urbanos; estar sob a administração de um só corpo de gestão; e, por fim, ser um monopólio (Harcup, 2014).

São muitos os ângulos, os pontos de vista, as perspetivas ideológicas despoletadas pelo tema das formas de implementação do serviço público de rádio. Neste subcapítulo, realizámos uma síntese dos ângulos a apresentar de acordo com dois critérios: o da noticiabilidade e o da atualidade. No fundo, recrutaremos para esta análise os principais subtemas ligados ao serviço público que estiveram em debate nos últimos 10 anos.

Partindo do princípio acima enunciado – o de que, após a revolução tecnológica do digital, são as novas leis a adaptarem-se à recém-inaugurada realidade mediática, em vez da forma mais tradicional, que consistia na natural evolução da difusão dos média após “permissão” legislativa –, poderíamos ser levados a pensar que um modelo baseado numa maior intervenção estatal (logo, mais burocrático e menos livre na aceção do mercado) não seria desejável, já que contrastaria com a celeridade dos avanços técnicos na área das TIC. Todavia, alguns pensadores (Carvalho, 2016; Cádima, 2016) partilham da posição de que não é positivo que o governo se afaste por completo da gestão dos conteúdos nos média públicos e da definição de linhas orientadoras da empresa pública de radiodifusão. Concretamente, afirmamos que em certas matérias não se tem afastado de todo, e damos como exemplos: a contratualização do processo da televisão digital terrestre (TDT), nomeadamente quais os novos canais a serem disponibilizados em sinal aberto através da TDT (2015); também a transformação da RTP num “operador de serviço público universal, de media multiplataforma”¹³². É exatamente esse o fio condutor para o pensamento sobre a evolução do serviço público de comunicação em Portugal na última década: um tempo de convergência num cenário de desinvestimento.

(...) os meios de comunicação social são uma instituição histórica e socialmente determinada pelo sistema cultural. E, pela mesma razão, não é compreensível a sua prática significativa sem reconhecer a economia política que condiciona e governa as formas de representação informativa. Analisar os meios de comunicação social pressupõe, conseqüentemente, tratar de compreender as alterações sociais, as transformações tecnológicas, culturais e económico-políticas. (Sierra, 2011, p. 189)

132 O Ministro da Cultura, Luís Castro Mendes, que alberga a tutela da Comunicação Social, demonstrou vontade política e pressionou a RTP para apostar na inovação e na digitalização dos seus formatos, enaltecendo a evolução da Agência Lusa na sua transição para o digital (intervenção no 26.º Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações a 28/09/2016).

Recuemos exatamente 10 anos, até 2007, altura em que a lei sobre concessão do serviço público é alterada. Nesse ano, a Assembleia da República¹³³ aprovou um pacote legislativo que procedeu à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão, condensado na Lei nº 8/2007 de 14 de fevereiro. De acordo com a quarta alínea do reformulado artigo 1º, à RTP passa a ser permitido o estatuto empresarial de produtora de negócios, possibilitando-lhe a comercialização de outras atividades, industriais ou comerciais, relacionadas com o seu objetivo primário de produção de rádio e televisão em convívência com o estatuto de serviço público – desde que não comprometam nem dificultem a prossecução do contrato de concessão.

O contexto de crise financeira e crispação social que se seguiria à promulgação desta lei intensificaria o debate em torno da aplicação de fundos estatais, provenientes dos contribuintes, na empresa pública de comunicação. A redução do orçamento da RTP, contínua desde 2011, é visível no seguinte gráfico:

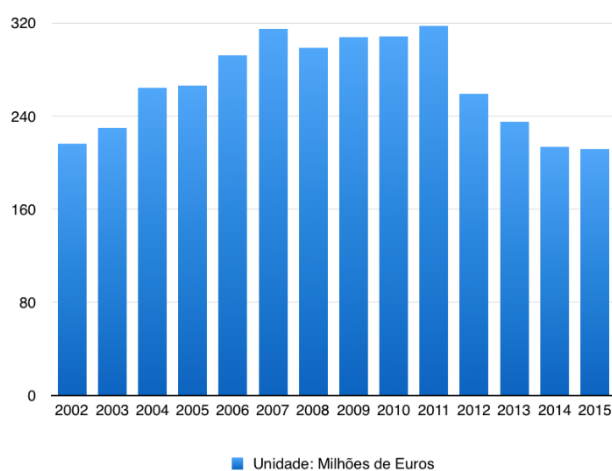


Gráfico 1: Evolução dos rendimentos operacionais da RTP: 2002-2015
Fonte: Relatório e Contas RTP

133 A entidade correspondente à Anacom no sistema brasileiro é a já mencionada Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), criada pela Lei 9.472, de 16 de julho de 1997 – mais conhecida como Lei Geral de Telecomunicações (LGT), tendo sido a primeira agência reguladora criada no Brasil. A criação da Anatel fez parte do processo de reformulação das telecomunicações brasileiras em 1995, durante o qual foi liberalizada a exploração de serviços públicos por parte de empresas privadas, introduzindo o regime de concorrência, passando o Estado a desempenhar funções de regulação deste mercado livre. De acordo com o planeamento estratégico da Anatel para o período temporal de 2015 a 2024, a sua missão é "regular o setor de telecomunicações para contribuir com o desenvolvimento do Brasil" (Anatel, 2015)

O último Relatório e Contas da RTP disponível para consulta pública corresponde ao ano de 2015. Os rendimentos operacionais de 2015, constituídos fundamentalmente por fundos públicos (CAV) e receitas comerciais (publicidade), totalizaram 211,5 milhões de euros, registando uma variação negativa de 1% face a 2014. Ora, comparando o financiamento disponível registado em 2007 com o do último ano de que há registo, 2015, registamos uma quebra de um terço no espaço temporal de menos de uma década. O valor dos rendimentos operacionais da RTP encontrava-se, em 2015, próximo do nível de 2002. São particularmente notórias duas recessões no financiamento da RTP no período temporal em análise: a primeira em 2012, fruto de uma quebra nas receitas publicitárias; e a segunda em 2014, na sequência do término da atribuição anual de uma indemnização compensatória por parte do Estado aos média de serviço público (RTP e Agência Lusa). Presentemente, a RTP tem um nível de rendimentos aparentemente estagnado.

Vários têm sido os pedidos de reformas da empresa pública de rádio e televisão ao longo da última década. Em 2011, com o fim antecipado do mandato do Primeiro-Ministro socialista José Sócrates e o início do mandato do seu substituto, o social-democrata Pedro Passos Coelho, coincidindo também com a intervenção do Fundo Monetário Internacional (FMI) em Portugal, iniciou-se um grande processo de reestruturação da RTP. A privatização de um dos canais públicos da RTP constituía uma das traves-mestras do programa eleitoral do PSD quando se apresentou às eleições legislativas de 2011. Após a vitória do PSD neste escrutínio, multiplicaram-se os argumentos contrários à privatização provindos de inúmeros coletivos. Partidos políticos à esquerda, movimentos sociais, académicos, atores sociais ligados à comunicação social; todos concordavam que o cumprimento dos princípios de serviço público não se efetivaria se alguns canais fossem alienados (Pêgo, 2016, entrevista pessoal). Efetivamente, a quarta cláusula do contrato de concessão de serviço público em vigor à época (relativa à missão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora), preconiza que é da obrigação da RTP ser uma rádio que auspicie

Promover a língua e a cultura portuguesa, a lusofonia e os princípios comuns europeus, valorizar o saber e a diversidade, contribuindo para o esclarecimento dos públicos. (Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora, 2015, cláusula 5^a, alínea c)

Que, para marcar a diferença, só um serviço público de *media* global pode ser neste quadro o “guardião” da diversidade da cultura e do pluralismo, satisfazendo as necessidades

coletivas e garantindo a preservação da língua, literatura, música e história dos diferentes países europeus em todo o mundo da lusofonia. (Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora, 2015, alínea HH)

Concordamos que, para cumprimento destes objetivos sem determinações lucrativas ou constrangimentos naturais, compete ao serviço público a preservação do património linguístico e a disseminação dos valores culturais a ele associados. A importância da cultura e da história, da difusão da língua portuguesa, do património cultural do espaço lusófono e do pluralismo inerente a todas estas manifestações culturais estão expressamente registadas neste contrato, reiterando a relevância de canais como a RDP Internacional (dedicada à internacionalização da produção nacional), a RDP África (atenta à difusão da cultura dos países africanos de língua portuguesa) e do canal de televisão RTP 2 (que dedica especial tempo de antena a conteúdos culturais, ligados ao património histórico). É exatamente em virtude desta premissa que a presente dissertação, versando os moldes da presença da cultura lusófona no meio radiofónico, se interpela neste olhar sobre o serviço público de rádio.

Ainda que o PSD tenha logrado formar governo (o XIX Governo Constitucional) na sequência do processo eleitoral de 2011, a privatização prevista no programa eleitoral não se concretizou. A coligação para formação de governo entre o PSD e o CDS/PP acabou por ser um dos fatores dissuasores desta medida – assim como a pressão social por parte de várias associações e movimentos –, já que Paulo Portas, então vice-Primeiro-Ministro, se opôs à venda de um canal de televisão e duas estações de rádio da RTP. Na base desta oposição dos democratas-cristãos estão duas justificativas: a primeira argumentava que o não-desmantelamento do serviço público era de interesse nacional, nomeadamente para defender a língua portuguesa e apoiar uma política externa cultural; já a segunda prendia-se com o facto de uma fase de crise financeira não se tratar do melhor momento para uma privatização, devido à contração do mercado publicitário. Esta gestão do dossiê RTP constituiu um dos principais focos de divisão entre os parceiros da coligação. Foi desta forma que o plano pré-eleitoral do PSD de privatização de parte dos recursos da RTP passou a uma estratégia de reformas da empresa pública.

A legitimidade parece então configurar-se mais como um problema orçamental do que função da qualidade do serviço prestado, ou seja, da independência do operador e da diversidade e pluralismo dos seus conteúdos, o que acaba por ilustrar a relação eufemística desde sempre mantida entre os Estados europeus, na generalidade, e as suas televisões oficiais. (Cádima, 2012, p. 31)

Após alterações na tutela em 2013 (o ministro Miguel Relvas¹³⁴ foi substituído por Miguel Poiães Maduro), a solução de consenso encontrada pela coligação foi a criação do Conselho Geral Independente (CGI) da RTP, cujo objetivo seria deferir do governo a responsabilidade da nomeação do CA da RTP. Desta forma, o PSD conseguia retirar, em parte, o peso estatal da nomeação do CA da RTP e o CDS garantia a não-privatização da empresa. Com esta alteração de estatutos, implementada pela Lei n.º 39/2014, de 9 de julho, o peso do Estado na RTP tornou-se mais limitado, confinando-se à definição e disponibilização do orçamento anual da empresa, à renovação ou cessação do contrato de concessão, à nomeação de dois dos membros do CGI e ainda à demissão do CA, se essa for a recomendação do CGI (como acabou por acontecer em finais de 2014). Os restantes representantes do CGI são indicados pelo Conselho de Opinião da RTP e os restantes escolhidos pelos quatro membros anteriores.

Em dezembro de 2014 reacenderam-se as faíscas da discórdia aquando da compra por parte da televisão pública portuguesa dos direitos de transmissão dos jogos da Liga dos Campeões, com posições a confrontarem-se sobre, por um lado, o desperísimo desta compra e, por outro, a sua relevância, estando até outros canais privados da televisão aberta também interessados na sua aquisição. O grande fator de discórdia entre o órgão social da RTP e o seu CA foi o chumbo, por parte do CGI, do plano estratégico apresentado pela administração da RTP. Na base deste chumbo esteve a violação do princípio de lealdade por parte do CA para com o CGI por não ter informado sobre a aquisição dos direitos de transmissão dos jogos da Liga dos Campeões por parte da RTP, uma compra no valor de 15 milhões de euros. O CGI propôs a destituição da administração da RTP e o Governo deu seguimento à sua recomendação, de acordo com o estipulado na lei (Assembleia da República, 2014, art. 11.º, alínea e). Este episódio levou à

134 Miguel Relvas pediu a demissão do seu cargo de Ministro Adjunto e dos Assuntos Parlamentares do XIX Governo Constitucional de Portugal a 4 de abril de 2013, alegando falta de força anímica, na sequência do “Caso Lusófona” (2013-2016), pelo qual o Ministério Público instaurou um processo no Tribunal Administrativo de Lisboa contra a Universidade Lusófona pela atribuição de um grau de licenciatura a Miguel Relvas com apenas um ano de frequência universitária. Em 2016, o Tribunal Administrativo de Círculo de Lisboa acabaria por considerar nulo o grau de licenciado atribuído a Miguel Relvas.

demissão do presidente do Conselho de Administração da RTP, Alberto da Ponte, e gerou um intenso debate sobre os modelos de implementação do serviço público em Portugal.

Dias depois desta destituição, a ERC deu razão à equipa de Alberto da Ponte, referindo que “não cabe ao CGI definir os conteúdos a incluir nas grelhas de programas do operador público, desde que enquadrados na lei e no contrato de concessão, sob pena de grave violação da independência” (Meios & Publicidade, 2014). Paradoxalmente, o novo CA da RTP acabou por avançar para a manutenção dos direitos de transmissão dos jogos da Liga dos Campeões porque a nova administração considerou que seria um conteúdo válido e de qualidade para a emissão da RTP, tendo decidido “honrar os compromissos com a UEFA” (Reis citado em Azinheira, 2017). Na sequência deste debate, as opiniões dividiram-se. Por um lado, os defensores da teoria da complementaridade argumentaram que uma televisão paga pelos contribuintes não deve concorrer com as televisões comerciais por um mesmo conteúdo, mas simplesmente garantir que um dos canais de televisão em sinal aberto o disponibiliza (Torres, 2016). Do lado oposto estão os que consideram que a RTP deve produzir conteúdo relevante sem se preocupar em ser uma empresa lucrativa, ainda que se ocupe do seu próprio equilíbrio financeiro (Monteiro, 2014).

Por se tratar de uma empresa de financiamento público, e cuja atividade é pública, a RTP tem sido alvo de um forte escrutínio por parte da sociedade civil, dos seus concorrentes e da própria academia. Atualmente, se o debate já não se encontra voltado para a privatização do serviço público, mantém-se na ordem do dia (sendo este um tema sobretudo mencionado pelos profissionais da rádio pública portuguesa, em entrevistas pessoais) a questão da importância das audiências para o serviço público. Nos termos da missão de serviço público, a preocupação com as audiências não se prende tanto com a necessidade de obter financiamento, mas sim com a pretensão de universalidade e relevância, ou seja, de interessar a vários públicos. Deste modo, a obtenção de audiências será mais um reflexo do sucesso das políticas públicas de radiodifusão, funcionando como barómetro das diretrizes editoriais da empresa.

Todavia, há conteúdos programáticos atualmente na RTP que visam pura e simplesmente a obtenção de financiamento, sem revelar qualidade nem diferenciação em relação aos meios privados – é o caso dos programas de televisão que oferecem prémios em troca de chamadas de valor acrescentado:

É lamentável que a RTP mantenha programas com chamadas de valor acrescentado. Uma retirada da RTP do mercado publicitário libertaria o mercado publicitário para os privados, era um impulso dado à indústria. (...) Eu compreendo que seja difícil de eliminar, atualmente a RTP recebe cerca de 20 milhões de euros em publicidade e 170 milhões são provenientes da CAV. Para retirar completamente a publicidade, teríamos de aumentar a CAV. Não me parece que fosse um grande aumento da CAV. Creio que o Governo cometeu um grande erro em não aproveitar esta última reestruturação para (...) aumentar mais a CAV. A CAV portuguesa, em função do PIB *per capita*, é a mais baixa da Europa. (Carvalho, 2016, entrevista pessoal)

Não há consenso sobre a obtenção de dividendos dentro da própria RTP, e está ainda por atingir o equilíbrio entre conteúdos desejados pelos contribuintes e conteúdos que não estão contemplados nos meios privados, e por isso, deveriam ser garantidos pelo serviço público. De um lado, teorias de índole mais liberal, ou seja, de maior atenção ao mercado mediático, que colocam o foco na procura e defendem que a empresa pública não pode fazer qualquer tipo de serviço à comunidade sem público, nem sem servir os seus vários públicos (Gobern, 2016, entrevista pessoal), aproximando o conceito de audiência do de interesse público. Do outro lado, teorias que fazem prevalecer a missão de serviço público e as suas premissas fundamentais em detrimento da procura, fazendo prevalecer a oferta sobre esta, já que o essencial está em proporcionar uma diversidade de opções de escolha que contemplem as minorias, procurando a pluralidade de conteúdos de modo a assegurar a universalidade dos públicos, sem se limitar pela procura de audiências (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

Extrapolando o tema da importância, relativa ou não, das audiências no serviço público, adicionamos o fator complexidade na medição de audiências de rádio em todas as plataformas onde a rádio está disponível na era digital: além de AM/FM, também em *live streaming* na internet, em *podcasts* disponíveis para serem descarregados, consumo de conteúdos nas redes sociais e no YouTube e internacionalmente através de satélite.

Para mim vale tanto um ouvinte que está a ouvir rádio às nove da manhã de domingo quanto alguém que descarrega o programa mais tarde em *podcast*. Como é que cruzam esses dados do ponto de vista das audiências? Como é que isto está a ser contabilizado? Quantas pessoas ouvem no FM? E no *streaming*? (Canelas, 2016, entrevista pessoal)

Este apelo de Canelas a uma modernização do sistema de medição de audiências reflete o desafio de complexidade da sua mensurabilidade em novos ambientes mediáticos digitais. Os públicos encontram-se fragmentados, como refere o radialista, estando dispersos por plataformas diversas cuja contabilidade implicaria um somatório dos dados auferidos no Bareme Rádio, no netScope, do número de *downloads* de *podcasts*, do número de visualizações no YouTube de conteúdos audiovisuais da estação e das audiências das redes sociais e respetivas interações, entre outros elementos estatísticos de audiência.

O facto de querer sempre concorrer com os privados, o facto de não ter uma elite com coragem para fazer diferente, tornam a RTP pouco relevante e muitas vezes irrelevante no que toca ao serviço público. É demasiado cara para o que faz. Mas ninguém no poder (Governo, Parlamento) quer mudar, porque a RTP serve o sistema político e este arranja sempre maneira de a controlar, de a amansar e de dar o ámen. Defendo que há lugar ao apoio do Estado à criação de conteúdos de interesse público, como sempre houve, desde a Grécia Clássica até hoje, passando pela Idade Média. Não é absolutamente necessário haver uma empresa do tipo da RTP para o Estado prestar serviço público televisivo. Teria de haver uma entidade, mas não necessariamente esta RTP, grande, cheia de vícios e de interesses particulares. Como está, não está bem. (Torres, 2016)

Partimos, portanto, para esse novo capítulo sem esquecer que o modelo mediático público europeu participa no designado “modelo social europeu”, desenvolvido no pós-guerra dos anos 40. Este modelo, sonhado como uma ramificação do desejável Estado Social, materializou-se nas políticas comunitárias da União Europeia, das quais, se pensava, iriam beneficiar os pequenos países europeus – entre eles Portugal – pela política monetária e concorrencial comum (Carvalho et al, 2010). No entanto, no atual contexto de crise financeira na Europa, em especial do Sul, talvez estejamos a assistir a uma elevação ascendente da linha divisória que separa Norte e Sul: Grécia, Portugal, Irlanda, Itália e Espanha, dado o seu passado recente e/ou presente de dependência financeira externa, poderão estar num processo de “sulização” que também se reflete no fraco, ou mesmo inexistente, investimento estatal nos meios de comunicação públicos.

Tendo em conta as especificidades dos dois modelos de implementação de serviço público em análise, o português e o brasileiro, desenvolveremos no capítulo seguinte a análise de estações

e programas de rádio de ambos os países como estudos de caso, de forma a monitorizar a realidade cultural lusófona com que os ouvintes portugueses e brasileiros se deparam no seu panorama mediático.

Capítulo 3

Sons da Lusofonia: análise comparativa de estudos de caso no meio rádio em Portugal e no Brasil

A Lusofonia não é uma abstração nem coisa do passado. Está nas diferenças que nos fazem povos com identidades próprias, mas partilhadas. E manifesta-se nas ruas por onde caminhamos, em nossa própria cidade ou vila. (Chaparro, 2000)

Sotaques da língua portuguesa: para uma sonoridade fonética da Lusofonia

Nos últimos anos, o debate em Portugal sobre a implementação do novo acordo ortográfico (AO) da língua portuguesa tem escutado múltiplas vozes da discórdia (Pereira, 2014; Pacheco, 2017). Muitos olham para o novo AO como uma tentativa de homogeneização escrita de uma língua que se expandiu durante séculos, ela própria “miscigenando” e “miscigenando-se”, ao longo de quatro continentes. A língua portuguesa reúne hoje cerca de 250 milhões de falantes (Reto, 2012).

Ainda que o acordo ortográfico, no futuro, se implemente em grande parte do espaço lusófono, a referida diversidade da língua portuguesa será sempre evidenciada através da sonoridade da sua elocução. É possível uniformizar a escrita de uma língua pela via da legislação, mas a sua fonética apenas será mutável através do contacto intertextual com outros idiomas ou da evolução natural da língua ao longo da história. O sotaque e suas características sonoras

demarcam-se como elementos capazes de demonstrar a diversidade, multiculturalidade e polifonia da cultura lusófona. Esta língua, como outras línguas segundo as quais o colonialismo foi desenhado, apresenta distintas sonoridades, resultado dos distantes territórios onde foi deixando rasto à custa de projetos de colonização e apropriação cultural. É, ao mesmo tempo, através delas que a sua identidade de ex-colónia se densifica, descolonizando-se através de um Português de “cor sonora” distinta e única.

Só o Português europeu possui 10 dialetos: o açoriano, o madeirense, o alentejano, o algarvio, o alto-minhoto, o baixo-beirão e alto-alentejano, o estremenho, o baixo Minhoto-Duriense e o transmontano (Cintra, 1971), provando até que, mesmo num pequeno país retangular de 1000 Km de altura por 300 Km de largura, “a língua portuguesa é uma e são várias. É esta a sua incomensurável riqueza” (Sartrini citado em Soares, 2014, 13 de junho).

Português a falar brasileiro nem é jeito de dizer, porque português e brasileiro falam sempre Português, em toda a sua mestiça extensão. Nenhuma outra língua é tão falada no hemisfério sul. Finco os pés onde estou para a usar. Se não me esqueço de quem sou, porque terei medo do que serei? Muito do que hoje é brasileiro foi português antigo que Portugal perdeu, cardápio reduzido, falta de apetite. (Coelho, 2013, p. 326)

É no seio do imenso espaço lusófono que encontramos a mais profunda riqueza sonora da língua portuguesa. Uma das mais desafiantes características da língua portuguesa para quem a aprende enquanto língua estrangeira é o facto de ser uma língua polifónica. A sua utilização transcontinental atribuiu-lhe uma nova espacialidade em que os fonemas se multiplicaram e fundiram, tendo criado novas sonoridades que, em casos de menor exposição a falantes desses sotaques distintos, chegam a prejudicar o entendimento de uma língua que é comum. É esse o caso de uma certa camada da população brasileira que, nunca tendo viajado para Portugal, nem tido contacto com qualquer tipo de meio de comunicação português, apresenta algumas dificuldades na compreensão de certos fonemas característicos do sotaque do português europeu. Perturbações no entendimento que não deixam de ser naturais, já que os canais generalistas portugueses obrigam ao pagamento de uma taxa específica para inclusão no pacote de televisão doméstico e as rádios portuguesas há muito que deixaram de emitir em onda curta. Como

sabemos, no caminho inverso o cenário é muito diferente, fruto de uma longa exposição de décadas a produtos audiovisuais de origem brasileira, desde os anos 70 e ao fenómeno de audiências da telenovela “Gabriela”, até presentemente à transmissão em direto dos concertos de Ivete Sangalo no festival Rock in Rio Lisboa na rádio e televisão portuguesas.

No Brasil, a imensa extensão do país contribui, naturalmente, para uma polifonia de dialetos e sotaques mais assinalável. Contabilizam-se 16 dialetos dentro do Português do Brasil¹³⁵: País pautado por contrastantes diferenças regionais entre os seus 50 estados (e até no interior de um mesmo estado, como é o caso de São Paulo), notamos no Brasil o exemplo paradigmático da polifonia da língua portuguesa. A língua tupi, língua corrente dos bandeirantes que ocuparam as regiões onde atualmente se fala o dialeto caipira (interior do estado de São Paulo, leste do Mato Grosso do Sul, sul de Minas Gerais, sul de Goiás e norte do Paraná), não apresentava alguns dos sons característicos da língua portuguesa, como os representados pelas letras f, l e r, sendo por isso categorizado como uma síntese do Português e do Tupi (Amaral, 1920; Castro, 2006).

Em África, deparamo-nos com um fenómeno de sobejo interesse, não só a nível fonético como também linguístico e cultural: o Crioulo. Só em Angola, o Português angolano apresenta quatro variações: o benguelense, o luandense, o sulista e o huambense, além das restantes línguas crioulas faladas no país. Já nos restantes países e regiões lusófonos, encontramos o Português cabo-verdiano, o guineense, o macaense, o moçambicano, o santomense, o timorense e o galego. Na verdade, o Galego é oficialmente uma língua autónoma e epistemologicamente tida como a raiz da língua portuguesa, estando ambas incluídas na categoria das línguas galaico-portuguesas, pertencentes à família das línguas latinas (Cunha & Cintra, 1996).

Embora nem todos falem Português no espaço lusófono – os Crioulos na África lusófona e o próprio Tétum em Timor-Leste representam a grande maioria da comunicação informal entre os povos – a importância da língua portuguesa na afirmação dos nacionalismos nas ex-colónias portuguesas no período pós-colonial resultou no crescimento do número de falantes de Português,

135 Caipira (do interior do estado de São Paulo), costa norte (da região costeira dos estados que compõem a zona Norte do país), baiano (do estado da Bahia), fluminense (do estado do Rio de Janeiro), gaúcho (da região sudoeste, nas imediações do estado do Rio Grande do Sul, próximo da fronteira com a Argentina), mineiro (do estado de Minas Gerais), nordestino central (da região interior dos estados que compõem a zona Nordeste do país), nortista (da região interior dos estados que compõem a zona Norte do país), paulistano (da cidade de São Paulo), sertanejo (falado no sudoeste, centro-sul e leste do Mato Grosso, noroeste do Mato Grosso do Sul, no centro-norte de Goiás, e em pequenas porções do oeste de Minas Gerais), sulista, florianopolitano, carioca, brasiliense, amazónico e ricifense (Nascentes, 1961).

sobretudo em meios urbanos (Castelo, 2004). Mesmo assim, as línguas nacionais africanas ainda são as línguas maternas da grande maioria das populações, principalmente na Guiné-Bissau e em Moçambique (Martins, Gomes & Cá, 2016). Em Moçambique, o escritor Mia Couto reitera que o projeto lusófono só poderá ser bem-sucedido neste país se “apoiar a defesa de outras culturas moçambicanas. Essas culturas e línguas de raiz bantu necessitam de sobreviver perante a hegemonia de uma certa uniformização” (2009, p. 96).

Todas estas distintas sonoridades, que se refletem também, naturalmente, em palavras – expressões idiomáticas, vernáculos, gírias e calões –, constituem a representação material da palavra falada na rádio. Estes exemplos de sotaques distintos em suas representações nacionais, regionais e até, como observado, locais, fazem da rádio o meio onde as divergências do sotaque se tornam mais evidentes, dada a sua característica eminentemente sonora. A diferenciação fonética e morfossintática representa no meio radiofónico a expressão de uma identidade nacional, regional ou local através do som. Cada um destes dialetos caracteriza-se por fonemas distintivos, que, captados pelo ouvido, são desmontados em frequências estereotipadas que, não raramente, refletem um retrato socioeconómico de uma construção cultural do lugar de onde provém esse “jeito de falar”. Assim, argumentamos que o som também pode carregar conotações socioculturais que “quadriculam” a experiência do ouvir, permitindo que nessa experiência intervenham sentidos ideológicos e construções culturais de um lugar de origem. Para essa estereotipização do real também a rádio contribui, por se tratar de um meio para uma construção acústica da realidade (Meditsch, 1999).

Os sotaques, através das suas representações fonéticas distintas, tornam-se, portanto, a cor da diversidade do espaço lusófono. Na rádio, o sotaque localiza a procedência da produção do programa, quer seja ele realizado localmente em determinado país lusófono ou apresentado por um radialista ele próprio desterritorializado, membro da diáspora. Tal como Rodero (2010; 2011) havia reforçado, a rádio é um meio que se expressa também em elementos semióticos não-verbais, como os efeitos sonoros e a intensidade sonora. O sotaque, enquanto expressão fonética de um território de origem, é uma marca de oralidade que despoleta fenómenos de identificação ou de não-pertença.

Por todos estes motivos, argumentamos que não é apenas a língua partilhada que gera fenómenos de identificação (Carvalho, 2009), é também o sotaque, ao conferir localidade à comunicação oral. Globalmente, há uma hegemonia do sotaque brasileiro, em particular dos dialetos paulista e fluminense¹³⁶, nos média que comunicam em língua portuguesa. O sotaque mais escutado mundialmente é o brasileiro, já que sete em cada 10 falantes de Português no mundo são brasileiros. Naturalmente que a forte internacionalização do produto telenovela nas últimas décadas tem contribuído para esses fenómenos, assim como a crescente popularização do cinema brasileiro nas redes de distribuição internacionais.

Assim, acusticamente, a Lusofonia é um meio ambiente polifónico. Mas, como cantava Caetano Veloso no seu tema “Língua” (1984), “o que quer, o que pode esta língua?”. Assumindo ser a rádio um meio polifónico, e posicionando-nos perante um mundo dominado pela globalização – e, conseqüentemente, por uma certa padronização das formas de comunicação –, poderá o meio radiofónico abrir portas às comunidades emigrantes e à diáspora, contribuindo para a construção de um mundo global polifónico nos lugares de enraizamento dessa diáspora? E assim contribuir para contextos migratórios marcados por ambientes de pluralidade cultural que adociquem a árdua tarefa de instalação no lugar do *Outro*?

Esses ambientes de pluralidade cultural podem constituir-se através da rádio e do som. No Portugal dos anos 90, importa destacar o caso paradigmático de uma estação que inaugurou um novo modelo no mercado radiofónico português do final do século XX. A Rádio Cidade consistia numa rádio produzida e realizada exclusivamente por uma equipa brasileira residente em Lisboa. A Rádio Cidade foi uma rádio irreverente, que comunicava para jovens entre os 15 e os 25 anos. O seu tom de voz marcou para sempre uma geração de jovens portugueses, tendo introduzido no país duas alterações ao paradigma da comunicação em rádio: o tratamento informal do ouvinte (por “você”, que em Português do Brasil representa o modelo da informalidade) e a presença acústica do sotaque brasileiro:

136 O sotaque paulista pertence ao estado de São Paulo e o fluminense ao Rio de Janeiro. O eixo São Paulo-Rio de Janeiro, também conhecido por Região Sudeste do Brasil, é a zona mais rica do Brasil, onde se concentram as maiores indústrias produtoras do país e onde é gerado grande parte do PIB nacional.

Bem diferente dos programas voltados para a integração e o resgate saudosista da comunidade lusitana no Brasil, Portugal não teve uma programação radiofónica voltada especificamente para a colónia “brasuca”. Na verdade, a mistura de sotaques também existiu, só que em uma outra dimensionalidade que começou sendo propagada numa emissora “brasileira” feita em Portugal por apresentadores brasileiros e portugueses. Realmente a Rádio Cidade primou pela dinâmica, pela soltura e pela musicalidade do sotaque brasileiro. (Lepetri, 2011, p. 327)

Como analisaremos mais adiante, nas secções dedicadas à rádio no seio da diáspora portuguesa no Brasil, o próprio sotaque híbrido dos descendentes lusobrasileiros, marcado por inflexões mais próximas do Português de Portugal em algumas palavras e noutras mais do Português do Brasil, parece assumir-se como uma marca de territorialidade e de identidade cultural própria e única. Este sotaque é também uma marca da sonoridade da Lusofonia e dos múltiplos percursos históricos da língua portuguesa nos últimos 500 anos. As comunidades diaspóricas geradas um pouco por todo o mundo produzem uma mescla de pronúncias com distintas origens que seguem o caminho percorrido pelos vários povos falantes da língua portuguesa. E considerando o grito do Ipiranga como o primeiro ato de fundação do espaço lusófono, encontramos o primeiro alicerce da tese de que é também através da sua sonoridade que a Lusofonia contemporânea se pode representar como um produto da descolonização, ela própria descolonizada.

A música como expressão da (im)presença sonora da cultura lusófona na rádio pública

Géneros musicais do espaço lusófono e sua classificação

A cultura lusófona, na sua expressão musical, é de uma extensa diversidade, quantificável através de um vasto leque de géneros musicais tradicionais dos vários territórios da Lusofonia. A música é um dos produtos culturais da Lusofonia que melhor se tem feito representar nos média ao longo dos últimos 40 anos de pós-colonialismo. E pelas suas características sonoras, a música é também, na sua génese, o elemento definidor da cultura lusófona mais premente no meio rádio. Antes de partirmos para uma análise quantitativa sobre a sua presença na rádio pública lusobrasileira, iremos esclarecer os géneros musicais mais relevantes do espaço lusófono, tendo

sempre em mente o conceito de cultura lusófona adotado ao longo do presente trabalho: elementos simbólicos provenientes das indústrias culturais dos oito países de língua oficial portuguesa e das suas diásporas.

O aspeto cultural associado ao termo Lusofonia que conta com maior presença na Internet é a música. Uma das constantes que se observam com relação à produção musical da Lusofonia é a questão da criatividade das ex-colónias. Neste sentido, a música considera-se uma das mostras de vitalidade da cultura lusófona e uma linguagem comum que permite a fusão entre distintas culturas. (Ledo-Andión, 2011, p. 22)

O fado, o samba, a música popular brasileira (MPB) e a quizomba são, numa observação exploratória, os géneros musicais mais populares do espaço lusófono no tempo presente. Os três têm a sua raiz genealógica nos países em análise. O fado é o género musical com maior número de menções quando se fala de música portuguesa. Desde que lhe foi atribuída a qualidade de património imaterial da Unesco, a 27 de novembro de 2011, o “turismo do fado” (Pereira, 2016, entrevista pessoal) aumentou exponencialmente: a afluência ao Museu do Fado no decurso de 2011 foi de 55.474 visitantes, tendo passado em apenas quatro anos para 152.854 visitantes (EGEAC, 2012; EGEAC, 2016). O maior número de interessados no fado e sua história é de nacionalidade francesa, a que se segue a espanhola. Nos últimos três a quatro anos, foi sentido um grande aumento do volume de visitantes brasileiros, tendo já passado ao terceiro lugar das nacionalidades com maior número de entradas no Museu do Fado (Pereira, 2016, entrevista pessoal). A crise financeira de 2008 marcou uma nova etapa político-social de Portugal, uma etapa de um certo estrangulamento da sociedade civil, uma crise da qual o país recupera, aquando da finalização deste trabalho, lentamente e muito à conta da expansão do turismo. Podemos ent^oo caterizar o fado, além de género popular e produto da cultura popular portuguesa, como produto atrator de um segmento turístico interessado pela música tradicional do destino de eleição (como acontece no Brasil com o samba e a Bossa-Nova, em Espanha com o flamenco ou em Cuba com a salsa).

Musicalmente, o panorama lusófono caracteriza-se por uma riqueza única de sonoridades e raízes. O fado é o género musical português mais conhecido internacionalmente, tendo-se

transformado num símbolo nacional da cultura portuguesa. Apesar de ser um dos elementos identitários mais populares, e que melhor penetração tem demonstrado na internacionalização cultural portuguesa, o fado poderá ser, ele próprio, um dos primeiros produtos de uma miscigenação cultural entre Portugal e Brasil, consequência dos fluxos migratórios entre estes países. E, por esse motivo, talvez até possamos pensar o fado como um género musical caracterizado pela fusão de elementos estéticos brasileiros e portugueses, como se de um produto cultural coproduzido pelos dois países se tratasse.

Mergulhemos, pois, nas várias e não consensuais teorias sobre a origem do fado. Não existe uma teoria unânime sobre o início da sua história, já que o seu processo de transmissão oral de geração em geração dificultou a existência de um registo credível sobre as suas raízes. Apenas nas décadas de 1920 e 30 encontramos registos de alguma fiabilidade, ainda que também eles susceptíveis às modificações próprias da referida transmissão oral (Nery, 2004). Uma das teses sobre a origem do fado é a hipótese de a sua origem remontar a influências africanas e brasileiras, originalmente como um tipo de dança negra do Brasil do final do século XVIII, com base num *intermezzo* cantado (Tinhorão, 1994). Há indícios de que, antes de uma possível trajetória do Brasil para Portugal, o fado já seria cantado por mulheres fadistas em São Paulo por volta de 1740 (Giron, 2004). A tese mais consistente sobre a origem do fado parece mesmo ser a afro-brasileira, argumentando que os bailes do fado¹³⁷ brasileiros já existentes no século XVIII teriam chegado a Portugal no século seguinte apenas na sua expressão musical. Assim, a dança chamada fado foi trazida para Portugal já no século XVIII pelo tráfego marítimo que o teria introduzido nos bairros típicos da cidade de Lisboa (Andrade, 2013), enquanto que o fado expressão musical teria então chegado a Portugal só depois do regresso da corte real de D. João VI do Brasil, em 1821, sendo que em 1819 já o fado seria tocado, cantado e dançado no Brasil, ainda que desconhecido em Portugal (Lopes-Graça, 1978).

Dadas estas suspeitas, parece ser viável a hipótese de que o fado contemporâneo é, ele próprio, um produto da Lusofonia e da miscigenação dos povos lusófonos, posteriormente transformado em produto de fluxos migratórios, tal como as comunidades que hoje tanto o

137 Os bailes do fado parecem ter surgido de uma mistura entre as danças de Fofa e do Lundum ou Lundu, de origem afro-brasileira, e da dança do fandango, um estilo provavelmente espanhol que foi adotado em Portugal.

divulgam internacionalmente, pelas rotas da diáspora. Já as referências ao fado como género português de canção popular, de acordo com algumas referências provenientes do estado de arte dos estudos musicais, datam da década de 1850 (Kennedy, 1980). O lexema “fado” surge, portanto, no século XIX, tanto para descrever as danças no contexto colonial no Brasil como para designar o género musical que se disseminou, sobretudo em Lisboa, nas décadas seguintes (Nery, 2004).

Embora se possa dar quase como certo que em Portugal já se conhecesse a dança do fado desde final de Setecentos — considerada a dinâmica normal das relações culturais entre as baixas camadas da metrópole e da colónia —, ia ser o regresso do rei D. João VI e sua corte para Lisboa, em 1821, o responsável pelo impulso maior na sua difusão. (Tinhorão, 1994, p. 27)

Como mencionado anteriormente, também na sua composição o fado teria surgido a partir de um entrecruzar de elementos musicais provenientes do Brasil e de Portugal. Na dança do fado, entre os momentos dançados existiriam *intermezzos* em forma de improviso a partir dos quais teria nascido a canção do fado, já em forma de canção a solo. Chegando a Portugal, estes *intermezzos* encontraram algumas formas de cantares tradicionais em Portugal, tais como “o canto à desgarrada de espírito crítico e o canto ao desafio de espírito humorístico” (Lopes, 1944, p. 46), tendo esta composição evoluído posteriormente para formas mais elaboradas de quadras e décimas. Aludindo a esses *intermezzos*, que em Português se traduzem por intervalos ou interlúdios, escreveu Fernando Pessoa em 1929: “O Fado (...) não é alegre nem triste. É um episódio de intervalo. Formou-o a alma portuguesa quando não existia e desejava tudo sem ter força para o desejar” (1979, p. 34).

Talvez por se tratar de um género musical de uma complexidade plural de interseções culturais, o fado começou a popularizar-se em Portugal, sobretudo em Lisboa, em tascas e bordéis, isto é, nos lugares de encontro das camadas populares¹³⁸. Esta ebulição artística foi, na época, uma criação espontânea das camadas mais baixas de Lisboa, resultando numa síntese de todas as influências musicais que sobretudo os lisboetas, pela importância da cidade e pela sua

138 O facto de o fado ter encontrado nas camadas populares o seu lugar de crescimento transformou-o num género musical de expressão do descontentamento social expresso no tom humorístico, crítico e, mais tarde, amoroso, das primeiras canções do fado.

geolocalização portuária de ponto de chegada, experienciaram ao longo dos séculos (Tinhorão, 1994).

Portugal foi ator colonizador no espaço que se constituiu lusófono, mas a expressão artística, em particular a musical, demonstra que, durante o período de colonização, Portugal foi alvo de movimentos transculturais no sentido inverso, isto é, produtos culturais que foram exportados para o país colonizador, reimaginando e reinventando as suas expressões artísticas, como é o caso do fado. Assim, Portugal poderá, durante o chamado período colonialista, ter sido culturalmente colonizado em determinados géneros musicais e estilos performativos.

Quando os Estudos de Música tentam aferir as origens musicais no espaço lusófono, envolvemo-nos com uma série de géneros que poderão ter influenciado, e continuar a influenciar, géneros musicais do continente africano, já que a intensificação da utilização de mão de obra escrava provinda das colónias africanas para Portugal e para o Brasil produziu fenómenos de miscigenação sonora, através da combinação inusitada de instrumentos e sonoridades provindos de outros cantos do mundo. A título de exemplo, o zouk, a salsa, o merengue, a cúmbia, a rumba e o flamenco são alguns dos possíveis géneros musicais que poderão estar imbuídos nas influências rítmicas de certos géneros musicais tradicionais dos países de expressão em língua portuguesa, dada essa história de processos de transculturação que produziu uma fusão plural de sonoridades.

Por música popular adotamos as linhas de pensamento multidisciplinares, como Vega (1997) e Tagg (2003), para quem este conceito é amplo e abrangente: “meso-música” ou música de todos. A música popular é uma tradição musical tão antiga quanto a da música erudita. A música popular¹³⁹ é produzida e distribuída de forma massificada nos mercados em que os compradores de determinado produto musical não correspondem aos produtores, intérpretes ou distribuidores desse mesmo produto (Tagg, 1979). Isto significa que é possível considerar que a raiz do conceito de música popular entranha-se nos mesmos fundamentos da distribuição e comercialização mediática. Tal como os meios de comunicação de massa, a música popular capacitou-se de canais de produção e distribuição com a revolução industrial, primeiramente, e

139 De acordo com a abordagem anglo-saxónica, aquilo que entendemos em português por “música popular” poderá ser interpretada como música pop (*popular music*) ou música tradicional (*folk music*). Consideraremos as duas, para depois prosseguir com o conceito de música popular na sua abordagem *folk* (cujo significado é alemão e “povo”).

de seguida com a revolução tecnológica. Há autores que defendem que a categoria de música popular não se pode reduzir a apenas um género, ou a um conjunto de géneros musicais, podendo sim opor-se a produções musicais artísticas, como as preconizadas pelos géneros jazz e música clássica. Em oposição à música popular, na música enquanto pura arte prevalece uma função sociomusical que alia uma identificação entre os pares a uma percepção estética de superioridade em relação ao pop.

Um número significativo de pesquisas sobre a música popular e tradicional (incluindo as músicas indígenas) tem evidenciado que os géneros musicais são também construções culturais nativas e que os limites existentes entre eles são flexíveis, cambiantes e abertos (Hoffmann, 2011, Menezes Bastos, 2008). Isto é especialmente claro no âmbito da música popular, na qual os rótulos dos géneros na grande maioria das vezes são do tipo guarda-chuva, abrangendo, assim, muitos géneros. Adicionalmente, géneros novos com rótulos novos podem surgir na música popular (mas não só nela). (Bastos, 2016, p. 8)

A música popular poderá ser considerada em duas vertentes principais: a música pop e a música folclórica. A música popular, ou música pop, não deverá ser confundida com música ligeira (*light music* em Inglês ou *Unterhaltungsmusik* em Alemão) ou música “fácil” (*easy listening*), apesar de a grande maioria das canções pop serem efetivamente leves e orelhudas – mas não se reduzem a essas características: “é, resumidamente, toda a música que não se enquadra na música-arte nem na música tradicional [*folk music*]” (Tagg, 2003, p. 20). Para efeitos de clarificação de conceitos e esclarecimento metodológico, nesta pesquisa consideramos a música popular, enquanto produto de cultura popular, como os vários géneros e subgéneros musicais tradicionais de cada um dos países lusófonos, isto é, os géneros de *folk music* de cada um dos países em análise. Assim, o conceito de música popular englobará, para além dos géneros musicais próprios da cultura popular da especificidade daquele país, também a sua música folclórica de raiz tradicional, já que “o termo ‘folclore’ tanto é usado entre nós enquanto sinónimo aproximado de ‘cultura popular’ como serve para designar o estudo ou a figuração dessa cultura (...) de um ‘discurso sociológico’ sobre o folclore, que o articula com noções como ‘cultura local’, ‘identidade local’ e ‘memória coletiva’” (Vasconcelos, 2001, pp. 399-400). Portanto, excluiremos uma possível abordagem à música popular enquanto *pop music*, já que, no meio rádio, este género

musical é frequentemente reduzido ao *pop mainstream* anglo-saxónico que inunda as *playlists* das estações de rádio generalistas de todo o mundo.

A música pop distingue-se da folclórica sobretudo em três dimensões: a da produção, a da composição e a da distribuição (Timothy, 1997). Em termos de produção, a música pop é habitualmente produzida por profissionais e a folclórica por amadores. Neste último caso, é frequente que a composição autoral do folclore seja anónima, enquanto que a da música popular apresenta um registo de autor. Já a distribuição da música pop é realizada em canais de massas, e através de registos sonoros gravados, enquanto que a música *folk* subsiste sobretudo através da transmissão oral.

Assim, aqui apresentamos, por ordem alfabética, os géneros musicais selecionados para categorização e análise no presente trabalho: axé, cantiga de resistência, carimbó, fado, folclore, forró, kuduro, lambada, morna, MPB, música popular ligeira brasileira (vulgarmente designada por música “brega”), música popular ligeira portuguesa (vulgarmente designada por música “pimba”), samba, sertanejo, soltinho, quizomba. Dada a extensão da unidade de análise que é a música lusófona, o critério de seleção destes géneros musicais foi o de, numa fase exploratória, terem sido detetados e registados como parte integrante dos conteúdos dos programas de rádio alvo de estudo de caso desta tese, como será aprofundado nas duas secções seguintes deste capítulo. Antes disso, analisamos as categorias musicais mencionadas agrupadas de acordo com o seu país de origem, de forma a entender o seu enraizamento na história da música da sua nacionalidade, e suas relações de criação com outros géneros musicais da mesma origem.

Um dos produtos culturais mais exportados pelo Brasil – confiamos que se trate, até, da indústria cultural mais rentável e exportável – é a música. Nesta panaceia inumerável de géneros musicais, que se popularizaram de forma distinta entre regiões e estados brasileiros –, decidimos começar pelo lundu e pela modinha, por se terem constituído, no último quarto do século XVIII em Lisboa, como um dos primeiros casos de globalização no âmbito da moderna música popular do Ocidente, já que apresentavam versões brasileiras e portuguesas (Bastos, 2016).

O lundu e a modinha parecem nascer da mesma família musical do fado. O Atlântico lusófono constituiu-se, sobretudo nos séculos XVIII e XIX, como um espaço de intensas e contínuas relações socioculturais e musicais. Os segmentos ameríndios e africanos que compõem este

espaço – que coloca três continentes numa dinâmica triangular de troca de influência (Europa, África e América do Sul) – desempenham papéis ativos, já que as relações musicais entrepostas nesse espaço estavam alicerçadas num sistema transatlântico lato de distintos géneros musicais, maioritariamente dançantes.

Do lado do Atlântico lusófono mais próximo da costa africana, encontramos em Cabo Verde uma preponderância social da música que parece, até, ultrapassar a do Brasil. No período de observação realizado nas ilhas de Santiago, São Vicente, Santo Antão e Fogo, notámos a presença constante de música ao vivo (cuja esmagadora maioria pertence aos géneros musicais locais) nos bares, restaurantes e mesmo nas ruas do país, com uma presença mais marcada ainda no Mindelo, capital da ilha de São Vicente, berço criativo de Cesária Évora e Tito Paris. A morna é o mais popular e exportado género musical cabo-verdiano. “A morna é um produto mestiço como a própria língua e o próprio homem” (Rodrigues & Lobo, 1996, p. 10). É essencialmente baseado em três elementos: música, letra e dança. Três dos mais importantes nomes da cultura cabo-verdiana do século XX debruçaram-se sobre o tema da origem da morna e da sua importância para a constituição de uma cultura cabo-verdiana de força própria: Eugénio Tavares, jornalista, escritor e poeta, nome maior da literatura em Crioulo cabo-verdiano; Francisco Xavier da Cruz, músico de São Vicente mais conhecido pelo pseudónimo B.Leza; e Baltazar Lopes, nome maior do movimento de libertação cultural ligado à revista *Claridade*¹⁴⁰.

É justamente Baltazar Lopes quem sugere o termo “morna” para designar este género musical, dado que a sua origem reporta ao feminino do adjetivo da língua portuguesa “morno” e da palavra crioula que dele derivou. Transmitida por via oral, e por isso evidenciando lacunas ao nível do registo da sua história e origem, consideramos no presente trabalho que a morna pertence ao universo da literatura tradicional cabo-verdiana. Até ao século XIX, o único registo textual de uma canção deste género musical é a *Brada Maria*¹⁴¹, de letra em língua portuguesa e conteúdo

140 A *Claridade* foi uma revista literária e cultural surgida em 1936 na cidade do Mindelo, na ilha de São Vicente em Cabo Verde. Esteve no centro de um movimento de emancipação cultural, social e política da sociedade cabo-verdiana. Os seus nomes máximos foram Manuel Lopes, Baltazar Lopes da Silva (através do pseudónimo Osvaldo Alcântara) e Jorge Barbosa, influenciados pelos neorrealistas portugueses. Ainda assim, um dos lemas da *Claridade* era aprofundar as bases culturais da cabo-verdianidade, tentando compreender a sua origem através da diferenciação face à cultura do colonialismo, tendo por isso assumido a causa do povo cabo-verdiano na sua luta pela afirmação de uma identidade cultural autónoma face ao colonizador. Do ponto de vista literário, a *Claridade* revolucionou a literatura cabo-verdiana e iniciou uma contemporaneidade estética e linguística, ao mesmo tempo que procurou afastar definitivamente os escritores cabo-verdianos do cânone português, promovendo a produção em língua crioula.

141 Letra de canção recuperada, de acordo com alguns estudiosos, pelo escritor Eugénio Tavares.

muito influenciado pela segunda geração de escritores românticos portugueses. Antes da grande rutura ideológica ocorrida com a revista *Claridade*, a partir de meados dos anos 30, o país não possuía um sistema literário nacional (Baltasar Lopes, 1949). Por isso, a morna na sua exploração criativa da identidade cabo-verdiana apenas encontra espaço próprio a partir dessa década, com o apoio literário da *Claridade* e o grande impulso dado por B. Leza – que, apesar de compor desde os anos 30, apenas teve a sua obra reconhecida na década de 1950, tendo modernizado a morna ao introduzir a utilização dos acordes de passagem (designados por “meio-tom brasileiro” na gíria dos músicos cabo-verdianos): “influenciado pela música brasileira e argentina, vai enriquecer não só a música com a introdução do meio-tom mas também a letra pelo desenvolvimento de ideias” (Rodrigues, 2016, entrevista pessoal).

Atualmente, surgem novas teorias sobre a origem da morna, nomeadamente a possibilidade de as raízes da morna estarem associadas à música judaica, especificamente à polca e ao galope, que chegou a Cabo Verde no século XIX trazida pelos europeus (Rodrigues & Lobo, 1996). Deste modo, a morna não será necessariamente de origem africana, tal como o fado não será de origem portuguesa. Desde o início do século XX que se teorizava sobre a origem da morna, tendo-se fundamentado a sua origem cabo-verdiana e admitida de modo formal, pela primeira vez, em plena ascensão do Estado Novo em Portugal pela voz do escritor e poeta Eugénio Tavares (1932). Importa o facto de ter sido nesta obra que Eugénio Tavares ressaltou a relevância do Crioulo na cultura cabo-verdiana e no seu posfácio ter sido apontada alguma negligência dos governos locais perante a importância do Crioulo, considerada “poesia ignorada” (Tavares, 1932).

Para além de representar um sentido de “cabo-verdianidade”, a morna também se encaixa numa exaltação da identidade cabo-verdiana que se exacerba através da distância – seja da emigração voluntária, seja do exílio forçado (Cardoso, 1942). Esse centralismo na nostalgia do país deixado, pejado de um enaltecimento da cultura nacional, remete para dois elementos simbólicos tão caros ao próprio fado quanto ao regime salazarista: a saudade e a Nação (Rodrigues & Lobo, 1996).

A mais internacionalizada intérprete do género musical da morna, Césaria Évora, distinguiu-se exatamente por uma interpretação emotiva dessa interioridade, dando à morna um tom mais intimista do que o que corresponde à sua natureza original. A morna resume os elementos

identitários do cabo-verdiano: a emotividade, a diversidade da sua execução e a importância da palavra, que mascara um certo conservadorismo da música – tendo sido esse conservadorismo, ainda assim, a razão da manutenção de uma certa perpetuação da tradição. Ao constituir-se como definidora da “cabo-verdianidade”, a morna contribui para a continuidade de um quadro deontológico e valorativo de uma geração para a seguinte, ainda que “na transmissão e divulgação da morna (e na sua produção) [estejam] implicadas todas as classes sociais, já não acontecendo o mesmo em relação aos outros textos tradicionais onde uma camada tem especial relevo” (Rodrigues & Lobo, 1996, p. 18). As letras das mornas são registos escritos que delineiam a identidade cabo-verdiana, e por isso têm sido enquadradas no campo dos Estudos Literários, enquanto peças de literatura tradicional e cultura popular:

Mas se a morna se pode considerar o texto mais abrangente do ser cabo-verdiano, é com a cucurtiçon, a finançon, o batuque, a tabanca, o funaná e a coladeira, e ainda com o conto, a adivinha, o provérbio, a lenda, as cantigas de trabalho, encantatórias e de ninar que, juntamente, se constitui a literatura tradicional. (Rodrigues & Lobo, 1996, p. 16)

Augusto Casimiro (1940) aponta a proximidade do ritmo da morna com o da canção portuguesa, em redondilha: “(...) é o fado sem o aviltamento das ruelas, é a canção do amor e da saudade, à sombra do velame ou na terra do exílio” (Casimiro citado em Rodrigues & Lobo, 1996, p. 14). Na realidade, é difícil distinguir quais as tonalidades reveladoras da origem da morna:

Cabo Verde é uma realização crioula na diáspora, quer do ponto de vista da Europa quer do da África. Paradoxalmente daquilo que se possa pensar, tem menos traços africanos, visíveis a olho nu, que o Brasil (...). Sendo a cultura cabo-verdiana resultante de um encontro, de uma fusão de duas culturas, a morna é na sua dimensão humana, na sua essência e índole, na sua formação, uma música simplesmente cabo-verdiana. Especular quanto à origem é produto daquilo que se chamaria de *síndrome de grandeza*. Ela é, pois, produto destas ilhas atlânticas e como parte de um todo universal terá aspetos desta ou daquela cultura que faz parte desse todo. (Rodrigues & Lobo, 1996, p. 19)

A portugalidade da morna encontra-se patente não só no ritmo da melodia, mas também na técnica vocal – a morna da ilha da Brava parece ter sofrido a influência do modo de cantar da ilha da Madeira (Rodrigues & Lobo, 1996). Além disso, a morna – por estar intrinsecamente ligada

a cada etapa da vivência social, política e económica de Cabo Verde – apresenta evidências da diáspora ao nível da construção da narrativa lírica das letras da morna: “cantam a Terra-Longe, os países de emigração, o Brasil, a Argentina, a América (os Estados Unidos da América do Norte), a Holanda, Portugal como país da alienação” (Rodrigues & Lobo, 1996, p. 30).

A morna distingue-se também dos restantes géneros musicais em análise pelas suas particularidades ligadas ao seu estatuto de insularidade, assumindo características relacionadas com o carácter do povo e das tradições de cada ilha. Além disso, também o facto de cerca de um milhão de cabo-verdianos se encontrarem geograficamente relocalizados na diáspora (Henriques, 2016) está presente na narrativa da morna. Os temas da nostalgia e da saudade, tão caros ao efeito de distância patente na emigração, assim como o amor ou a crítica social, estando o primeiro radicalmente presente na morna da Brava, de tom lírico-amoroso, e o segundo na ilha de São Vicente, de tom jocoso.

A morna de São Vicente, em particular a do Mindelo – famosa capital da música de Cesária Évora e Tito Paris –, parece ter sido à partida influenciada pela morna da Brava e, posteriormente, é possível que tenha sofrido marcas sul-americanas, nomeadamente do Brasil e da Argentina, marcas essas patentes no dedilhado, introduzido por intérpretes brasileiros. De menor expressão internacional devido à sua reduzida capacidade de exportação, mas igualmente importante nos ritos culturais cabo-verdianos, é o género musical do funaná. Inspirado nos ritmos e danças rurais africanos, a sua ligação aos escravos trazidos da costa de África resultou numa sonoridade semelhante aos ritmos caribenhos.

A marrabenta é um dos mais populares géneros musicais tradicionais de Moçambique. Consiste numa mescla de ritmos enérgicos locais, ligados às danças tradicionais moçambicanas, e influências provenientes do folclore português, sendo, portanto, uma forma típica de música-dança. É, por conseguinte, um produto do colonialismo português, e o seu próprio nome o reflete, já que é uma derivação da palavra “rebrantar” (“arrabentar” na sua adaptação vernacular local). Algumas teorias argumentam que este nome se referia aos instrumentos musicais utilizados na interpretação – originalmente, guitarras de lata e caixas de madeira com cordas –, cuja fragilidade e construção improvisada as tornava passíveis de rebrantar com alguma facilidade. Já outras teorias relacionam o nome deste género musical com o estilo de dança a ele associado, uma

dança de carácter alegre, repleta de vivacidade, de movimentos saltitantes e atitude irreverente, executada através de movimentos circulares laterais e frontais da região pélvica. A origem da palavra remete para o radical “rebenta”, um grito de incitamento (Prisco & Hancock, 2015).

Durante o período colonial, apenas música de origem portuguesa podia ser tocada e dançada nos territórios das colónias. Assim, este género musical nasceu e desenvolveu-se enquanto expressão da identidade nacional moçambicana e uma forma de preservação da cultura local. A marrabenta surgiu no final dos anos 30 em Maputo, já durante o regime salazarista, e abordava temas como o amor e a vida quotidiana, mas também versava a crítica social e o comentário à atualidade. As letras eram habitualmente em língua portuguesa, mas também era possível encontrar escritos em línguas locais, como o Changana (ou *Shangaan*) e o Ronga¹⁴². A marrabenta surge associada ao povo moçambicano e seus ajuntamentos em convívios e festas, em torno dos que tocavam guitarra. No entanto, a pegada cultural da marrabenta em Moçambique é sobretudo marcante através da dança, dada a sua unicidade: “A dança tem os seus próprios passos. Tem o seu próprio estilo. Há também uma forma específica de tocar a música. O canto deve também encaixar na dança e na melodia. Tudo isto prova que é, de facto, marrabenta” (Djindji, 2015 citado em Prisco & Hancock, 2015).

Os primeiros artistas do género da marrabenta foram precisamente o acima citado Dillon Djindji e também Fany Mpfumo, tendo iniciado a sua carreira em 1939. Com o advento da independência, em 1975, a marrabenta sofreu de uma certa desvalorização junto das camadas intelectuais, fruto do facto de ser olhada como um produto cultural com origem no colonialismo. Anos mais tarde, a marrabenta ressurgiu no final na década de 1980 com bandas como Eyuphuro e Orquestra Marrabenta Star de Moçambique. Ainda assim, volta a passar mais uma década votada ao esquecimento e é a partir da década de 2000 que se começa a fazer sentir um novo ressurgimento, desta vez mais consistente e sustentável, com nomes como Mabulu (numa mistura de rap e marrabenta), Wazimbo (o vocalista de Orquestra Marrabenta Star no seu percurso a solo) e, mais recentemente, Neyma (artista com elevados níveis de popularidade atualmente). Através da popularização destes intérpretes da marrabenta, o género musical parece estar a viver um

¹⁴²Tanto o Changana como o Ronga são línguas faladas em Moçambique, a primeira na região da capital Maputo e a segunda a sul do Save. O Changana é uma das línguas mais faladas de Moçambique, facto ao qual não é alheia a sua predominância na capital, um dos maiores focos populacionais do país.

retomar do interesse popular e da sua mediatização, à semelhança do que sucedeu com o fado em Portugal na década de 90.

Atualmente, a ausência de uma indústria discográfica e de promotores musicais tem impedido a marrabenta de ganhar capacidade de divulgação internacional (Prisco & Hancock, 2015). Ainda assim, influenciada pela globalização da cultura contemporânea, um novo subgénero de música-dança tem vindo a crescer em popularidade junto das camadas mais jovens: o pandza, um estilo fruto da mescla entre a marrabenta e a ragga, um subgénero da música eletrónica surgido na Jamaica em meados dos anos 80 a partir de influências do *dancehall*. O pandza tem por base a marrabenta, mas adquire as batidas mais rápidas do ragga e de algum hip hop proveniente da proximidade fronteiriça com a África do Sul. A maior parte das letras de canções do pandza é escrita em Português, todavia, algumas apresentam representações em Shangaan, o dialeto de Maputo, versando sobretudo temáticas da vida quotidiana e social dos jovens moçambicanos. Enquanto que a marrabenta apenas utiliza guitarra e percussão na execução da sua instrumentação, o pandza acrescenta outros instrumentos e novos ritmos, assim reiterando o seu carácter de género musical de fusão.

Entre os géneros musicais de origem africana, a morna parece ser o que maior divulgação internacional alcançou. O catapultar dessa internacional deve-se também à popularidade de Cesária Évora no mundo francófono, já que o trabalho de Évora foi descoberto pela RFI (Radio France International), que lhe deu uma dimensão internacional (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

Atualmente, a música tradicional dos vários países lusófonos mencionados parece encontrar-se em conjunto, e de uma forma indistinta, na categoria de músicas do mundo/ *world music*. Este género musical remete para a música tradicional ou música folclórica de determinado país ou *cluster* cultural, criada e tocada por músicos originários desse país ou cultura, ou de alguma forma ligados às suas raízes (Nidel, 2005). Esta categorização conjunta reúne géneros musicais assinaladamente pouco similares entre si, não fosse o facto de cada um representar a cultura popular do seu país de origem. O termo foi pela primeira vez enunciado por Robert E. Brown no início da década de 1960 para definir o conjunto de artes performativas que almejavam a promover a harmonia e o entendimento entre culturas: a música de todos os países do mundo. Ainda assim, é a partir dos anos 80 que a música do mundo adquire maior legitimidade ontológica

e uma popularidade notória. Em 1991, a música do mundo já havia atingido, nos Estados Unidos, cerca de 2 a 3% da quota de mercado dos géneros *jazz* e música clássica (Taylor, 1997).

Hoje em dia, apesar de algum engavetamento de géneros musicais que em nada são semelhantes, a *world music*, ainda que permaneça um género musical consumido por um nicho de mercado, goza já de bastante respeito e credibilidade. A popularidade de festivais de música do mundo demonstra a consagração do género: a título de exemplo, em Portugal o Festival de Músicas do Mundo de Sines contou com cerca de 100 mil visitantes na edição de 2015 (Aporfest, 2015, 13 de dezembro). Registamos também dois programas na rádio pública sobre *world music*: na Antena 2, o programa *Raízes* é diário e assume-se como “um espaço dedicado às músicas do mundo” (sítio RTP Play); na EBC, o programa *Música do Mundo* descreve-se como: “a oportunidade de conhecer diferentes expressões musicais mundo afora, de artistas famosos ou desconhecidos. O espaço é democrático e visa proporcionar cultura por meio da música produzida em diferentes países” (sítio da EBC).

Este “encarceramento” de géneros musicais distintos numa só categoria poderá explicar-se pela massificação da música popular (ou pop) dos países anglófonos, principalmente dos Estados Unidos e de Inglaterra. Até os prémios norte-americanos *Grammy* já contam com uma categoria de *world music*, tendo o português Carlos do Carmo e os brasileiros Gilberto Gil e Sérgio Mendes sido consagrados. Ainda assim, a música pop parece ainda ser maioritária nos registos de consumo de discos em Portugal. E no Brasil? Passando os olhos pela tabela dos discos mais vendidos no ano de 2016 no Brasil, notamos que o género musical pop surge como um dos preferenciais, ainda que suplantado em vendas por composições de artistas musicais brasileiros como Marisa Monte, Ivete Sangalo, Jorge & Mateus e Sandy, fazendo prevalecer os géneros MPB, sertanejo e samba (Gomes, 2016). Ocultando os brasileiros, na lista dos 20 artistas que mais CDs e DVDs venderam nesse ano no Brasil encontram-se a inglesa Adele, as norte-americanas Lady Gaga, Beyoncé e a banda Fifth Harmony, todas mulheres, artistas pop e anglófonas.

Os géneros musicais *mainstream* – géneros musicais contemporâneos criadores de êxitos radiofónicos – também têm representatividade na língua portuguesa. Como *mainstream* consideramos, maioritariamente, o pop, o rock, o hip hop, o R&B e o rap. No âmbito deste grupo de géneros menos ligados à cultura popular e mais à cultura de massas, destacamos uma canção

rock brasileira que poderá apresentar uma perspetiva sobre a forma como a cultura portuguesa é representada no Brasil – aqui através da música. A canção "O Vira" foi composta por João Ricardo e Luhli para o primeiro álbum de 1973 do grupo Secos & Molhados, uma banda brasileira da década de 1970 cuja formação inicial era composta por João Ricardo, Gérson Conrad e Ney Matogrosso (apenas até 1975, já que a partir desse ano iniciou a sua carreira a solo de um êxito estrondoso). A canção original é influenciada pelos padrões da música portuguesa, ao serem empregues instrumentos recorrentes na sua sonoridade como o acordeão. Também a própria letra alude à tradição portuguesa através da menção à dança folclórica típica do vira.

O género musical do rock brasileiro viu-se representar com maior internacionalização nas décadas de 70, 80 e 90 através dos grupos Secos & Molhados, Titãs, Tubarões, Legião Urbana e Paralamas do Sucesso, e também dos artistas solo Raul Seixas e Roberto Carlos, cuja participação no auge do movimento Jovem Guarda, no final dos anos 60, abriu caminhos para a sedimentação do pop e do *softrock* brasileiros. *Jovem Guarda* tratou-se de um programa de televisão, transmitido na TV Record entre 1965 e 1968, considerado por alguns como um movimento musical de vanguarda alavancado pela popularização dos Beatles nos Estados Unidos, notado pela maioria como um momento musical que conquistou multidões e impulsionou a indústria discográfica brasileira pela mão de nomes como Roberto Carlos e Erasmo Carlos (Fróes, 2000).

Em Portugal, os únicos grupos de rock com alguma capacidade de internacionalização são os Xutos & Pontapés (conotados com o subgénero musical pop-rock) e os Moonspell (num estilo mais próximo do subgénero do rock *heavy metal*). Dentro do cenário musical português, parecem ser mais apetecíveis à internacionalização os artistas dos géneros hip hop e rap, sendo sobretudo bem-sucedidos na exportação destes produtos musicais para os PALOP. São deste argumento exemplo a banda portuguesa e os artistas hip hop de raízes cabo-verdianas e angolanas Da Weasel, Sam the Kid e Boss AC. Ainda assim, atualmente é o fado o género musical mais apreciado além-fronteiras.

Em relação ao território lusófono de Timor-Leste, a nossa pesquisa bibliográfica sobre géneros musicais timorenses mostrou-se manifestamente insuficiente para retirar conclusões sobre a sua classificação em géneros e subgéneros. Parecem ser quatro as principais manifestações culturais ligadas à música e dança populares timorenses: *tebe*, *tebedai*, *dansa* e

cansaun (Fundação Mário Soares, 2002). Contudo, não foi possível apurar qual a sua capacidade de exportação – apenas sabemos que, nos contextos em análise em Portugal e no Brasil, não está instituído qualquer tipo de modelo de distribuição de produtos musicais timorenses. Já em relação a géneros musicais de outras regiões lusófonas, também não parece existir em Portugal qualquer tipo de penetração no mercado discográfico de artistas goenses, macaenses ou galegos (ainda que, talvez pela proximidade geográfica, haja intermitentemente espetáculos de artistas galegos em cidades portuguesas, mas sem ser habitual ver esses artistas inscritos no enquadramento da Lusofonia).

Três fatores poderão explicar esta premência da música no contexto cultural de representação mediática da Lusofonia. Em primeiro lugar, o facto de a música ser um produto de cultura popular perfeitamente inserido na presente sociedade de consumo, logo, apresentar bons indícios de aceitação junto dos núcleos de receção. Em segundo lugar, a simplicidade na distribuição dos produtos musicais entre países, simplificada também pela comunicação na mesma língua. Por fim, a crescente importância que, desde os anos 90, o modelo de rádio musical tem vindo a ocupar no mercado mediático português, implicando mais tempo de antena concedido à música na programação das rádios portuguesas (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

A televisão, o cinema e o vídeo refazem, no alvorecer do novo milénio, através das ondas eletromagnéticas, o caminho em direção ao novo mundo, dando continuidade a um processo que os navegantes portugueses iniciaram, há cinco séculos, quando venceram as ondas marítimas, ao fazer a travessia do Cabo da Boa Esperança (Melo, 1994). Igualar as descobertas dos portugueses pelas ondas marítimas através das ondas hertzianas da rádio: é esta a proposta a que nos desafiamos. Só é necessária a mesma motivação e a convicção de que somos capazes de nadar quando as forças para navegar nos faltarem.

Coproduções musicais entre Portugal e Brasil: um oceano cada vez mais navegado

Como afirmámos anteriormente, a música parece ser o elemento cultural da Lusofonia que mais extensa e resilientemente se tem feito representar nos média ao longo dos últimos anos. Chegámos a esta afirmação depois de discutir dois argumentos: primeiramente, o facto de a

música ser um produto de cultura popular perfeitamente inserido na atual sociedade de consumo, logo, apresentar bons indícios de aceitação junto dos núcleos de receção; seguidamente, a simplicidade na distribuição dos produtos musicais entre países, simplificada também pela crescente digitalização e agilização dos meios de radiodifusão.

Neste domínio da História da Música, há alguns estudos que nos dão conta de “um momento notável das relações culturais entre Portugal e Brasil” (Sandmann, 2003, p. 198), um acontecimento cultural marcante, ocorrido tanto em Portugal como no Brasil em 1880: a celebração conjunta dos 300 anos da morte de Luís de Camões. Apesar de se tratar de uma efeméride ligada a um vulto da literatura, há registos de uma opereta produzida a partir dos seus sonetos, cujo tom, tanto num país como no outro, foi de exaltação do poeta como ícone de orgulho nacional (Cymbron, 2015). Ainda assim, é esparsa a investigação académica neste campo, e por isso, tentamos aqui uma abordagem exploratória ao tema das coproduções musicais entre Portugal e o Brasil, começando pela definição de uma categorização teórica para segmentação do objeto de estudo. Propomos, então, a este propósito, duas categorias do que poderemos considerar como coproduções luso-brasileiras da indústria cultural da música: colaborações entre artistas portugueses e brasileiros; e grupos musicais formados por artistas portugueses e brasileiros, um fenómeno recente que poderá vir a representar uma tendência relevante para análise futura (Alves, Rocha, Portela & Ibiálpina, 2016).

Começamos pelas colaborações entre artistas portugueses e brasileiros, considerando que este parece ser o fenómeno mais frequente de coprodução musical entre os dois países. Várias poderão ser as motivações que desencadeiam a reunião criativa de artistas musicais oriundos dos dois países. Por exemplo, no início da presente década, realizaram-se as iniciativas do Ano de Portugal no Brasil e do Ano do Brasil em Portugal, “iniciativa concebida como uma oportunidade para atualizar as imagens recíprocas, promover as culturas e as economias de ambos os países e estreitar os vínculos entre as sociedades civis” (Horta, 2012). Mais precisamente entre setembro de 2012 e junho de 2013, houve naturalmente um incremento das coproduções na área da cultura entre os dois países. O espetáculo de teatro-dança “O Mundo é de Quem Não Sente” é um exemplo desse incremento, reunindo na sua banda-sonora fados e sambas que desenham acusticamente histórias de amor dentro do universo Portugal/Brasil. Esta coprodução luso-brasileira inaugurou

uma banda sonora originalmente criada para este espetáculo pelos músicos Marcelo Vig, Junior Tostoi (ambos brasileiros) e Luís Varatojo (músico português, líder do grupo A Naifa).

Nos últimos anos, várias têm sido as ocasiões de reunião entre artistas brasileiros e portugueses, não só para gravação de canções produzidas em estúdio para a inclusão em discos novos (como Sérgio Godinho, no seu disco “O Irmão do Meio”¹⁴³), como também acontecimentos esporádicos em atuações ao vivo. Um exemplo relevante deste último caso são as cooperações que ocorrem de forma pontual no palco Sunset no festival de música e entretenimento Rock in Rio Lisboa, um palco apenas dedicado a espetáculos ao vivo em dupla, quer de grupos musicais quer de artistas a solo. Pelo facto de se tratar de um festival de música brasileiro a ter lugar em solo português, têm sido várias as colaborações musicais luso-brasileiras desde que o festival penetrou no mercado português, em 2004. Kátia Guerreiro gravou uma série de canções com Martinho da Vila (2005), Ney Matogrosso (2006) e Maria Bethânia (2007). Olhando para os PALOP, coproduziu também temas de artistas como Anselmo Ralph, de Angola, Dany Silva, de Cabo Verde, e Manecas Costa, da Guiné Bissau.

Nos anos 80, a pioneira deste caminho musical transatlântico foi Eugénia Melo e Castro que, cantando em Português de Portugal, gravou com uma série de ilustres músicos brasileiros: Tom Jobim, Wagner Tiso, Ney Matogrosso, Caetano Veloso, Chico Buarque, Milton Nascimento, Gal Costa e Simone. No final dos anos 90, na Expo'98, portugueses e brasileiros partilharam o palco – Chico César com Né Ladeiras, Caetano Veloso com Pedro Abrunhosa, Mísia com Maria Bethânia –, inaugurando uma colaboração que, 10 anos mais tarde, se replicaria no palco Sunset no âmbito do festival de música Rock in Rio Lisboa. Na RTP, no programa *Atlântico* (produzido por Eugénia Melo e Castro e Nelson Motta), várias foram as colaborações esporádicas, motivadas pelo programa de televisão: Fernanda Abreu e os já extintos Cool Hipnose, Leila Pinheiro e Rui Veloso, Herbert Vianna e Rui Reininho, Ed Motta e os Blackout, Simone e Dulce Pontes, Elba Ramalho e Vitorino, Edu Lobo e Sérgio Godinho, Gal Costa e Luís Represas. Os anos 2000 solidificam este intercâmbio, com vários músicos brasileiros a instalarem residência, principal ou secundária, em Portugal, como Ivan Lins, Alceu Valença, Pierre Aderne, Marcelo Camelo, Mallu Magalhães,

143 Um disco de canções de autoria de Sérgio Godinho, editadas em anteriores álbuns seus, que neste trabalho são interpretadas em dupla. Sérgio Godinho convidou 17 artistas para gravar consigo estas canções, sendo quatro deles brasileiros (Caetano Veloso, Zeca Baleiro, Gabriel o Pensador e Milton Nascimento), um cabo-verdiano (Tito Paris) e os restantes portugueses.

Luanda Cozzeti, Norton Daiello; “O mar ainda é muito, mas já se consegue atravessar” (Pacheco, 2016).

A ascendência de popularidade que o fado tem atingido mundialmente nos últimos anos também tem provocado um aumento do número de colaborações entre fadistas portugueses e artistas brasileiros, sobretudo do género musical MPB, conhecida vulgarmente em Portugal por uma das suas ramificações históricas, a Bossa-Nova¹⁴⁴. É o caso dos fadistas Carminho e António Zambujo que, no verão de 2015, participaram conjuntamente num dos espetáculos de celebração dos 450 anos de fundação da cidade do Rio de Janeiro, onde interpretaram temas de Chico Buarque. Naturalmente, as efemérides e ocasiões de celebração cultural e histórica entre os dois países também contribuíram para a mencionada intensificação de colaborações entre artistas brasileiros e portugueses, sobretudo ao nível da interpretação de canções de um ou de outro, mas também na composição conjunta de novas canções.

Ainda que não tenha sido necessária qualquer efeméride para reivindicar esta junção de forças, as colaborações musicais de artistas portugueses com artistas provenientes de países lusófonos têm experienciado um incremento ainda mais vivaz na última década. Particularizando, o fado e seus intérpretes têm beneficiado de uma acelerada internacionalização nos últimos cinco anos (desde que foi declarado Património Imaterial da Humanidade pela Unesco) e o Brasil, sem exceção, tem nutrido um crescente interesse por este género musical, suas melodias e jeitos vocais. Apenas a título de exemplo (e não de forma extensiva), o fadista António Zambujo partilhou com a brasileira Roberta Sá o tema “Eu já não sei” e, a convite da fundação Luso Brasileira, em 2010, participaram na entrega de prémios anuais no Casino Estoril. De tal forma foi esta transferência musical transatlântica que até ao nível da representação empresarial do fado no Brasil se verificou um estímulo à produção e distribuição – por exemplo, a editora MPB editou no Brasil o álbum “Outro Sentido” de António Zambujo. Já o fadista Marco Rodrigues fez um dueto com a brasileira Maria Gadú no tema “A Valsa”, de 2011, tendo-se apresentado juntos em palcos nacionais e internacionais por diversas vezes. Ana Moura tem apostado em coproduções luso-

144 Um movimento da música popular brasileira do final dos anos 50 que originou um subgénero musical de grande popularidade no Brasil, e cuja internacionalização foi bem-sucedida. Este movimento foi catapultado pelo trabalho conjunto de João Gilberto, Tom Jobim e Vinícius de Moraes. A internacionalização da Bossa-Nova teve início em 1962, a partir de um concerto realizado no Carnegie Hall de Nova Iorque em que participaram, além dos músicos referidos, Dizzie Gillespie, Sérgio Mendes e Stan Getz.

brasileiras, como foi o caso da colaboração com o rapper crioulo no Festival de Fado do Brasil em 2013.

Ao longo da sua carreira, a fadista Mariza cruzou-se com alguns cantores lusófonos, de entre os quais se destacam os brasileiros Daniela Mercury (em 2004), Jaques Morelenbaum (em 2005), Gilberto Gil e Ivan Lins (ambos em 2007), entre outras personalidades da música brasileira. Gravou ainda uma canção para o seu disco “Terra” com o cabo-verdiano Tito Paris, em 2008, e cantou com Cesária Évora o conhecido tema da falecida intérprete cabo-verdiana “Sodade”. Em 2011, a convite da TAP para a sua campanha publicitária “De braços abertos”, juntou-se ao angolano Paulo Flores e à brasileira Roberta Sá, numa coprodução lusófona de promoção aos serviços da transportadora no âmbito do espaço aéreo da Lusofonia.

Ainda no registo “sala de fados”, Carminho tem sido particularmente acarinhada por parte do público brasileiro e de artistas brasileiros com quem já colaborou: Ney Matogrosso, Milton Nascimento, Marisa Monte e Chico Buarque. Assim, somam-se as viagens ao Brasil principalmente por ocasião do lançamento, em 2016, de um disco de versões de canções de Chico Buarque. Para além do Brasil, Carminho também apostou no mercado angolano, em 2013, quando convidou Yola Semedo, uma das mais talentosas e premiadas cantoras angolanas para um espetáculo no Epic Sana de Luanda. Mais recentemente, em dezembro de 2016, lançou um disco com a sua interpretação de composições de Tom Jobim (“Carminho canta Jobim”).

E se começa a haver músicos brasileiros a compor para portugueses (como Mallu Magalhães para Raquel Tavares ou Rodrigo Maranhão para António Zambujo), o português Tiago Torres da Silva escreve para muitos brasileiros: Jussara Silveira, Olivia Byington, Maria Bethânia, Alcione, Ney Matogrosso, Elba Ramalho, Chico César, Zélia Duncan e Daniela Mercury, entre outros.

Por fim, na categoria de grupos musicais formados por artistas portugueses e brasileiros, destacamos um grupo formado por dois artistas brasileiros e um português, que poderão vir a ser considerados como o elemento mais representativo e com maior visibilidade desta categoria: a Banda do Mar. A banda, formada pelo português Fred Ferreira (mais conhecido por ser um dos elementos do conjunto Orelha Negra) e pelo casal de cantores brasileiros Marcelo Camelo e Mallu Magalhães, ambos com residência permanente em Lisboa, poderá abrir novos espaços para o

estímulo a mais parcerias musicais luso-brasileiras. Há ainda o caso particular do grupo mineiro Graveola e o Lixo Polifônico, com estadia rotativa em Portugal e no Brasil. Na letra da sua canção “Babulina’s Trip”, o grupo demonstra a intervenção que a presença na capital portuguesa tem na sua criação artística: “A língua do tambor engordurado toca portunhol/Lisboa meso-luso-brasileira já dançou baião/Na volta do mundo conecta uma mesma oração”.

Sendo um país quantitativamente de intensa produção musical, o Brasil exporta muita da sua música para Portugal, onde encontra uma forte adesão por parte do público. Consequentemente, a rádio também tem demonstrado uma considerável capacidade de absorção da indústria cultural brasileira: segundo dados exploratórios¹⁴⁵, cerca de 8 a 10% da música emitida pela Antena 1 (RTP) é de origem brasileira. Porém, no sentido inverso do cruzamento do oceano, ainda há uma certa resistência do Brasil em acolher a música portuguesa:

Por um lado, a indústria musical brasileira é muito protectora do produto nacional e o público brasileiro estranha as canções com sotaque português (porque nunca foi habituado a escutá-las). Por outro lado, acredito que haja alguma falta de ambição das bandas e agentes musicais portugueses a tentarem uma travessia do Atlântico, ancoradas nesse estigma do sotaque estranho (e na dimensão continental do Brasil) ou pelo facto de sentirem que já têm um público garantido em Portugal e começar do zero no Brasil não lhes garantirá sucesso ou reconhecimento. (Salgado, 2015)

Resumindo, em Portugal a rádio pública parece ser o veículo mais diversificado de expressão da cultura lusófona, e onde encontramos efetivamente um olhar estratégico sobre produtos culturais plurais em língua portuguesa. Mais genericamente, na rádio a programação sobre cultura brasileira é integrante, isto é, conteúdos que versem produtos culturais provenientes do Brasil estão maioritariamente inseridos na programação geral da estação, sem se encontrarem destacados num – ou reduzidos a um – programa de carácter específico e distintivo. Ainda assim, a programação sobre cultura brasileira surge, a espaços, incluída no “bolo” da Lusofonia, como por exemplo em programas de rádio sobre cultura lusófona, como o programa da Antena 1 *Vozes*

145 Referimo-nos a uma recolha de dados realizada no início de 2014 em Portugal, justamente antes da partida para o Brasil, para o período de trabalho de campo relativo ao caso brasileiro. Foram realizadas entrevistas exploratórias (por e-mail e telefone) a elementos da Antena 1 e Antena 3, de forma a recolher pistas sobre o serviço público de rádio português e possíveis pontos de análise comparativa de relevo face ao sistema brasileiro.

da Lusofonia. No entanto, o fenómeno mais frequente de presença da música brasileira na programação da rádio pública portuguesa é a sua inclusão naturalizante na *playlist* diária da Antena 1, sendo alternada com produtos musicais de origem portuguesa e anglófona, sobretudo.

No decurso desta reflexão em particular, notámos que este segmento das coproduções apresenta um espaço de investigação em aberto, carecendo de mapeamento e reflexão crítica. Existe uma ausência de estudos quantitativos e conclusivos sobre a relevância dos produtos culturais brasileiros na estratégia de pluralidade e diversidade do serviço público de comunicação junto da sociedade civil, abrindo-se aqui um possível caminho de investigação relevante e inovador.

Classificação de géneros e formatos radiofónicos na análise crítica de estudos de caso

Por se tratar de um objeto de delimitação complexa, o foco desta tese – a representação sonora da Lusofonia e da cultura lusófona na rádio pública em Portugal e no Brasil – exige uma análise mais detalhada de estudos de caso: programas de rádio sobre cultura lusófona no serviço público de rádio em Portugal e no Brasil. Coincidindo com esta definição de unidade de análise, foram identificados dois programas respondendo a esta moldura metodológica, um na RTP – *Vozes da Lusofonia* e outro na EBC – *Tanto Mar*.

Alguns investigadores assumem uma postura de contraposição da análise quantitativa face à análise qualitativa. No âmbito do presente trabalho, consideramos que estas metodologias são complementares. Por conseguinte, em termos de metodologia do trabalho científico, é uma das estratégias escolhidas para a sistematização crítica do conteúdo dos programas sobre cultura lusófona na Antena 1 e na Nacional FM. Nesta análise, este método tem como objetivo capacitar de uma comparação rigorosa ao nível da forma como a música proveniente dos países do espaço lusófono é traduzida em mensagem, através da quantificação da frequência da presença (ou da ausência) de itens de sentido.

Os dados recolhidos, através dos métodos de entrevista individual, inquérito e observação refletem ideias e atitudes que são tanto específicas do indivíduo como derivadas de um meio cultural particular, sendo que o que é dito, da forma como é dito, “reflete em parte as pressões da situação social geral” (Stone, 1978, p. 318). A análise de estudos de caso permitirá, portanto,

a compreensão do tom utilizado por parte dos produtores de rádio no tratamento dos temas ligados à cultura e música lusófonas, ensaiando hipóteses de interpretação da subjetividade inerente aos processos de comunicação que sustentam o meio rádio, considerando a natureza do próprio meio face a outros. Pretende-se comparar estilos de comunicação, géneros discursivos e contextos sociais provenientes de dois países distintos, embora num mesmo âmbito programático. A subjetividade do autor do programa e a situação social do tempo e espaço em que o texto foi produzido são alvo de análise para os dois estudos de caso. Esperamos assim tornar mais evidentes as características discursivas e os temas estratégicos de cada um dos programas de rádio.

Para clarificação conceptual do tipo de produto radiofónico que pretendemos analisar, apresentamos uma proposta de categorização de géneros radiofónicos e musicais. Por unidade de análise entende-se todos os espaços que se apresentam como elementos autónomos, com uma identificação própria e delimitados temporalmente na grelha de programação. A ERC (2015) estabelece, nos seus relatórios de regulação, uma grelha de referência sobre a correspondência entre géneros radiofónicos e funções de programação, a qual tomamos no presente trabalho como referência indicativa para codificação de cada unidade de análise. A identificação das unidades de análise foi realizada com base no registo efetuado pela empresa concessionária do serviço público de rádio e televisão de todos os programas e rubricas no seu próprio sítio (RTP Play).

A ERC reconhece duas formas de classificação dos programas de rádio na emissora pública: de acordo com géneros e de acordo com funções na programação. Esta conceção pretende, pois, identificar os géneros radiofónicos que constituíram as grelhas de programação, assim como conhecer as funções prosseguidas pelos conteúdos disponibilizados. Entende-se por género “a identificação de estruturas e de modelos de apresentação de programas de rádio relativamente padronizados e associados aos conteúdos temáticos que difundem” (ERC, 2015, p. 238). Inspirados na classificação conceptual do órgão regulador português, definimos seis macrocategorias de géneros radiofónicos, as quais irão guiar a análise de estudos de caso dos subcapítulos seguintes: i) música; ii) informação; iii) programas culturais e de conhecimento; iv) entretenimento; v) programas institucionais; vi) programas religiosos. Quanto à função da programação, referimo-nos a ela como a finalidade principal desempenhada por determinado

segmento radiofónico, de acordo com os critérios de análise definidos no âmbito da presente análise, e que resultam nas seguintes cinco funções: a) informar (sobretudo ligada à macrocategoria “informação”); b) formar (maioritariamente relacionada à macrocategoria “programas culturais e de conhecimento”); c) entreter (mais voltada para as macrocategorias “entretenimento” e “música”); e d) promover/divulgar” (mais próxima das macrocategorias “programas institucionais” e “programas religiosos”).

A grelha de classificação da ERC integra seis categorias de macrogéneros e 31 categorias de géneros. Por “macrogénero” fazemos corresponder, na classificação de programas, a uma categoria de programação que agrega diferentes géneros associados à difusão de um determinado conteúdo temático de base: informativo, desportivo, musical, de entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso. Em relação às subcategorias de géneros radiofónicos, são formatos que particularizam determinados modelos de produção afunilados a partir das categorias de nível macro, identificando modelos de apresentação e conceção particulares de programas de rádio que difundem determinado conteúdo específico.

Dado que a principal unidade de análise desta dissertação é a música lusófona, consideramos que a proposta de divisão de macrogéneros da ERC é apropriada. A autonomização da categoria “música” enquanto macrogénero permite isolar com precisão a sua presença na totalidade da grelha de programação. Uma opção alternativa seria i) a de incluir o género “música de continuidade” no macrogénero entretenimento, sendo que o seu objetivo último é entreter; e ii) “programa de música” no macrogénero cultural/conhecimento, já que os programas de música da Antena 1 versam os formatos da entrevista, da transmissão de espetáculo e da crítica musical, formatos esses que julgamos servirem o propósito da cultura e da difusão do conhecimento. Contudo, para efeitos de esclarecimento metodológico, conferindo destaque na programação às categorias radiofónicas musicais, seguiremos com a autonomização da proposta da ERC.

Esclarecendo agora os 31 formatos já mencionados, resultantes do refinamento das categorias de nível macro. Estes formatos identificam modelos de apresentação e conceção particulares de programas, os quais se encontram associados à difusão de um determinado conteúdo específico, integrando uma das grandes categorias de programação consideradas. A Tabela 1 organiza estes formatos de acordo com as macrocategorias:

Macrogénero radiofónico	Género radiofónico	Função
Informação	Noticiário	Informar
	Reportagem	
	Debate/Entrevista	
	Comentário	
	Edição especial	
	Magazine informativo	
	Antena aberta	
	Boletim meteorológico	
	Informação de trânsito	
	Informação bolsista	
Desporto	Transmissão desportiva	Entreter
	Informação desportiva	Informar
	Resumo desportivo	
	Comentário desportivo	
Música	Programa de música	Entreter e informar
	Música de continuidade	Entreter
	Concerto	
Entretenimento	<i>Talk show</i>	Entreter
	Concurso/jogo	
	Humor	
	<i>Infotainment</i>	
	Outro (entretenimento)	
Cultura e conhecimento	Artes e média	Informar e formar
	Ciências e humanidades	
	Comemorações e efemérides	
	Educativo	
	Outro (cultura/conhecimento)	
Institucional	Programa ou rubrica de natureza institucional	Informar, formar, promover e divulgar
Religioso	Programa ou rubrica de natureza religiosa	Promover e divulgar

Tabela 1: Géneros radiofónicos e funções correspondentes em Portugal

Passemos, pois, à clarificação dos conceitos para análise, tendo por certo que as grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública portuguesa oferecem escassas

similitudes. As grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública (Antena 1, 2 e 3) apresentam-se com escassas similitudes. Tendo em conta que uma das premissas a cumprir no contrato de concessão é exatamente que os três canais se completem em termos de programação, esta dissimilitude denota que o contrato está a ser cumprido neste âmbito de pluralidade, diversidade e complementaridade. Nos serviços de programas dos três canais, a música é a grande categoria da programação, ainda que a Antena 1 seja a estação, das três, que dedica menos tempo da sua programação ao género musical, com cerca de 38% em 2015. Mesmo assim, ainda é o género mais disseminado na Antena 1, seguida da informação e de programas culturais e de conhecimento: conjuntamente, estes três géneros totalizaram 83% da emissão da Antena 1 em 2015.

Ainda que a sua programação seja distinta na génese – e também na sonoridade, já que é possível identificar, sem pestanejar, cada uma das estações apenas pela escuta em regime de *zapping* durante uma viagem de carro –, a música é a categoria que mais tempo ocupa na programação dos três serviços de programas, com especial destaque para a Antena 2: 87% do seu tempo de emissão é dedicado a conteúdos musicais (ERC, 2015). Também na Antena 3 a música assume especial relevância, representando cerca de quatro quintos da duração total da programação do ano (81%).

A Antena 1 emite programas classificados na totalidade das seis macrocategorias acima definidas e que aqui citamos novamente por ordem de peso na programação do canal público generalista: música, informação, programas culturais e de conhecimento (estas três categorias juntas compõem 83% do total da programação difundida), entretenimento, programas institucionais e programas religiosos. Apesar do grande predomínio dos conteúdos de música, sobretudo nas Antena 2 e 3, os três canais são complementares porque privilegiam estilos musicais e estruturas de programação sobejamente diferenciados: a Antena 2 privilegia a música clássica e erudita, a Antena 3 dá primazia à nova música portuguesa e aos géneros do pop, rock e *indie*¹⁴⁶, pois dirige a sua programação à faixa etária mais jovem da população (15-25 anos). Esta

146 O conceito de música *indie* surge da palavra “independente” e atualmente remete para artistas e grupos que divulguem a sua obra no mercado discográfico sem estarem contratualizados e ligados a uma empresa discográfica, ou seja, simbolicamente disfrutando de uma maior liberdade de criação artística por não se subjugarem ao neoliberalismo da indústria discográfica que pode asfixiar a arte pela necessidade de corresponder a objetivos de vendas.

notória diversidade da oferta programática das três estações de rádio mostra-se consonante com as exigências do contrato de concessão, porque os públicos-alvo de cada canal são específicos, traduzindo a complementaridade do conjunto do serviço público de rádio, estando reservada à Antena 1, enquanto canal generalista por excelência, a oferta mais eclética.

De acordo com o referencial conceptual da ERC, as seis macrocategorias apresentadas desdobram-se em 31 géneros – 28 dos quais a Antena 1 inclui na sua programação. Nas três primeiras posições figuram a música de continuidade (25%), os noticiários (15%) e os programas de música (12%), deixando transparecer que a primeira e terceira posições foram atribuídas à macrocategoria da música e a segunda à macrocategoria da informação, respetivamente a primeira e a terceira posições. No posto intermédio encontram-se a Antena 2, com a menor diversidade de géneros (14), que tem na música de continuidade metade da sua programação (48,8%). Os programas de música preenchem também uma percentagem considerável, com um quarto (24,8%) das horas emitidas. A transmissão de espetáculos, em terceiro lugar, atinge 13,3% da duração total. Na Antena 3, que emitiu 18 dos 31 géneros, verifica-se que a música de continuidade se destaca com 43,7% da emissão, seguida pelos programas de música (36,6%). O terceiro género mais importante, a distância assinalável, corresponde às artes e média, com 6,5% do tempo total emitido.

Na Antena 1 a análise da presença das categorias de programas em cada um dos períodos do dia remete para uma prevalência da música de continuidade em metade dos seis períodos horários considerados. Contudo, nos períodos horários 17h-19h59 e 20h-22h59 leva vantagem a transmissão desportiva, respetivamente com 22,7% e 25,8% do predomínio na programação nesses períodos. Por fim, entre as 10h e as 11h59, destaca-se o género antena aberta (28,6%). Na Antena 2 a música de continuidade prevalece em cinco dos seis intervalos horários, excetuando a noite (20h-22h59) em que são mais valorizados os espetáculos (66,7%). Composição diferente mostra a Antena 3, já que a música de continuidade predomina em quatro faixas horárias, com especial incidência entre as 6h e as 16h59. Nos dois períodos horários da noite (20h-22h59 e 23h-05h59) são os programas de música que se destacam em termos de duração com, respetivamente, 54,6% e 66,3% (ERC, 2015).

Rumando agora ao outro lado do Atlântico, no Brasil encontramos uma categorização de géneros radiofónicos distinta da supracitada. Trata-se de uma classificação adaptada à própria divisão dos sistemas de concentração empresarial no Brasil – governamental, público e privado – e que convoca as várias funções a que cada sistema se propõe. São sete os géneros propostos por Barbosa Filho (2003): o jornalístico, o propagandístico, o publicitário, o educativo-cultural, de entretenimento, de serviço e especial.

Baseando-se nos sete macrogéneros definidos pelo autor, Prata (2005) concretiza 36 formatos que, na sua essência, não são muito distintos dos portugueses, mas aos quais são acrescentados formatos que em Portugal têm uma expressão reduzida ou mesmo nula:

Macrogénero	Género radiofónico	Funções
Jornalístico	Nota	Informar
	Notícia	
	Boletim	
	Reportagem	
	Entrevista	
	Comentário	
	Editorial	
	Crónica	
	Rádio-jornal	
	Documentário jornalístico	
	Mesa-redonda ou debate	
	Programa policial	
	Programa desportivo	
Divulgação tecnocientífica		
Educativo-cultural	Programa instrucional	Formar
	Áudio-biografia	
	Documentário educativo-cultural	
	Programa temático	
Entretenimento	Programa musical	Entreter
	Programação musical	
	Programa ficcional	
	Programa artístico	
	Evento artístico	

Programa interativo de entretenimento

Publicitário	Spot	Promover e divulgar
	<i>Jingle</i>	
	Testemunhal	
	Peça de programação	
Propagandístico	Peça radiofónica de ação pública	Informar
	Programas eleitorais	Promover e divulgar
	Programa religioso	
De serviço	Notas de utilidade pública	Informar
	Programete de serviço	
	Programa de serviço	
Especial	Programa infantil	Entreter
	Programa de variedades	

Tabela 2: Géneros radiofónicos e funções correspondentes no Brasil

Fonte: Prata (2005)

Comparando os formatos portugueses com os brasileiros acima listados, reparamos que alguns géneros radiofónicos existentes no Brasil não têm representação na grelha das rádios portuguesas, refletindo desde já algumas diferenças na programação. É essencialmente o caso dos géneros: programa infantil¹⁴⁷, de variedades¹⁴⁸, das notas de utilidade pública¹⁴⁹, do programete¹⁵⁰ e do programa de serviço¹⁵¹. Excluindo estas especificidades, os géneros radiofónicos e seus sub-formatos replicam-se de forma semelhante em Portugal e no Brasil.

147 A inexistência de conteúdos infanto-juvenis no serviço de programas da rádio pública há muito que era notada por vários setores da sociedade civil, tanto de fora como de dentro da própria RTP, desde académicos ligados ao campo da literacia mediática, como os próprios membros do CGI. No Projeto Estratégico para a RTP, apresentado em janeiro de 2015 pelo Conselho de Administração ao CGI, nota-se pela primeira vez a intenção concreta de criar programação infantil no meio rádio. Esta intenção culminou com a criação da webrádio Zig Zag, no verão de 2016.

148 Um programa de variedades, segundo a premiada investigadora brasileira dos Estudos de Rádio Doris Haussen (2005) consiste numa “diversidade de enfoques: rigorosos, leves, humorísticos; com múltiplas seções harmonizadas pela presença, durante várias horas, do apresentador, a estrela radiofónica que atrai público e publicidade pela sua personalidade”. Em Portugal, os anos 70 e 80 foram pródigos neste género radiofónico, no qual se destacou a personalidade de António Sala, líder de audiências durante décadas com o seu programa da manhã “Despertar” da Rádio Renascença. Desde os anos 90 que este género radiofónico tem vindo a perder importância no nosso país, sobretudo desde a introdução, em meados da década, da escola norte-americana.

149 As notas de utilidade pública referem-se a concursos públicos anunciados na rádio e informações gerais sobre vacinação. É geralmente considerado um formato do género jornalístico.

150 O termo correspondente a “programete” em Português europeu é “rubrica”.

151 Um programa de serviço refere-se a conteúdos de utilidade prática, como informações de trânsito, meteorologia, informação horário, entre outros. É geralmente considerado um formato do género jornalístico.

Na secção seguinte, observamos melhor a interação entre géneros e formatos dentro da programação da RTP e da EBC, em particular da Antena 1 e da Nacional FM Brasília. Como mencionado no capítulo introdutório da presente tese, os programas de rádio que constituem estudo de caso para efeitos desta tese correspondem ao formato “programa de música”, por termos partido do pressuposto de que, dadas as características culturais e sonoras da rádio, a Lusofonia se faz representar, mais prementemente, no meio radiofónico através da música. Assim, continuamos a aprofundar os estudos de caso, a partir de agora sempre “com música de fundo”.

Expressão lusófona na rádio brasileira e a impossibilidade de um mapeamento no Brasil

O espaço da língua portuguesa na programação da EBC

O Brasil é um país de grandes distâncias e de uma diversidade cultural proporcional ao espaço territorial que ocupa. Por esse motivo, como alegámos no decorrer do presente trabalho, o Brasil parece não ter encontrado espaço para cultivar um interesse mediático pelo *Outro*, nem sequer para olhar para si revendo-se na sua história: “que se olhe mais demoradamente no espelho e se veja na África, em Portugal e nos demais países lusofalantes” (Rodrigues¹⁵², 2014, 13 de fevereiro). Alguns autores sugerem que esse olhar nem sequer se debruça sobre o seu próprio passado, vivendo uma história sem pai nem irmão:

O Brasil não celebra, nem nunca celebrou, a data da sua descoberta (...) parece assim cometer um parricídio, mesmo inconsciente, vivendo-se, como realmente se vive, nos seus textos, nos seus sonhos, nas suas ambições planetárias, como uma nação sem pai (...). Para nós, os Portugueses, o Brasil é o país irmão, designação que nos envaidece, naturalmente, mas que, no fundo, tem por objetivo esconder a relação de origem que os brasileiros não estão interessados em evocar. O discurso português sobre o Brasil, tal como o transmite uma longa tradição retórica e historiográfica, incessantemente reescrita, é produto de uma pura alucinação da nossa parte, alucinação que os Brasileiros – há pelo menos um século – não ouvem nem compreendem. (Lourenço, 1999a, pp. 136, 150)

152 Responsável pela produção e realização do programa “Lusofalante”.

Alguns autores advogam que o Brasil “popular” é órfão da sua história e, por esse motivo, o Brasil “oficial” pouco liga a Portugal, quer em termos culturais quer políticos (Chaparro, 2000; Adami, 2014, entrevista pessoal). Aliás, autores mais críticos e pessimistas argumentam até que há uma corrente de pensamento que atribui os males do Brasil aos portugueses, tendo esta ideia sido disseminada entre as elites, cristalizada nos média e, conseqüentemente, passado a existir no seio do senso comum dos brasileiros (Fonseca, 2013). Uma das representações mais evidentes desta corrente de pensamento chega-nos da cultura oral, já que grande parte das expressões idiomáticas anedóticas sobre os portugueses envolvem os oxímoros da portugalidade, sobretudo a generalização de que os portugueses são donos de um pensamento muito literal e, às vezes, até desprovido de inteligência¹⁵³. Estes estereótipos estão diretamente ligados a um fluxo migratório intenso de Portugal para o Brasil, nos anos de salazarismo, por parte de uma classe empobrecida e pouco literada. Como os média são o espelho retrovisor das relações interculturais entre os povos – muitas dessas relações baseadas em estereótipos e preconceitos cristalizados no tempo – concluímos que o discurso popular mediático brasileiro sobre Portugal ainda carece de alguma atualização face aos produtos culturais contemporâneos:

As representações audiovisuais de Portugal e da cultura portuguesa, no Brasil, costumam ser pautadas por determinados formatos congelados no tempo e que, por sua vez, incorporam uma certa perspectiva sobre a ideia de tradição. Tais representações parecem decorrer, em alguma medida, da expressiva presença de contingentes migrantes que acorreram em massa para o Brasil entre as décadas de 1930 e 1960, aos quais boa parte delas costumava ser endereçada. Sendo a maioria destes migrantes oriundos de regiões rurais do interior de Portugal, nas quais é significativa a ocorrência de modalidades de canto e dança usualmente rotuladas como “folclóricas”, é compreensível que, ao serem apropriados pelas mídias populares massivas, estes formatos assumam características híbridas, situadas entre o “tradicional” e o “moderno”. (Monteiro, 2015, p. 2)

153 São célebres e populares as anedotas sobre portugueses no Brasil (correspondendo na sua configuração simbólica às anedotas sobre alentejanos em Portugal). Estas anedotas representam os portugueses como pessoas pouco inteligentes, raramente sagazes e com uma enorme limitação linguística que as leva a entender tudo o que é dito pelos brasileiros com literalidade. Citamos aqui dois exemplos de anedotas: a primeira que remete para a falta de inteligência dos portugueses (“Você sabe quantos portugueses são necessários para afundar um submarino? Dois! Um bate na porta e o outro abre!”) e a segunda para a sua percepção literal do discurso (“Maria chegou para o Manuel e disse: - “Manoel eu não quero ter um filho chinês.” - “Mas Maria, nós somos portugueses.” - “Ora pois, você nunca ouviu falar que uma em cada cinco crianças é chinesa?”).

No Brasil, a rádio, com uma audiência de cerca de 55% de escuta média semanal (Secom, 2016), desempenha há décadas um papel essencial na construção de uma cultura luso-brasileira que, pela natureza afetiva do próprio meio, tem reforçado laços com e entre emigrantes portugueses e lusodescendentes (Lepetri, 2011). Contudo, ainda é a televisão “a principal agência de formação de valores” (Martins, 2014), já que congrega cerca de 97% de penetração nos lares brasileiros (Teleco, 2016). A “caixinha mágica” é, aliás, uma das grandes entidades responsáveis pelo congelamento dos referentes culturais na vaga migratória dos anos de Estado Novo, quando o próprio fenómeno da emigração de Portugal para o Brasil sofre um considerável declínio, já que todos os programas televisivos desde então parecem satisfazer essa vontade recalcada de que nada mude na saudosa terra deixada.

No nosso período de trabalho de campo no Brasil, entre 2014 e 2015, identificámos poucos programas de inspiração lusófona e muitos dedicados à cultura portuguesa, produzidos por e para a diáspora, que desde a independência do Brasil se tem fortificado no país, sobretudo nas vagas migratórias de 1912-1913, 1918-1920 e 1966-1972 (Godinho, 1978). Todos estes programas são transmitidos em rádios do sistema privado, sendo que todos os espaços de emissão são comprados às estações pelos próprios produtores desses programas, frequentemente com o apoio de patrocínios e mecenatos. Por se tratar de um tema com franco interesse para o campo dos Estudos de Rádio, remetemos para o capítulo quatro desta dissertação um aprofundamento da análise aos programas de rádio produzidos pela e para a diáspora portuguesa, já que é incontornável a sua presença no FM e a sua contribuição para a permanência no imaginário dos brasileiros de elementos sonoros em língua portuguesa de sotaque europeu.

Importa agora observar o fenómeno na rádio pública. Nas sete estações de rádio da empresa pública EBC, a programação não está voltada para a abertura ao exterior, representando aquilo que parece ser uma característica premente na sociedade brasileira. Com exceção dos programas sobre música brasileira, que por se tratar de um produto cultural local não será considerado, existem poucos programas direcionados para a cultura lusófona. Ainda assim, é a Nacional FM de Brasília a estação que apresenta o número mais elevado de programas voltados para a cultura de outros países. Ao nível do entretenimento, os programas *Alma Blues*, *Música do Mundo*, *Templo do Rock*, *Momento Três*, *Nossa América*, *Claquete* e *Tanto Mar* são programas

musicais orientados para produtos culturais de outros países, apesar de por vezes poderem apresentar conteúdos locais.

O programa *Alma Blues*, sobre o género musical do *blues*, tanto nacional como internacional; o *Música do Mundo*, dedicado à música do mundo (*world music*), ou música produzida em diferentes países; *Templo do Rock*, com foco na história e nos grandes nomes do rock nacional e internacional; *Momento Três*, cuja temática está ligada às canções de grandes nomes da música nacional ou internacional ligadas a datas comemorativas; *Nossa América*, dedicado à música latino-americana; *Claquete*, programa que destaca as bandas sonoras de filmes nacionais e estrangeiros; e, por fim, um dos estudos de caso do presente trabalho, o *Tanto Mar*, cuja produtora Jussara Mendonça descreve como “o programa que destaca a música e a cultura dos países de língua portuguesa” (sítio da EBC). Por conseguinte, existe apenas um programa na rádio pública cujo âmbito principal é a cultura lusófona.

Sabendo que a rádio mais generalista da empresa pública de rádio no Brasil, a Nacional FM, transmite semanalmente 27 programas musicais distintos (sítio da EBC), concluímos que a música lusófona preenche cerca de 4% do total da programação da estação. Quanto à totalidade da música internacional, na qual a música lusófona também se inscreve, a percentagem cresce para 26%¹⁵⁴. Ainda assim, a hegemonia da programação da Nacional de Brasília FM pertence à música nacional, que ocupa quase três quartos da programação. Esta estatística é consonante com a descrição da estação, disponibilizada no seu sítio na internet, já que o foco estratégico da programação do canal mais generalista da EBC (ainda que se trate de uma rádio temática musical) é exatamente a música nacional e alguns conteúdos informativos:

O Brasil terá sempre tendência para conhecer pouco do que é feito para lá das fronteiras, nem dos PALOP, quanto mais de Portugal. Contam-se pelos dedos de uma mão os portugueses que ficaram conhecidos musicalmente no Brasil. Alguns, para serem bem-sucedidos no Brasil, tiveram de ficar por lá, fazer-se brasileiros. Nós habituámo-nos a respeitar muito mais o que vem de fora do que o que é feito aqui. Os músicos portugueses queixam-se muito, constataam que no Brasil não têm condições para vingar se não tiverem colaborações com músicos locais, não são respeitados. Todo o tempo nos média é dado a

154 Dados recolhidos por observação e analisados de acordo com a grelha de programação em vigor em junho de 2017.

músicos locais. Quando olhamos para aquilo que um músico angolano poderá fazer no Brasil, será sempre um nicho. (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

As demais estações de rádio públicas são:

i) a MEC FM do Rio de Janeiro (cuja programação consiste em 90% de música clássica e de câmara);

ii) a MEC AM do Rio de Janeiro (uma estação educativa-cultural mais experimental, voltada para os conteúdos colaborativos e para a difusão da música popular brasileira);

iii) a Nacional do Rio de Janeiro AM (focada na música popular e em formatos radiofónicos outrora populares, como o radio-teatro e as radionovelas);

iv) a Nacional do Alto do Solimões AM e FM (a mais recente das sete, fundada em 2006, e também a menos produtiva, com apenas sete horas de programação local semanal focada nos géneros jornalístico, musical, cultural e com uma missão local de manter a língua portuguesa em circulação, já que a sua proximidade fronteira com o Peru e a Colômbia minam a comunicação);

v) a Nacional da Amazônia AM (de âmbito local, focada na integração de zonas remotas da floresta amazónica, voltada para os géneros educativo, jornalístico, ficção e música popular local);

vi) e ainda a Nacional de Brasília AM, definida como “o Brasil e suas expressões nas ondas do rádio” (sítio da EBC) (voltada para o formato de utilidade pública, abordando temas genéricos como a saúde, a educação, a política, a economia, o meio ambiente, a cultura e o desporto; uma forte componente educativa também a caracteriza).

Perante esta listagem, concluímos que as únicas estações de carácter generalista na rádio pública brasileira são a Nacional de Brasília FM e a Nacional de Brasília AM – contudo, na última nota-se a ausência do género musical, o que implicaria a exclusão da música lusófona do nosso objeto de estudo, logo, estaríamos a excluir a componente mais sonora e radiofónica da cultura lusófona.

No ar desde 1976, foi a primeira rádio FM de Brasília e cobre todo o Distrito Federal. Sua programação musical é composta por MPB tradicional e contemporânea, samba, música instrumental, cultura independente e produção dos artistas de Brasília. A emissora também abre espaço para a música do mundo, dos países de língua portuguesa e da América Latina. A informação cidadã está em dois jornais e nos noticiários curtos, ao longo da programação.

Sempre presente nas coberturas, ao vivo e via satélite, de festivais de música e de cultura popular realizados em vários estados brasileiros, a Rádio Nacional FM apresenta os sons do Brasil para quem vive no coração do país. (sítio da EBC)

Assim, e apesar de a presente dissertação se focar nas representações mediáticas da cultura lusófona no meio rádio, pode admitir-se à partida que a presença da cultura portuguesa na generalidade dos média brasileiros é reduzida, apenas com base numa observação exploratória e em algumas entrevistas. Note-se o caso da imprensa: um levantamento comparativo das notícias sobre Portugal na imprensa brasileira, e sobre o Brasil na imprensa portuguesa, realizado em junho de 1999, demonstrou que, independentemente da sua natureza ou temática, foram encontradas, na imprensa portuguesa, mais do dobro do número de notícias sobre o Brasil do que na imprensa brasileira sobre Portugal¹⁵⁵ (Chaparro, 1999). Na verdade, este desinteresse parece ter-se universalizado, isto é, não parece ser exclusivo do espaço português ou lusófono. Poderá ser observado que o Brasil, na rádio pública, não cultiva o interesse pela cultura do *Outro*.

Este argumento leva-nos ao levantamento da hipótese de que, hoje em dia, no Brasil, parece ser a internet o principal veículo de conhecimento sobre países exteriores a ele próprio. E porque a internet apenas alcança cerca de 58% da população¹⁵⁶, conteúdos culturais de países estrangeiros estão reservados a uma elite da sociedade brasileira. Apesar de o fator linguístico se assumir como um facilitador da compreensão e do estímulo ao interesse por produtos culturais dos países de expressão em língua portuguesa, os Estados Unidos lideram a lista dos sítios com maior número de visitas provenientes do Brasil: sete dos 10 sítios com mais acessos são norte-americanos, sendo os restantes três brasileiros (Neres, 2015). Este facto parece-nos uma consequência do facto de que “na realidade quotidiana brasileira, o mítico é mais eficaz do que o político” (Sodré, 1991, p. 8), ou seja, o Brasil moderno caracteriza-se pelo paradoxo entre país real e o país simulado: entre o que o país é e o que o país imagina.

Concluindo, a internet e a concentração de webrádios¹⁵⁷ – se permanecerem no éter digital de forma consistente e não intermitentemente, como parece ser a norma – poderão assumir-se

155 No estudo mencionado por Chaparro (1999) foram considerados para análise de conteúdo apenas os jornais brasileiros *A Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo* e os jornais portugueses *Público* e *Diário de Notícias*.

156 Dados da 11ª edição do estudo TIC Domicílios, edição de 2015 (CETIC, 2016).

157 Apesar de as webrádios e o meio digital extrapolarem o âmbito desta tese, é de referir o programa de rádio *online Lusofalante*: um programa de rádio armazenado num servidor Blogspot que reúne entrevistas e músicas com artistas dos vários países lusófonos. O programa divide-se em

no contexto do meio rádio como a solução para esta falta de atualização das referências culturais de Portugal no Brasil. Ainda assim, o pensamento latente na concretização do presente trabalho é de que a transmissão dos símbolos presentes da cultura contemporânea portuguesa se enquadra na missão de universalidade, pluralidade e excelência da missão do serviço público – sendo, por isso, mais desejável (e provável) encontrar na rádio pública o enquadramento cultural correto da cultura portuguesa, assim como uma abertura mais premente da rádio pública à Lusofonia. De seguida, verificamos empiricamente se a rádio pública brasileira, enquanto indústria cultural, oferece um olhar sobre a Lusofonia que se caracterize pelos princípios da relevância, atualidade e coerência para com a sua missão. Com o intuito de desenvolver uma reflexão menos generalista e mais focada, introduzimos agora as unidades de análise centrais deste trabalho: o programa *Tanto Mar*, na rádio pública brasileira, e na secção seguinte o programa *Vozes da Lusofonia*, na rádio pública portuguesa.

O programa *Tanto Mar* na Rádio Nacional de Brasília

Tanto Mar é um programa musical, que pretende construir uma representação atual e atualizada da música contemporânea dos países de língua oficial portuguesa. O programa é transmitido aos domingos, entre as 18h e as 19h, na Rádio Nacional FM de Brasília, com produção e apresentação da radialista Jussara Mendonça¹⁵⁸ e sonoplastia do sonorizador Gabriel Pinheiro. Em relação ao seu enquadramento na grelha de programação da estação, o programa é antecedido por *Claquete* (programa musical sobre bandas sonoras de filmes nacionais e estrangeiros) e precedido de *Momento de Jazz* (programa musical sobre novidades do mundo do jazz).

Tanto Mar é constituído maioritariamente por canções (em média 90% do tempo total do programa, ou seja, cerca de 50 minutos) e minoritariamente por conteúdos informativos sobre o artista, o disco e/ou o género musical em questão (cerca de 10% do tempo do programa). Posiciona-se como “o programa [que] destaca a música e a cultura dos países de língua

doze entrevistas de 30 minutos. O *Lusofalante* recebeu o Prémio Roquette-Pinto da Arpub (Associação de Rádios Públicas do Brasil). Este programa é disponibilizado para *download* de forma gratuita a rádios públicas e entidades sem fins lucrativos.

158 Consultar Anexo 6 para a transcrição da entrevista a Jussara Mendonça, produtora e realizadora do programa *Tanto Mar* (EBC), realizada a 30 de agosto de 2014.

portuguesa” (sítio da EBC). Não existe, na grelha da Rádio Nacional FM de Brasília (a estação de rádio que tem o cariz mais generalista entre as nove emissoras da EBC) outro programa dedicado à cultura lusófona. O seu título, *Tanto Mar*, remete para uma canção da autoria de Chico Buarque sobre a revolução democrática portuguesa de 25 de abril. Esta canção tem duas versões, a original de 1975 (vetada pela censura da ditadura militar no Brasil), positiva e otimista quanto ao futuro de uma nação que se liberta da opressão da ditadura, e uma outra versão de 1978 já desencantada com o Portugal pós-revolução¹⁵⁹.

Em termos comparativos, o modelo equitativo ao *Tanto Mar* é o programa *Vozes da Lusofonia*, um programa cultural de entrevista, posicionando-se no seu sítio na internet e nas redes sociais como focado no género música do mundo (*world music*). É apresentado pelo radialista Edgar Canelas, transmitido aos domingos às 9 horas, com repetição na madrugada de 6^a feira, à 1 hora na Antena 1 e às 3 horas na RDP África. O seu objeto temático é o conjunto dos acontecimentos culturais provenientes de países de expressão em língua portuguesa que têm lugar em Portugal. Então, apesar das notadas semelhanças em termos de posicionamento estratégico na estação de rádio em que são transmitidos, em termos de moldes de produção os programas são bastante distintos entre si. O programa *Vozes da Lusofonia* é um programa de maior foco na palavra, enquanto que o programa *Tanto Mar* apresenta maior incidência na música. Na secção seguinte detemo-nos mais demoradamente na análise quantitativa ao *Vozes da Lusofonia* e abordaremos alguns ângulos de comparação direta entre os dois.

Historicamente, a Rádio Nacional FM de Brasília iniciou a sua atividade imbuída de uma missão muito exigente: assegurar a comunicação aos candangos que desembarcavam de todas as partes do país para construir a cidade de Brasília nos anos 50. A rádio, então designada por Radiobrás, foi iniciada dois anos antes de Juscelino Kubitschek declarar a cidade como inaugurada – emite desde 1976 e foi a primeira rádio de Brasília a transmitir em FM, cobrindo todo o Distrito Federal. A estação foca-se na produção musical brasileira, com noticiários de hora em hora de

159 “Sei que estás em festa, pá/ Fico contente/ E enquanto estou ausente/ Guarda um cravo para mim/ Eu queria estar na festa, pá/ Com a tua gente/ E colher pessoalmente/ Uma flor do teu jardim/ Sei que há léguas a nos separar/ Tanto mar, tanto mar/ Sei também quanto é preciso, pá/ Navegar, navegar/ Lá faz primavera, pá/ Cá estou doente/ Manda urgentemente/ Algum cheirinho de alecrim.” (Buarque, 1975); “Foi bonita a festa, pá/ Fiquei contente/ E inda guardo, renitente/ Um velho cravo para mim/ Já murcharam tua festa, pá/ Mas certamente/ Esqueceram uma semente/ Nalgum canto do jardim/ Sei que há léguas a nos separar/ Tanto mar, tanto mar/ Sei também quanto é preciso, pá/ Navegar, navegar/ Canta a primavera, pá/ Cá estou carente/ Manda novamente/ Algum cheirinho de alecrim.” (Buarque, 1978).

cerca de cinco minutos: “A informação cidadã está em dois jornais e nos noticiários curtos, ao longo da programação” (sítio da EBC).

Encontramos nesta estação os géneros musicais da MPB tradicional e contemporânea, o samba, a música instrumental, a música independente e ainda produções por parte de artistas locais, nomeadamente da região de Brasília. No seu sítio na internet, na categoria “Sobre”, é feita ainda referência ao género musical: “A emissora também abre espaço para a música do mundo, dos países de língua portuguesa e da América Latina”. Sendo este o único programa da estação, e da própria EBC, focado na música em língua portuguesa, conclui-se que o *Tanto Mar* é, teoricamente, um dos programas estratégicos da estação, já que lhe é feita uma referência específica na enunciação das características demarcadoras da estação. Este argumento é corroborado pelo próprio coordenador de programação da Nacional de Brasília:

Nossa obrigação como país lusófono é abrir esse espaço para a música portuguesa. Eu nunca tinha visto uma emissora dedicar um programa à música lusófona. Foi critério editorial mesmo, no nosso leque musical decidimos criar o *Tanto Mar*. No Brasil, culturalmente e tradicionalmente, somos ligados à língua portuguesa, mas somos isolados, sobretudo na música, devido à tradição da rádio. Eu acho que isso vem de longe, se bem que ultimamente tem havido uma inversão dessa tendência: quem tem a missão de quebrar ela somos nós, EBC. (Senna, 2014, entrevista pessoal)

A missão do serviço público de ser culturalmente mais representativo na rádio é destacada pelo dirigente da estação. Contudo, o facto de o programa ser remetido para o fim de semana, período tradicionalmente de menor audiência, evidencia que não se trata de um conteúdo estratégico na programação das rádios, mas sim de um conteúdo complementar à missão de serviço público, ao contrário do que foi referido por Senna. A hora de transmissão do programa parece-nos ser um horário pouco relevante, de acordo com os hábitos de escuta ao fim de semana, mas para a apresentadora, trata-se de um elemento positivo. Sem grandes conhecimentos ao nível do marketing estratégico e dos estudos de audiência do meio rádio, Mendonça (2014, entrevista pessoal) acredita que o fim de tarde é um período favorável à escuta. Refere também que o programa é retransmitido noutras estações da EBC, como a Rádio Nacional AM de Brasília (emitido ao sábado às 6 horas) e ainda nas rádios MEC AM e FM do Rio de Janeiro (quarta-feira às 18

horas). Além disso, parece satisfazer-se com o facto de o *Tanto Mar* ser ainda veiculado em formato de “programete” (rubrica) nos programas da manhã e da noite da Rádio Nacional FM de Brasília, de segunda a sexta, às 12h45 e 21h45. Esta rubrica diária é também de sua produção e consiste apenas na transmissão de uma das músicas que será incluída no alinhamento do programa de domingo, seguido de um *teaser*, feito pelo locutor do painel em curso, que remete para o horário de transmissão dominical. Até 2017, a sua transmissão acontecia nos dias úteis às 08h15 e 22h30, ou seja, no programa da manhã e no programa da noite. Tendo em conta que a manhã constitui o horário nobre da rádio, julgamos que a sua transferência para o horário das 12h45 constitui uma despromoção.

Cada emissão do *Tanto Mar* é dedicada a um artista lusófono e/ou a um disco de um artista lusófono, ou de um conjunto de artistas lusófonos. Assim, durante uma hora, a realizadora revisita sonoramente a música lusófona de um determinado país, pela mão de um artista e/ou de um álbum destacados. Trata-se de um programa de autor¹⁶⁰, com liberdade de criação e autonomia de produção. Dado que a realizadora deste programa é uma melómana que considera que a palavra é desencorajadora da escuta, é dado um enorme privilégio à música: cerca de 90% do programa é composto por música, apresentando, em média, entre 8% e 10% de narração. Na verdade, a palavra surge maioritariamente para dar nome às canções e seus intérpretes. Em média, um programa de 58 minutos apresenta cerca de quatro a cinco minutos de *voz-off* e mais de 50 minutos de música, perfazendo cerca de 12 a 14 canções por programa.

A observação não-participante (processo de escuta crítica do programa) desenrolou-se em duas fases. A primeira, de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2014, em que foram transmitidas 50 edições do programa *Tanto Mar*. Dessas 50 edições, 37¹⁶¹ foram alvo de observação não-participante através da escuta do programa *online* no sítio na internet da EBC, consistindo numa amostra de 74% do universo relativo ao ano de 2014. Das 50 edições, três foram identificadas

160 Um programa de autor consiste num modelo de programação de exclusiva responsabilidade do profissional que o produz, sem intervenção de terceiros, em que o realizador de rádio assume um papel interventivo e preponderante na definição do programa. O culto do programa de autor começou a desaparecer no final dos anos 90, na sequência de estudos de mercado que comprovaram os níveis de audiência para cada hora do dia, permitindo a segmentação do ouvinte de acordo com os conteúdos que geravam mais agradabilidade e reduziam o fator risco (Cordeiro, 2004).

161 Foram analisadas apenas 37 edições das 50 transmitidas durante o ano de 2014 por impossibilidade real de proceder ao processo de escuta em direto através de *live streaming*. A inexistência do programa em formato *podcast* e a sua indisponibilidade em áudio no sítio da EBC incapacitou o acesso a toda a amostra do período de tempo determinado para análise.

como repetição de um programa anterior¹⁶². Já a segunda fase decorreu entre 1 de janeiro de 2015 e 30 de junho de 2017 e contemplou 48 edições, perfazendo um total de 85 edições analisadas. Se na primeira fase, o processo de escuta dos programas foi realizado em direto a partir do sítio da Nacional FM, em *live streaming*, já na segunda fase o acesso decorreu por intermédio da produtora e apresentadora do programa, que nos foi disponibilizando por correio eletrónico as edições mais recentes do programa.

Então de acordo com a observação e decorrente análise qualitativa, os temas mais abordados são:

- i) dados biográficos do intérprete e dos instrumentistas convidados;
- ii) dados sobre o disco em destaque, nomeadamente sobre o estúdio de gravação, a data de lançamento, a editora discográfica e os profissionais envolvidos;
- iii) influências musicais do artista em destaque;
- iv) dados históricos e/ou geográficos sobre o país de origem do artista em destaque;
- v) línguas faladas no disco;
- vi) referências ao período temporal ou festivo durante o qual o programa é emitido (exemplo: Carnaval).

O programa é direcionado a um público mais literado (parece ser, aliás, esse o perfil da audiência das estações públicas de rádio no Brasil), por isso, os critérios da seleção musical procuram não incluir música de cariz popular, mas sim mais elitizada, mais ligada ao movimento intelectual, como música de intervenção, a nova geração do fado português e cantautores da história da música portuguesa. Tendo por base as entrevistas pessoais realizadas em março e agosto de 2014 nas instalações da EBC em Brasília, a autora reitera que o seu critério de seleção responde à classificação genérica de música contemporânea lusófona. Todavia, ainda que o privilégio seja dado à música de um *background* mais erudito, outros géneros musicais mais populares também podem surgir no programa, quando associados a artistas mais próximos desta camada artística. Aliás, Mendonça (2014, entrevista pessoal) admite privilegiar intérpretes que tenham desenvolvido coproduções musicais com artistas brasileiros.

162 Nos períodos de férias e folgas da apresentadora, é repetida uma edição anterior do programa, com indicação da data da emissão original.

Outro dos critérios de seleção musical de *Tanto Mar* é a acessibilidade dos produtos musicais lusófonos. Aqui levanta-se uma questão mercadológica de distribuição da indústria cultural da música lusófona. Segundo Mendonça (2014, entrevista pessoal), é difícil aceder no Brasil a discos de artistas do espaço lusófono, tanto portugueses como africanos (timorenses será mesmo impossível). Por isso, a apresentadora viaja anualmente para Portugal para adquirir material discográfico nas lojas de discos lisboetas, nomeadamente na Carbono, Louis Louis e Flur¹⁶³. Os discos que adquire nestas lojas são selecionados com base no conhecimento da produtora do programa e ainda nas recomendações dos funcionários destas lojas. Há também referência ao ex-embaixador de Portugal e ao jornalista Carlos Fino como atores sociais relevantes no contacto com outras fontes de conhecimento sobre música portuguesa.

Este detalhe relativo ao critério de seleção musical em *Tanto Mar* demonstra o carácter quase amador da recolha de produtos musicais para inclusão na grelha de programação. Concluimos que há pouca consciência profissional quanto aos moldes de produção do programa, já que, por um lado, há a preocupação de fazer uma seleção musical que não seja popularesca, mas por outro, expressões pouco técnicas, tais como “hoje conto uma historinha dos artistas” (Mendonça, 2014, entrevista pessoal) pautam o discurso da autora do programa. De uma espontaneidade digna da paixão pelo tema e pelo meio, sublinhamos o cunho pessoal que é colocado na elaboração deste programa. Para além de ser assumidamente um programa de autor, a produtora admite: “eu toco o que eu gosto” (Mendonça, 2014, entrevista pessoal). Apesar de considerarmos que estes moldes de produção se aproximam do amadorismo – por não haver ainda uma estratégia definida para o programa, apenas uma linha definidora de estilo que dirige a seleção de conteúdos –, o coordenador da estação não concorda, acreditando que a experiência da produtora e as suas viagens recorrentes a Portugal para se documentar são um fator de confiança.

Apesar de o programa visar a amplitude lata da cultura lusófona, a sua configuração estrutural é eminentemente musical. É dado maior enfoque à música portuguesa, logo seguida da cabo-verdiana. Quantitativamente, a música portuguesa ocupou durante o período de análise cerca

163 Estas viagens anuais de Jussara Mendonça não são financiadas pela EBC, nem acontecem com recurso a fundos provenientes de qualquer entidade. O financiamento é exclusivamente pessoal.

de 72% das emissões do *Tanto Mar* que foram alvo de análise. Esta hegemonia é seguida por Cabo Verde, em segundo lugar, que esteve presente em 16,5% dos programas; seguem-se Angola (5%), Guiné-Bissau (3,5%) e o próprio Brasil (2%), país que, não sendo o alvo primário deste programa, está muitas vezes presente através de coproduções musicais entre artistas brasileiros e outros artistas lusófonos (ver secção seguinte para pormenorizar o tema das coproduções musicais). A um nível mais residual encontra-se Moçambique (1%) e totalmente ausentes do foco do *Tanto Mar* estão São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. Para efeitos de análise comparativa entre os modelos da EBC e da RTP, regressaremos a estes dados na secção dedicada ao programa *Vozes da Lusofonia*, o congénere português do *Tanto Mar*.

Concluimos, portanto, que na rádio pública brasileira o espaço da Lusofonia se encontra confinado praticamente a Portugal e Cabo-Verde. Constatámos também a total ausência dos países de língua portuguesa São Tomé e Príncipe e Timor-Leste e das regiões lusófonas Macau, Goa, Malaca e Galiza, entre outras. Angola ainda apresenta algum interesse, mas outros países com peso no espaço lusófono, como Moçambique, apresentam-se no programa de forma residual. A explicação para estas ausências e para a predominância portuguesa e cabo-verdiana centra-se na dificuldade de acesso a recursos dos outros países lusófonos e à própria *expertise* da produtora, que pauta o programa de acordo com a sua experiência e conhecimentos musicais (Mendonça, 2014, entrevista pessoal). Assim, concluimos que, sendo as fontes de carácter pessoal, e tratando-se de um programa de autor, a rádio pública brasileira transmite uma perspetiva individual, num tom quase confessional, do que é a cultura lusófona através do programa *Tanto Mar*. A Lusofonia passa, portanto, ao sabor das ondas hertzianas no Brasil, através da lente caleidoscópica de um único elemento que nela intervém.

Ainda que admitamos o enviesamento desta perspetiva da cultura lusófona – a da autora do programa –, a própria radialista afirma que um dos objetivos do *Tanto Mar* é divulgar a música portuguesa sem recorrer aos estereótipos ligados a Portugal, já que acredita que há uma predisposição do mercado para reduzir a música portuguesa ao género do fado: “Eu toco fado, mas não só... é que todo o mundo tem a mania de associar Portugal só ao fado” (Mendonça, 2014, entrevista pessoal). Apesar de cada programa ser dedicado a um só autor ou compositor,

a produtora procura incluir outros artistas que interpretem parte da obra do autor homenageado, de forma a excluir a sensação de repetição.

A sonoplastia das edições do *Tanto Mar* é de carácter simples e direto, baseada em simples montagem e edição. Em termos de utilização de recursos sonoros, resumem-se a uma base instrumental de guitarra portuguesa nos *voice-tracks*¹⁶⁴, ou seja, quando a apresentadora intevém. Ocorre com frequência um *fade out* e *fade in* entre canções sem existência de *voice-track* ou, até, um segundo de branca quando as canções terminam em *cut*, mais raro (mas também acontece) haver um *cross fade* entre canções. É frequente a utilização de apenas um tipo de *jingle* por cada edição de programa, normalmente indicando o nome do programa mais uma frase descritiva utilizando as mesmas formas sintáticas (exemplos: “Tanto Mar e o som de”; “Tanto Mar e o canto de”; “Tanto Mar e a voz de”; “Tanto Mar e a atmosfera musical de”; “Tanto Mar com”; “a música da comunidade dos países de língua portuguesa”; “destaque do Tanto Mar de hoje”).

Tal como já foi brevemente referido, o guião é simplista e mais recorrentemente composto por informações descritivas dos conteúdos do programa, como o nome das canções, o nome dos intérpretes e compositores, os artistas que colaboram no álbum visado; e menos recorrentemente, por notas biográficas sobre os artistas, uma contextualização do álbum destacado e/ou informações gerais sobre o país de origem do artista escolhido. Em relação ao estilo de comunicação, o tom de voz da apresentadora (no contexto brasileiro pautado pela informalidade) é marcado por alguma formalidade, com poucas marcas de oralidade e recurso frequente a factos. Ainda na senda dos conteúdos, há sempre referências à música ou músicas que tocaram anteriormente (*backsell*) e às que tocam de seguida (*frontsell*). O programa termina com a ficha técnica, mencionando a produtora, apresentadora, autora e o sonoplasta.

Ainda que as redes sociais e as aplicações multiplataforma de mensagens instantâneas tenham uma imensa popularidade no Brasil, estas TIC não são visadas nas rotinas de produção do programa *Tanto Mar*. A internet não parece ser uma fonte de conhecimento relevante, já que são privilegiadas as viagens a Portugal e o contacto direto com as lojas de discos portuguesas para obtenção de informação e conteúdos musicais. O facto de a tradição da estação, tal como é referido numa das páginas do seu sítio na internet, ainda é assumir-se como uma “rádio de carro”

164 Um *voice-track* é uma intervenção de voz que poderá acontecer em direto ou poderá ter sido previamente gravada.

(sítio da EBC) poderá explicar a ausência de estímulo à utilização das TIC por parte da direção da estação. O contacto com os ouvintes também não é frequente nem procurado.

Descrito, na sua essência, o programa, concluímos que coordenadores e gerentes consideram de interesse estratégico para a estação a existência de programas sobre cultura lusófona na emissora pública. No entanto, não sabem responder quando questionados sobre a relevância para o auditório e o público-alvo da estação, já que as audiências da EBC não puderam ser partilhadas. Contudo, em termos globais, sabemos que as audiências da Rádio Nacional de Brasília rondam um singelo ponto percentual (1%), sendo muito reduzido o seu impacto no público brasileiro a nível nacional (Mustafá, 2015).

Na secção seguinte, avançaremos para uma análise das estações e rádios que compõem o serviço público de rádio em Portugal e perscrutaremos semelhanças e diferenças entre os programas *Tanto Mar* e o seu equivalente *Vozes da Lusofonia*.

Expressão lusófona na rádio pública portuguesa: mapeamento em Portugal

O caso da Antena 1

A Antena 1 é a estação de rádio generalista da RTP e trata-se do principal canal da rádio pública. Sem que essa obrigação se encontre firmada no contrato de concessão, é à Antena 1 que é exigido um maior grau de cumprimento do contrato de concessão de serviço público. Reconhece-se que tem um carácter pluritemático, baseado na diversidade e numa lente amplificada para as camadas regional e local. A sua programação encontra-se repartida entre informação e entretenimento, ampliando os seus conteúdos programáticos aos domínios da música, do desporto e das manifestações culturais. À Antena 1 é ainda requisitado um olhar atento a intérpretes e compositores consagrados ou revelações da música portuguesa (ainda que a tarefa de divulgação da nova música portuguesa esteja sobretudo entregue à Antena 3), e à divulgação de produtos culturais em língua portuguesa.

Uma rádio generalista pressupõe a existência, na sua programação, de uma variedade considerável de formatos radiofónicos. Uma das principais conclusões a que chegámos, após análise enquadrada da presença dos macrogéneros na grelha de programação da Antena 1, é que a categoria música se assume como o género radiofónico mais expressivo. O peso dos subgéneros

radiofónicos de índole musical (programa de música, música de continuidade e concerto) na totalidade da programação da Antena 1 é de 38,5% (ERC, 2015), destacando-se o subgénero música de continuidade, com perto de um quarto do tempo total de emissão das grelhas (24,7%). Durante o ano de 2015 foram transmitidas 32.218 canções, correspondendo a cerca de duas mil horas deste tipo de conteúdo. Os programas de música representam quase 12% da totalidade da programação da Antena 1 e são uma das imagens de marca da estação. Neste subgénero contam-se programas de autor históricos e icónicos da estação generalista, como é o caso de “Se as Canções Falassem”, de Miguel Esteves Cardoso, “David Ferreira a Contar”, de David Ferreira, e “5 Minutos de Jazz”, de José Duarte – o programa diário mais antigo da rádio portuguesa, emitido pela primeira vez a 21 de fevereiro de 1966, produzido na Antena 1 desde 1993.

O segundo género de maior peso na programação da Antena 1 são os noticiários (15,1%), correspondendo o terceiro lugar, como já referido, a mais uma subcategoria do género musical (programas de música, 12%). Nas seguintes posições no *ranking* de maior peso na grelha destacamos o género ciências e humanidades em quarto lugar (8,4%), transmissão desportiva em quinto lugar (6,6%), magazine informativo na sexta posição (3,7%), debate/entrevista em sétimo (3,5%), em oitavo o boletim meteorológico (2,6%), em nono lugares, ex-aequo, os géneros antena aberta e informação desportiva (2,5%) e em décimo lugar o género religioso (2,2%). A partir destas 10 posições, a presença dos restantes géneros é abaixo dos 2%, logo, consideramos que detêm uma presença de carácter residual. Para efeitos de análise, consideramos como uma presença de ordem esporádica um género radiofónico cuja ocupação da grelha de programação se nivele abaixo dos 5%. Por conseguinte, concluímos que apenas os macrogéneros musical, informativo, cultural e desportivo obtêm uma amplitude alargada na grelha de programação da Antena 1, com o entretenimento, o religioso e o institucional em segundo plano. Esta distribuição é surpreendente ao nível do entretenimento e ajuda-nos a concluir que, quando retiramos o elemento “música” do macrogénero entretenimento e o analisamos como uma categoria autónoma (ou, no caso dos programas de música, como uma categoria cultural), verificamos que existem poucos programas ou rubricas na programação cuja função será apenas entreter.

A música, a par com o desporto¹⁶⁵ e a informação (nomeadamente a informação parlamentar), parecem ser os eixos centrais da programação da Antena 1. As linhas de orientação estabelecidas anualmente pelo CGI (2015) têm reforçado, nos últimos dois anos, que os géneros radiofónicos cultural/conhecimento, desporto (designadamente outras modalidades além do futebol) e programação para jovens devem assumir um peso mais preponderante nas grelhas de programação dos três canais de serviço público. Também foi aconselhada à nova administração da RTP (que entrou em funções em 2015) uma aposta na programação infantil, nomeadamente uma proposta de “serviços informativos pensados especialmente para segmentos jovens” (CGI, 2015, p. 6). O apelo do CGI resultou no projeto *Zig Zag*, uma webrádio exclusivamente curada para apresentar uma programação infanto-juvenil de serviço público, cuja presença quase não tem concorrência no mercado radiofónico português¹⁶⁶. Há ainda lugar para destacar objetivos de crescimento nas plataformas digitais, bem como na “informação de proximidade”, isto é, notícias de carácter regional e local, numa abordagem que se acerca dos cidadãos com conteúdos relevantes para o seu quotidiano.

Uma das mais profícuas iniciativas de renovação da RTP, encetada pela nova administração assim que tomou posse, foi a reconstrução de arquivo e de memória, através da renovação do canal RTP Memória e da disponibilização e da abertura ao público, de forma gratuita, do arquivo de rádio e televisão da RTP¹⁶⁷. A RTP, em cumprimento do disposto no CCSPT (2015) para os

165 Mencionamos aqui desporto, mas na verdade deveríamos referir-nos apenas ao futebol. Em 2015, o próprio CGI recomendou, no seu relatório de atividade, que a estação de televisão pública apostasse na "diversidade da programação", designadamente através da aposta em "outras modalidades para além do futebol". Esta orientação surge depois de a administração da RTP ter passado, em novembro de 2014, por uma polémica que envolveu a aquisição, pelo canal público, dos direitos de transmissão televisiva da Liga dos Campeões para as seguintes três épocas desportivas. Nunca foram divulgados os valores oficiais da oferta, que terá rondado um valor próximo do intervalo 15-18 milhões de euros. Alberto da Ponte, na época presidente do conselho de administração da RTP, sustentou que seria uma aposta rentável para a televisão pública.

166 Além da Rádio *Zig Zag*, registamos apenas uma outra iniciativa de rádio produzida exclusivamente para crianças atualmente em curso. A Rádio Miúdos, fundada em novembro de 2015, dirige-se a um público entre os zero e os doze anos. Trata-se de uma webrádio, com uma programação a funcionar 24 horas por dia *online*. A ideia inicial seria a de criar uma rádio em FM; contudo, os custos financeiros avultados e a morosidade do processo transformaram o projeto numa rádio a operar exclusivamente na internet. Trata-se de uma rádio educativa e musical, cuja *playlist* inclui sobretudo música portuguesa dos géneros pop, rock, fado e música tradicional, assim como música em crioulo e português do Brasil, de forma a atingir públicos infantis nos PALOP e Brasil. Além da música, a rádio insere também nos seus conteúdos géneros ligados ao *storytelling*, como histórias, contos, passatempos interativos e entrevistas. Destacamos em particular o trabalho que é realizado com e para a diáspora, já que às sextas-feiras é emitida uma entrevista com um português que resida no estrangeiro, estratégia usada para obter audiência junto da diáspora, de forma a cumprir um dos objetivos da webrádio com sede no Bombarral: manter a ligação das crianças portuguesas que vivem no estrangeiro à língua e cultura portuguesas. Macau, Alemanha, França, Reino Unido, Dinamarca, Estados Unidos, Brasil, Austrália e até as Ilhas Caimão são alguns dos pontos de escuta desta webrádio (Milagres citado em Morais, 2016).

167 A 7 de março de 2017, dia em que se comemoraram 60 anos da fundação da RTP e do meio televisivo em Portugal, a empresa pública de comunicação abriu, pela primeira vez, o seu arquivo audiovisual para livre acesso do público. A plataforma "RTP Arquivos" (arquivos.rtp.pt) proporciona acesso gratuito a mais de 6500 registos de som e vídeo do arquivo da RTP. O património audiovisual da RTP era de acesso exclusivo do grupo público de rádio e televisão e passou, a partir desta data, a estar acessível a todos através da internet. O acervo congrega diferentes suportes e formatos e uma grande diversidade de conteúdos, devidamente catalogados e contextualizados: informação, desporto, entretenimento,

setores da inovação tecnológica e de conteúdos multimédia, disponibiliza um portal – o RTP Play – a partir do qual é possível ao utilizador aceder às emissões em direto das três estações de rádio do FM (Antenas 1, 2 e 3) e das restantes 10 webrádios: Antena 1 Madeira, Antena 1 Açores, Antena 3 Madeira, Antena 1 Memória, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera, Rádio Lusitânia, RDP Internacional e RDP África. O mesmo portal, através de acesso *on demand*⁶⁸, permite ao utilizador ouvir a quase totalidade dos programas emitidos na rádio, a partir de pesquisa alfabética, que são armazenados num arquivo de memória sonora, acessível a todos de forma gratuita. Estando acessíveis através do RTP Play, alguns programas podem também ser consultados em versão *podcast* passível de subscrição nas aplicações iTunes, Android ou RSS.

Além de contribuir para a perpetuação da memória dos acontecimentos através do arquivo RTP Play, também o portal RTP Ensina, numa vertente educativa, contribui para a missão de serviço público de mobilização do conhecimento através da disponibilização de conteúdos relativos a diversos temas das ciências exatas e humanas: Artes, Ciência, Cidadania, Educação para os Média, Filosofia, História e Língua Portuguesa. Quanto a conteúdos destinados à difusão em multiplataforma, a emissão em direto é disponibilizada no sítio da Antena 1, assim como espaços específicos dedicados a conteúdos informativos e desportivos da atualidade, e ainda referências a programas ou eventos apoiados pela Antena 1, como é o caso do Festival Caixa Ribeira, dedicado ao fado.

Já no esclarecemos previamente: a grande unidade de análise da presente tese consiste na música lusófona com *airplay* na rádio pública, tendo em conta as características sonoras do meio radiofónico e as do próprio serviço público de rádio que, como vimos, privilegia o macrogénero musical. Por essa razão, e porque a divulgação da música portuguesa consiste num dos grandes pilares do CCSPRT, regressamos ao tema das quotas de música portuguesa para analisar a sua aplicação na estação generalista da RTP. Para o diretor da Antena 1, Rui Pêgo, o esquema de produção a ter em conta para as quotas previstas na legislação deve ser o da

ficção, documentário e institucional, entre outros. O serviço RTP Arquivos persistirá como uma plataforma dinâmica, usufruindo de permanente actualização.

168 O acesso *on demand*, isto é, por encomenda e a pedido do utilizador, ativa a relação entre o meio e o seu público, já que este deve seleccionar os conteúdos para visualizar no momento, a partir de uma lista disponibilizada pelo fornecedor do serviço multimédia. De certa forma, este tipo de serviço ativa o consumidor “prosumer” (Toffler, 1980) ou “profusor”.

(...) música portuguesa produzida em Portugal – muitas vezes cantada em inglês, essa não é a questão, porque a matriz é portuguesa (...); a língua é importante, mas não é o veículo essencial, muito mais essencial é a nossa identidade cultural, e essa eu posso dizê-la em inglês, francês ou qualquer outra língua. (2016, entrevista pessoal)

Para esclarecer esta categorização musical, regressamos então ao artigo da Lei da Rádio que estabelece as quotas de música portuguesa (art. 41º, nº 2) e que diz respeito à difusão de música portuguesa na RTP:

(...) consideram-se música portuguesa as composições musicais:

- a) Que veiculem a língua portuguesa ou reflitam o património cultural português, inspirando-se, nomeadamente, nas suas tradições, ambientes ou sonoridades características, seja qual for a nacionalidade dos seus autores ou intérpretes; ou
- b) Que, não veiculando a língua portuguesa por razões associadas à natureza dos géneros musicais praticados, representem uma contribuição para a cultura portuguesa.

A Lei da Rádio, como toda a legislação, é passível de interpretação. O que subentendemos da primeira alínea deste artigo é que a música dos países lusófonos, desde que cantada em português, faz parte da quota de música portuguesa veiculada na Antena 1, ainda que não exista uma quota de música referente aos países lusófonos. Por música portuguesa entende-se canções cantadas em língua portuguesa, independentemente da origem dos artistas que a compõem e/ou interpretam ou canções escritas noutros idiomas, mas que sejam capazes de atribuir um valor acrescentado à cultura portuguesa.

Não existindo uma separação ontológica na Lei da Rádio entre música em língua portuguesa produzida por artistas portugueses e música em língua portuguesa interpretada por artistas lusófonos, de acordo com uma entrevista pessoal ao programador musical da RTP, “a Antena 1 passa cerca de 89% de música portuguesa – Lusofonia incluída –, sendo que a maior percentagem pertence a artistas e bandas portuguesas: mais de 80% destas canções” (Ribeiro, 2017, entrevista pessoal). Num retrato percentual aproximado da origem das canções que predominam na *playlist* da Antena 1, verificamos que, num dia em que a programação não rompa a normalidade, 83% da lista musical é cantada em Português por artistas portugueses; 11% é cantada noutra língua por artistas de estrangeiros (Estados Unidos, Reino Unido, Itália, França e Espanha, entre outros); e

6% será então composta por músicas de artistas brasileiros ou dos restantes países lusófonos, e ainda por portugueses a cantar numa língua que não a portuguesa (Ribeiro, 2017, entrevista pessoal). Assim, concluímos que, apesar de a Lei da Rádio ser passível de uma interpretação que leva a que a música lusófona possa ser incluída nas quotas de música portuguesa, a seleção musical reflete um predomínio esmagador de artistas portugueses, extrapolando mesmo a quota a que a legislação obriga.

Estas percentagens referentes à presença da Lusofonia no género radiofónico de maior peso na programação da Antena 1 – a música – parece contradizer a posição da direção da empresa pública de comunicação, que reitera a afirmação de que “a Lusofonia é um conteúdo absolutamente estratégico para o serviço público” (Pêgo, 2016, entrevista pessoal). Esta premissa assenta num pensamento de valorização económica através da língua, isto é, na crença de que “a nossa única sobrevivência mundial é a língua” (Pêgo, 2016, entrevista pessoal). Esta arquitetura da promoção da portugalidade através da língua reflete-se até na estratégia para o digital, já que o pensamento estratégico da RTP se desenvolveu a partir das dificuldades de competir em ambiente digital com a língua inglesa. Por isso, pretende-se capitalizar o facto de existirem no mundo quase 300 milhões de falantes da língua portuguesa, acrescendo o facto de se tratar de uma forma de afirmação de uma identidade própria em tempos de globalização. Nesta linha estratégica, a música portuguesa dispõe de uma providência e dedicação na Antena 1 sem par na rádio em Portugal.

O serviço público deve afirmar-se como uma garantia da acessibilidade dos públicos a conteúdos de qualidade, e para isso, deve estar atento aos novos produtos da música portuguesa e apoiar a sua difusão (Gobern, 2016, entrevista pessoal; Pêgo, 2016, entrevista pessoal). No seguimento desta linha de pensamento, a Antena 1 tem estabelecido parcerias com empresas discográficas no âmbito do lançamento de discos de artistas portugueses, de forma a providenciar apoio à divulgação a artistas nacionais e também a corresponder às expectativas do público português que exige produtos mediáticos criados em Portugal. A parceria da Antena 1 com as empresas discográficas, com vista à divulgação de álbuns de música portuguesa, delineia um caminho de divulgação que percorre três etapas e se concretiza essencialmente em três fases de contrapartidas oferecidas pela estação. Primeiramente, o álbum é lançado com a marca “Disco

Antena 1” e é divulgado de forma antecipada, ou seja, é incluído na lista musical da Antena 1 antes da sua saída para o mercado de vendas. De seguida, é apresentado ao vivo no programa “Viva a Música”, programa do subgénero radiofónico “concerto”, da autoria de Armando Carvalhêda, emitido em direto todas as quintas-feiras à tarde a partir do Teatro da Luz, em Lisboa. Por fim, os artistas proporcionam uma entrevista específica sobre o disco ao programa *Vozes da Lusofonia*.

Este formato de promoção musical leva-nos a questionar este contrato de exclusividade (ainda que apenas na primeira semana de lançamento) do qual a Antena 1 beneficia quando ocorre o lançamento de um disco de um artista nacional, já que esta prática poderá, em parte, contrariar os princípios fundamentais de complementaridade do serviço público. É que um dos pressupostos base da missão de serviço público de comunicação é propiciar aos cidadãos a informação e o entretenimento que os meios privados preferem descurar por razões de lógica de mercado, isto é, porque não são rentáveis, porque não apresentam níveis significativos de audiência ou porque apelam a públicos minoritários.

E tendo presentes os princípios fundamentais de serviço público, será a presença da música lusófona na atual programação da Antena 1 um elemento contributivo efetivo para o cumprimento do atual Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio (2015), nomeadamente para uma programação diversificada, de qualidade, que educa e contribui para a valorização cultural dos seus contribuintes, diferenciadora face ao mercado audiovisual português, plural e inovadora?

Para responder a esta questão, que submerge de um dos grandes temas de fundo em análise no presente trabalho, pusemos em curso uma análise empírica assente em três métodos principais: observação não-participante, sobretudo escuta em direto e em formato *podcast* dos principais programas da Antena 1; entrevistas pessoais aos elementos da direção da Antena 1 (diretor, diretor adjunto e coordenador musical); e um inquérito *online* aos funcionários da Antena 1 vinculados aos departamentos de programação e realização de programas¹⁶⁹. Além desta

169 Tendo em conta que a nossa unidade de análise principal, no âmbito da cultura lusófona, é a música lusófona – nomeadamente a transmissão de música lusófona através de *playlist* e de programas de autor – optámos por deixar a redação da Antena 1 de fora deste questionário e apenas incluímos produtores, locutores e realizadores, considerando que estes serão os principais atores na abordagem à nossa unidade de análise, através da seleção e edição de programas de rádio com presença de produtos culturais do espaço lusófono.

metodologia de dimensão empírica, é essencial regressar à literatura, nomeadamente à legislação, para melhor entender o peso da música dos países lusófonos na rádio pública.

Para introduzir uma possível resposta à questão acima colocada, começemos por uma visão global. A representação da música na programação da Antena 1 apresenta algumas camadas de segmentação, isto é, “parece estar dividida em gavetas: há uma forte preocupação com a segmentação dos programas de autor, mas essa curadoria musical não trespassa para a restante programação da estação pública” (Gobern, 2016, entrevista pessoal). Aqui, o crítico musical e colaborador assaz perscrutador da Antena 1 define a lista musical como parte de um modelo aparentemente rígido, que poderá condenar a estação de rádio generalista da RTP a um centralismo da portugalidade na música, afastando-a da produção de um produto verdadeiramente eclético. As listas musicais são geralmente elaboradas a partir de resultados de estudos de mercado junto de públicos-tipo. Ora, esta ferramenta, que dificulta políticas de curadoria musical na rádio, massificou-se em Portugal ao longo da segunda metade da década de 1990 e tem criado uma separação efetiva entre programas de autor e *playlist*.

Se a lista musical da Antena 1, na qual se inclui o género “música de continuidade”, se caracteriza por uma marcada portugalização, investigamos de seguida (de forma a totalizar o macrogénero musical) a representação da Lusofonia nos géneros “programas de música” e “concerto”, que no modelo de implementação da estação correspondem a programas de autor. Um programa de autor consiste num modelo de programação em que os profissionais que o produzem dispõem de liberdade criativa para a sua execução, sem intervenção da direção de programas. Como vimos, o formato programa de autor começou a desaparecer com a crescente importância que os estudos de mercado adquiriram e a subsequente popularização do formato *playlist*. Contudo, nos últimos anos tem havido um crescente retorno ao formato do programa de autor na rádio pública, em particular na Antena 1 e Antena 2 (Canelas, 2016, entrevista pessoal). Sistematizamos nas fichas audiográficas seguintes a informação recolhida por observação relativa aos programas e rubricas musicais da Antena 1 que, direta ou indiretamente, envolvem o espaço lusófono.

Nome do programa	<i>A cena do ódio</i>	<i>Alma Lusa</i>	<i>Crónicas da Idade Média</i>	<i>O Povo que volta a cantar</i>	<i>Vozes da Lusofonia</i>	<i>Viva a Música</i>
Autoria	David Ferreira	Edgar Canelas	Ruben de Carvalho	Tiago Pereira	Edgar Canelas	Armando Carvalhêda
Produção	António Santos	Edgar Canelas	Iolanda Ferreira	António Santos	Edgar Canelas	Ana Sofia Carvalhêda
Género radiofónico	Programa de música	Programa de música/ Entrevista	Programa de música	Programa de música/ Documentário	Programa de música/ Entrevista	Programa de música/ Concerto
Frequência	Semanal	Semanal (duas reposições)	Semanal	Semanal	Semanal (duas reposições)	Semanal (uma reposição)
Horário	Domingo às 11h	2ª feira às 00h	3ª feira às 00h	Sábado às 06h	Domingo às 09h	5ª feira às 15h
Duração	50 minutos	2 horas	45 minutos	45 minutos	55 minutos	1 hora
Géneros musicais	Vários	Fado	Vários	Música popular portuguesa	Vários	Vários
Descrição <small>170</small>	<i>As melhores canções foram inspiradas pelos piores sentimentos.. . Todos os defeitos n" "A Cena do Ódio".</i>	<i>Uma grande viagem pelo Fado guiada pelos seus intérpretes e criadores. Da mais pura tradição aos novos caminhos a Canção Portuguesa pelo simples prazer de a ouvir.</i>	<i>São milhares os acontecimentos da História do século XX que estão directamente associados à música. Na Antena 1, descubra curiosidades sobre temas e gravações, compositores e intérpretes. Recorde entrevistas, sons de reportagem, concertos, verdadeiros tesouros documentais que marcam a sociedade contemporânea.</i>	<i>Vai ouvir uma nova geração de jovens, hoje cada vez mais preocupada com os instrumentos tradicionais, onde o repertório começa a mudar, sendo cada vez mais contemporâneo</i>	<i>A partir da Língua Portuguesa, abre-se um mundo de diversidade! Poetas, Músicos, Intérpretes sentam-se semana a semana à conversa com Edgar Canelas. Discos, carreiras, vida em torno da música.</i>	<i>Série com os concertos na Antena 1, um dos mais históricos programas da Rádio Pública. Mais de 20 anos, semanalmente, com música portuguesa ao vivo e em direto. A partir do Teatro da Luz, em Lisboa.</i>

Tabela 3: Fichas audiográficas de programas de música na Antena 1 associados à música lusófona (transmissão nacional em FM, internacional em emissão online e on demand em RTP Play)

170 Descrições citadas da secção "Sobre" de cada um dos programas no sítio na internet RTP Play.

Rubrica	<i>5 Minutos de Jazz</i>	<i>Cantos da Casa</i>	<i>David Ferreira a contar</i>	<i>David Ferreira a contar consigo</i>
Autoria	José Duarte	Armando Carvalhêda	David Ferreira	David Ferreira e António Macedo
Produção	José Duarte	<i>não disponível</i>	António Santos	António Santos
Género radiofónico	Rubrica musical	Rubrica musical	Rubrica musical	Programa de música
Frequência de transmissão	Diária	Semanal	Diária	Semanal (compêndio das rubricas diárias)
Horário	4ª feira às 02h	6ª feira às	De 2ª a 6ª às 19h	Sábado às 9h
Duração	6 minutos	4 minutos	4 minutos	50 minutos
Géneros musicais	Jazz, blues	Música popular portuguesa	Vários	Vários
Descrição	<i>O mais velho programa da rádio portuguesa em exibição, 50 anos feitos em 2016. José Duarte divulga diariamente o jazz de todos os estilos e de todos os anos. De New Orleans, ao swing, do bebop ao hard bop e ao free jazz.</i>	<i>Uma incursão pelo mundo surpreendente das nossas músicas de tradição, para melhor nos conhecermos.</i>	<i>As canções dos portugueses e as suas histórias. Como éramos nós. Dos 78rpm à era digital, o velho Fado e os fados novos, a Revista à Portuguesa e o rock em português, e o pimba, com certeza.</i>	<i>Versão semanal, recapitulada e aprofundada, dos diários do programa. As canções dos portugueses e as suas histórias. Do velho Fado aos fados novos, da Revista à Portuguesa ao rock em português e o pimba, com certeza.</i>

Tabela 4: Fichas audiográficas de rubricas de música na Antena 1 associadas à música lusófona

A recolha de dados relativos à programação da Antena 1 apoiou-nos na identificação dos programas de música onde a Lusofonia, direta ou indiretamente, poderia estar representada. O inquérito aplicado à equipa de programação da Antena 1 e as entrevistas pessoais realizadas a membros da direção e técnicos especializados da estação apontaram para a preponderância da música lusófona nos programas *Alma Lusa*, *Viva a Música* e *Vozes da Lusofonia* como programas

de música cuja participação lusófona ocorre com maior grau de presença. A observação não-participante e a subsequente análise à grelha de programação revelaram que os programas *A cena do ódio*, *Crónica da Idade Média*, *O Povo volta a cantar*¹⁷¹ e as rubricas musicais *5 Minutos de Jazz*, *Cantos da Casa* e *David Ferreira a contar* também seriam veículos esporádicos de cultura lusófona, tendo sido identificados como unidades de programação que retratam alguns temas que se encaixam na abordagem a esta unidade de análise no presente trabalho. Fazemos a ressalva de que, mesmo os programas de rádio que não têm no seu plano de objetivos elaborar um retrato da Lusofonia, podem fazê-lo em menor escala num ou noutro momento.

O programa *Vozes da Lusofonia*, por se tratar do programa de rádio da Antena 1 cujo posicionamento mais centraliza a música lusófona, assume-se como o nosso foco de investigação fundamental, para o qual desenvolvemos uma análise de conteúdo mais aprofundada a seguir. Já o programa *Viva a Música* posiciona-se como uma série de concertos semanais na Antena 1. O programa é produzido ininterruptamente desde 1996 e ocupa a posição de um dos mais históricos programas da rádio portuguesa, a par da rubrica *5 Minutos de Jazz* e *Oceano Pacífico*¹⁷². O programa é apresentado por Armando Carvalhêda com produção de Ana Sofia Carvalhêda. A sua composição é uma fusão entre os géneros concerto e entrevista, tendo lugar ao vivo e em direto. Apesar de no arquivo sonoro digital disponível no sítio da RTP estar incluído no género da música portuguesa, tem como *slogan*, presente em alguns *jingles* ao longo do programa, “a magia da música lusófona na Antena 1” (RTP Play, 2017). A frase de posicionamento do programa é “o palco da rádio” e é o único programa de música ao vivo de periodicidade semanal no mercado radiofónico português.

O programa *Alma Lusa*, de Edgar Canelas, centraliza-se no fado, género musical português cuja raiz está associada a outros géneros do espaço lusófono, como explanámos anteriormente. O programa explora sobretudo as rotas e os intérpretes tradicionais do fado, mas também alguns

171 Sequela do programa musical *O Povo que ainda canta*, transmitido na Antena 1 desde 2014 e cujo último episódio foi emitido a 18 de março de 2017. Consistia numa série de programas semanais da autoria de Tiago Pereira com a participação de convidados, sendo o foco da entrevista a importância da tradição oral e da música popular local. Apesar de se tratar de um programa de música, o registo é quase documental. *O Povo que volta a cantar* guarda o mesmo registo que o seu antecessor, mas apresenta um programa voltado para novas gerações que mantêm viva a música tradicional popular portuguesa. A emissão do primeiro programa decorreu a 25 de março de 2017, exatamente uma semana depois do último “O Povo que ainda canta”, não tendo existido qualquer período de nojo entre um e outro.

172 Programa de música diário transmitido na RFM no período 23h-02h. A lista musical do programa assenta em canções portuguesas e estrangeiras de carácter sentimental, vulgarmente designadas por “baladas”. O programa teve início em 1983, ainda na Rádio Renascença, tendo passado a ser emitido na RFM a partir de 1984, ano de criação da estação.

ritmos de fusão de inspiração contemporânea, como é o caso do projeto “Trilhos”, em que a guitarra portuguesa extrapola as fronteiras da portugalidade para se associar a instrumentos de distintas origens (edição de 23/03/2015), ou do projeto “Fado Argentino”, uma proposta de fusão entre fado e tango por parte de um grupo musical algarvio (edição de 06/04/2015).

A cena do ódio, *Crónicas da Idade Média* e *O Povo volta a cantar* são programas de música que, ao longo dos anos, se têm debruçado amiúde sobre a música lusófona. A título de exemplo (e de forma não extensiva), temos algumas edições de *Crónicas da Idade Média* – um programa semanal que articula a música no contexto histórico da sociedade contemporânea – sobre a edição brasileira da “Rolling Stone” (edições de 14/02/2017, 21/02/2017 e 07/03/2017) em que a MPB foi o género musical em foco. O mesmo programa dedicou 13 edições a uma antologia discográfica denominada “1960-2010: 50 anos de música africana”, composto por 18 discos, nas quais deambulou entre os mais variados géneros musicais de origem africana, onde também se incluiu a África lusófona (edições entre 18/10/2016 e 17/02/2017). Numa abordagem à música africana contemporânea, que funde as tradições da música popular africana às influências afro-americanas da pós-modernidade, esta série de 13 programas também englobou géneros musicais do espaço lusófono, nomeadamente do Golfo da Guiné e de Angola. Recuando uns anos mais, encontramos duas edições dedicadas ao grupo musical brasileiro dos anos 70 Tropicália (edições de 09/07/2013 e 16/07/2013).

As rubricas musicais *5 Minutos de Jazz*, *Cantos da Casa* e *David Ferreira a contar*, cuja duração varia entre os 3 e os 6 minutos, têm construído uma presença mais diluída do espaço lusófono, porque a sua curta duração faz deste formato radiofónico um produto de relativo impacto na programação da Antena 1. Mesmo assim, complementam a presença, ainda que esporádica, da música lusófona na programação da Antena 1, sobretudo com origem no Brasil.

Não sendo a Antena 1 a única estação de rádio da RTP à qual compete cumprir a missão de olhar atentamente para a realidade sociocultural da Lusofonia, tratamos de analisar quais as instâncias de alusão à cultura lusófona. Ora de acordo com o já mencionado inquérito implementado às equipas de programação da Antena 1, RDP África e RDP Internacional, a RDP África é apontada pela grande maioria dos elementos respondentes como o serviço que, quantitativamente, mais contribui para a representação da Lusofonia nas grelhas de programação

do serviço público de rádio. Afirmações como “a generalidade da programação da RDP África”; “a RDP África, no seu todo, é uma estação exemplar neste caso”; “programas da RDP África”; e “a programação da RDP África e da Internacional é direcionada aos países da lusofonia” esclarecem que as duas estações internacionais, em particular a dedicada aos PALOP, são os veículos que mais produtos radiofónicos lusófonos parecem transmitir – ainda que não englobem a Lusofonia no seu todo.

Se os respondentes foram praticamente unânimes na atribuição da missão de representação da cultura lusófona sobretudo à RDP África, há, contudo, uma resposta que aponta para a ideia de que “a Lusofonia é transversal e basilar na programação da Antena 1”. Destacamos, em particular, a visão de um dos respondentes, que representa o conceito de Lusofonia adotado nesta dissertação, englobando no mundo lusófono as diásporas falantes de Português que se encontram espalhadas à volta do mundo:

Há projetos no serviço público que demonstram isso – que são feitos a pensar no espaço lusófono. Feitos a partir de Portugal para todo o Mundo, incluindo projetos exclusivos dedicados a países da lusofonia – a RDP África. O serviço público de rádio em Portugal é pensado não só para o consumo interno, mas também para quem está lá fora e está unido a nós, enquanto país, por traços culturais tão essenciais como a língua e costumes dos mais variados âmbitos. (anónimo, 2017, inquérito *online*)

Quando questionados sobre se a Lusofonia será um conceito estruturante do serviço público de rádio em Portugal, observamos alguma dissonância entre as respostas obtidas. Se a maioria responde positivamente, há três respostas que apontam noutra sentida de forma contundente: “Deveria ser, mas o caminho não tem passado por aí. (...) Não, África só surge pela negativa, de resto é ignorada. (...) Não, porque não há interesse nem uma estratégia institucional. (...)”. Estas respostas, ainda que não representando a maioria, levantam uma hipótese que consideramos válida, suportada por outras pistas a que os dados analisados nos encaminham. Esta hipótese consiste no facto de, apesar de o discurso vigente dos órgãos de direção da RTP reclamar a importância estratégica da globalidade da Lusofonia na sua missão de serviço público de rádio, não há indícios efetivos de que o mundo lusófono esteja presente de forma relevante na grelha de programação da generalidade da rádio pública. A marca radiofónica que maior número de

conteúdos lusófonos parece reunir é a RDP África, estação que será alvo de uma análise mais detalhada adiante.

Registámos ainda uma outra resposta que aponta no sentido da necessidade, mas não da concretização: “É fundamental. Faz parte do contrato de Serviço Público a defesa e divulgação da Lusofonia. Não havendo a obrigação da luta por audiências, a rádio pública pode centrar as suas atenções em temas mais abrangentes da sociedade lusófona”. A utilização linguística de verbos de possibilidade ao invés de afirmação faz notar alguma desconfiança por parte dos respondentes perante a aplicação prática do estipulado na estratégia da RTP para a Lusofonia.

Este tom de suspeição agudiza-se numa das respostas ao inquérito, quando é pedido aos respondentes que elaborem uma definição de Lusofonia e um deles afirma: “Um conceito moribundo”. A esta perspetiva mais pessimista juntamos uma série de outros pontos de vista mais positivos para com a Lusofonia, que aliás constituem a generalidade da abordagem dos colaboradores da RTP que se disponibilizaram a responder perante o conceito de Lusofonia. “A cultura e ambiente sócio-económico dos países em que está presente a língua portuguesa” reúne três dos pilares mais importantes de um espaço linguístico comum, como é o espaço lusófono: cultura, economia e língua – ainda que a política não marque presença. Esta linha de pensamento assemelha-se ao raciocínio de base para a edificação da CPLP, mesmo que na sua execução, como sabemos, a partilha cultural de referências tenha sido ultrapassada por objetivos comerciais e financeiros.

Numa nota mais descolonialista surge uma definição de Lusofonia que é “algo mais que apenas a língua portuguesa. Ainda que seja a base, devemos fundi-la com os costumes e estilos das outras ‘latitudes lusófonas’. Tal como a língua, a Lusofonia deve ser dinâmica, evolutiva e adaptativa”. Esta perceção dos elementos que extrapolam a língua portuguesa, num olhar que, ele próprio, também extravasa as fronteiras do lugar de origem de onde estamos a observar a Lusofonia, corresponde ao paradigma da descolonialidade a que nos referimos no final deste trabalho. Sintetizando, só é possível pensar a Lusofonia quando desmontamos o pensamento do nosso país de origem e passamos a pensar as fronteiras lusófonas sem as prisões conceptuais do lugar do mundo a que pertencemos. Olhar o *Outro* a partir do lugar do *Outro*.

Estará então o serviço público de rádio povoado pelo enviesamento cognitivo da colonialidade do ouvir? Regressamos aos dados anteriormente disponibilizados pelo programador musical da Antena 1 para reforçar a colonialidade da lista musical da Antena 1, tendo em conta a hegemonia extensiva da portugalidade na música da estação de rádio generalista da RTP. Na lista musical da Antena 1, do escasso tempo hertziano deixado pela ampla presença da música portuguesa no *airplay* da estação generalista da RTP, a música de origem brasileira tem alguma expressão, também ela vinculada com frequência aos discos brasileiros que são comercializados no mercado português:

A música é uma componente essencial daquilo que é a matriz do serviço público. Na Antena 1, o que desenvolvemos do ponto de vista musical é uma arquitetura de difusão que privilegia sobretudo a produção nacional, isto é, os músicos portugueses das novas gerações e aqueles que são já consagrados. (...) Há duas componentes que me parecem inovadoras e essenciais para aquilo que é a afirmação desta matriz de serviço público do ponto de vista musical: a introdução equilibrada, muito temperada, da música brasileira, que tem uma tendência hegemónica quando se fala em música de língua portuguesa, porque tem muita produção, há muito tempo, e melhor produção, em muitos casos, do que a produção portuguesa e africana. (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

Da lista musical da Antena 1, 6% corresponde a música composta por artistas brasileiros ou dos restantes países lusófonos, e ainda por portugueses a cantar numa língua que não a portuguesa (Ribeiro, 2017, entrevista pessoal). Ainda que minoritária, na Antena 1 a presença da música brasileira é integradora – ao contrário da música portuguesa na rádio brasileira, que é incluída em “gavetas” da programação, como observámos em secções anteriores. Desconstruindo esta alegação, concluímos que a música brasileira é integrada na grelha de programação da rádio pública, sobretudo da Antena 1, com naturalidade e sem rejeição por parte da receção, porque há um leque amplo de artistas brasileiros da MPB que é bem conhecido do grande público em Portugal¹⁷³.

É objetivo geral do serviço público “promover a língua e a cultura portuguesa, a lusofonia e os princípios comuns europeus” (Projeto de Contrato de Concessão da RTP, 2013, p. 10). Essa

173 Neste leque de artistas brasileiros que gozam de uma grande popularidade em Portugal destacamos Caetano Veloso, Roberto Carlos, Chico Buarque, Gilberto Gil, Elis Regina, Maria Betânia, Gal Costa, Marisa Monte, Seu Jorge e Ana Carolina, entre outros.

função não se encontra, portanto, atribuída exclusivamente à Antena 1. Pelo contrário, o CCSPT pressupõe que o espaço lusófono esteja presente em vários serviços de programas da RTP, particularmente na rádio através de um serviço que garanta a presença de música em língua portuguesa (como é o caso da Antena 1), da cultura dos países da África lusófona (RDP África) e da diáspora portuguesa espalhada pelo mundo (RDP Internacional):

(...) para marcar a diferença, só um serviço público de média global pode ser neste quadro o “guardião” da diversidade da cultura e do pluralismo, satisfazendo as necessidades coletivas e garantindo a preservação da língua, literatura, música e história dos diferentes países europeus em todo o mundo da lusofonia (CCSPRT, 2015, consideração HH)

Se pensarmos só na Antena 1, estamos mais centrados para conteúdos portugueses (à exceção do futebol, porque aí estamos a trabalhar para a Lusofonia, porque o futebol tem a força de um produto dirigido à comunidade lusófona). No caso da música, a Antena 1 trabalha para o mundo português e para portugueses. Mas se sintonizarmos a RDP África, ela está exatamente ao contrário da Antena 1: tem muita música africana e brasileira. Temos de pensar esta questão como um todo [nas várias estações de rádio da RTP] e aí creio que estamos a fazer bem. A RDP Internacional, por exemplo, está muito virada para os portugueses que trabalham lá fora, e apanha também muito as franjas do Brasil e de África. Mas eu acho que, pensando no todo, conseguimos esse objetivo [tornar a Lusofonia um conteúdo estratégico do serviço público]. (Canelas, 2016, entrevista pessoal)

Segundo este argumento de Canelas, o cumprimento das premissas fundamentais de serviço público de rádio no seu olhar sobre a Lusofonia não se esgota na programação musical da Antena 1, mas resiste num prolongamento da sua missão para a RDP África e a RDP Internacional. Estas duas estações acrescentam ao mapa de distribuição da Antena 1 mais emissores e até outros modelos de difusão, como o satélite. Avançamos na secção seguinte com o objetivo de verificar as características da presença da cultura lusófona nestes dois canais da rádio pública portuguesa, tendo presente duas conclusões aqui formuladas: primeiro, que em Portugal, não existem fenómenos de estranhamento para com a inclusão de música brasileira na lista musical da RTP; e segundo, que no Brasil, sendo a música portuguesa pouco requisitada – ou sequer reconhecida – pela grande maioria do público, ela é incluída em programas segmentados sobre cultura lusófona (como observámos no estudo de caso do *Tanto Mar* na rádio pública brasileira)

ou cultura portuguesa, normalmente com Portugal no nome ou algum outro elemento identificativo de ligação à portugalidade, como são os termos “saudade” ou “luso”. Dissecaremos estes programas de rádio em particular, que estão quase sempre ligados à comunidade emigrante portuguesa no Brasil em rádios privadas e comerciais do mercado radiofónico brasileiro, na última parte do presente trabalho.

O caso da RDP África

No cumprimento dos fundamentos de serviço público de rádio e televisão, com vista a satisfazer um leque abrangente de públicos e oferecer uma paleta heterogénea de conteúdos, a RTP disponibiliza um *bouquet* diversificado de canais de TV e estações de rádio. Neles encontramos duas estações de rádio e dois canais de televisão dedicadas ao espaço lusófono e designadas para um olhar sobre a Lusofonia: a RDP África, a RDP Internacional, a RTP África e a RTP Internacional. A importância da Lusofonia para a RTP está contratualizada no CCSPRT (2015) e prevista nos modelos de execução destes meios. Tal foi o impacto da criação da televisão internacional que, na segunda metade dos anos 90, a RTP Internacional foi considerada por um dirigente socialista como o mais importante meio de comunicação português (Sousa, 2006b).

Enquanto empresa pública de comunicação empenhada em representar o espaço lusófono na sua programação, a cultura lusófona – na sua aceção de “conjunto dos produtos culturais provenientes de países de língua oficial portuguesa ou de territórios com uma forte ligação à língua portuguesa, sejam esses territórios nações ou não nações em que o Português esteja ou não oficializado” – é tema que encaixa na programação de todas as marcas RTP, apresentando uma presença mais evidente na rádio (através da música, como afirmámos anteriormente), em particular na Antena 1, RDP África e RDP Internacional:

E a componente africana... há hoje um fluxo permanente entre Lisboa e os PALOP, até porque temos uma estação internacional com divulgação também em Portugal que é a RDP África que privilegia sobretudo música africana de expressão portuguesa dos diversos PALOP. A Antena 1 incorpora muita dessa divulgação e dessa descoberta permanente. (Pêgo, 2016, entrevista pessoal).

A RDP África é a estação da rádio pública que se dedica à difusão da cultura africana de expressão portuguesa. Transmite através de três emissores em Portugal, em Lisboa, Coimbra e Faro (que cobrem as regiões da Grande Lisboa e península de Setúbal, do distrito de Coimbra e do sotavento algarvio), nove em Cabo Verde, quatro em Moçambique, três na Guiné-Bissau e dois em São Tomé e Príncipe. Dos PALOP, apenas Angola não faz parte da sua teia de emissão, pelo facto de o governo local proibir as transmissões de rádios estrangeiras em território angolano: “O exercício da actividade de radiodifusão é de âmbito nacional, local ou comunitário” (Angola, 2006, capítulo IV, secção II, artigo 48º, ponto 2). Ainda assim, a emissão da RDP África pode ser captada por satélite em Angola e noutros pontos de África, estando também disponível na internet.

A RDP África foi criada em 1994 como parte integrante da RDP Internacional e designava-se por “Canal África”. Em 1996, na sequência do primeiro contrato de concessão do serviço público de rádio, instituiu-se como uma estação autónoma, ainda que com várias horas por dia a emitir em simultâneo com a Antena 1.

Um serviço de programas vocacionado para os países africanos de língua portuguesa, transmitido por satélite e com distribuição terrestre local ao abrigo de acordos firmados ou a firmar com os respetivos Estados e, através de frequência própria, para as comunidades africanas residentes na Grande Lisboa, Coimbra e Faro, ou noutras áreas geográficas, desde que tal se justifique e exista disponibilidade espectral, sem prejuízo de novos concursos de atribuição de espectro, que promova a valorização da língua e do património histórico comum, assim como dos aspetos culturais específicos de cada país. (Projeto de Contrato de Concessão da RTP, 2013, p. 20)

Se, em termos de distribuição, a realidade corresponde ao requerido no contrato assinado entre Estado e RTP, já a cláusula seguinte do contrato de concessão cria algum paradoxo entre a distribuição e os conteúdos. A RDP África representa um duplo papel: comunicar para os africanos em Portugal e para os portugueses e africanos nos PALOP, importando para Portugal a realidade africana e exportando para África informação sobre Portugal, a comunidade africana residente em Portugal e a população portuguesa em África:

O nosso trabalho é diferente, é de nós para nós. Aborda as duas vertentes: o que é que um moçambicano faz cá, e o que é que um português faz em Moçambique; o que é notícia de

um guineense em Portugal e de um português na Guiné; o que é que é notícia de um português em Moçambique e de um português em Portugal; e o que é que juntos fazemos. Quando está tudo ligado, é tudo mais fácil. (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

A legislação esclarece que, em termos programáticos, o objetivo da RDP África é “promover, nas emissões dirigidas às comunidades africanas, acontecimentos e iniciativas que, pela sua importância e qualidade, reflitam a riqueza e diversidade cultural daquelas comunidades” (CCSPRT, 2015, cláusula 16^a, alínea f). Assim, concluímos que este serviço de programas trata da mesma forma – ou, por outra, serve com os mesmos conteúdos – quatro tipos de público-alvo sobejamente distintos. D’Aquém-Mar temos a comunidade diaspórica de origem africana que reside em Portugal e os portugueses que, em Portugal, se interessam pela cultura dos PALOP; D’Além-Mar estão os nativos da língua portuguesa residentes nos PALOP, que se subdividem em africanos naturais daquele país ou portugueses emigrados por lá. São públicos demasiado descompassados para serem alvo dos mesmos conteúdos programáticos e da mesma estratégia de comunicação, o que cria dois tipos de risco: por um lado, que a programação da estação se caracterize por uma “esquizofrenia lata” que tenta chegar a todos, comunicando com todos; por outro lado, que a audiência não se envolva com o produto porque não se sente nele representada.

Em termos de conteúdos, a estratégia do canal visa, através de um conjunto de conteúdos representativos da cultura e atualidade dos PALOP, representar a multiculturalidade da África lusófona:

Esta rádio baseia-se mesmo num conceito de mistura, numa mesma hora podemos ter música de São Tomé, falar sobre cinema de Cabo Verde e de uma notícia vinda de Angola. (...) Há diferentes rádios que se podem construir com esta matriz do encontro de culturas, mas uma rádio como esta só se poderia construir no serviço público: uma rádio que acrescente, crie proximidade, integração, entretenimento, formação. (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

Além de antenas emissoras instaladas em cada país (exceto Angola), a RDP África possui um correspondente local em cada nação da África lusófona. Quando há acontecimentos políticos de peso, como eleições, há um reforço com profissionais que viajam de Lisboa para o país em questão, de forma a não sobrecarregar os correspondentes. Estes correspondentes fazem parte

da estrutura da rádio pública de cada país, logo, têm acesso a recursos áudio da própria estação a que pertencem e, quando requisitados, fazem reportagens por encomenda por parte dos editores em Lisboa. É curiosa esta contratação de correspondentes na rádio nacional de cada país; poderá ser interpretada como uma forma de garantir que a comunicação dos correspondentes segue os mesmos princípios fundamentais de serviço público que a RTP.

Em 2016, ao comemorar 20 anos, a RDP África organizou um ciclo de celebrações que tiveram lugar ao longo do ano, uma em cada país da África lusófona. Realizaram-se emissões locais por todos os países da África lusófona com músicos, membros do governo e personalidades conhecidas localmente. A direção da RDP África acredita na importância dos diretos e das emissões especiais locais por criarem proximidade com os ouvintes, porque “a rádio é como um farol, as pessoas mobilizam-se em torno dela, ela cria essa ligação” (Sardinha, 2016, entrevista pessoal). Nesse ano de celebração, há também registo de uma emissão especial em Portugal, na ilha de Faro, no Algarve, a 13 de agosto, designada por “África Parade”. Tratou-se de uma parada de música africana, seguida de um espetáculo num palco instalado na praia, com mais de 25 artistas convidados, entre instrumentistas, DJ’s e intérpretes, de entrada livre e com transmissão em directo na RDP África e RTP África. Já a 25 de maio de 2013, por ocasião dos 50 anos do dia de África, a estação de rádio havia organizado um desfile semelhante entre o Rossio e o Terreiro do Paço, em Lisboa, que juntou mais de 20 mil pessoas.

Na dimensão musical, se neste tipo de eventos prevaleceu a música de dança africana, nomeadamente de composição eletrónica, de modo a agradar a uma massa mais alargada de públicos, ao analisar a *playlist* diária da RDP África registamos uma presença mais dominante dos artistas consagrados da história da música africana lusófona do que da nova música de dança africana, ainda que esta tenha conquistado um espaço de razoável agradabilidade junto dos ouvintes de rádio portugueses. Os géneros musicais da kizomba, do kuduro, semba, zouk, rap e reggaeton chegaram às rádios comerciais portuguesas na sequência da ascensão de um grupo de artistas angolanos e cabo-verdianos, como Anselmo Ralph (Angola), Badoxa (Portugal), Nelson Freitas (Holanda, mas de origem cabo-verdiana), C4 Pedro (Angola), Big Nelo (Angola) e Matias

Damásio (Angola). Desde 2013, estes géneros musicais e artistas encontraram na RFM¹⁷⁴ uma janela para o mercado radiofónico português, cuja estratégia de reposicionamento musical divergiu para uma aposta na música africana lusófona como fator de diferenciação.

Não tão volátil a modismos e valorizando os músicos mais históricos, a RDP África expressa através da sua lista musical uma preferência pelos artistas africanos lusófonos com carreiras consagradas há várias décadas, como Paulo Flores, Bonga, Cesária Évora e Tito Paris, num compromisso de equilíbrio entre países lusófonos e géneros musicais. A lista musical da RDP África provém sobretudo dos PALOP, oscilando entre os géneros musicais da quizomba, kuduro, morna, funaná e *reggae*, mas também música ligeira e popular portuguesa e outros ritmos, como os afro-americanos e latino-americanos.

Há pouca música do Brasil e de Portugal porque as necessidades dos países são para mais música africana – música moçambicana, são-tomense... não passa em Portugal se não for na RDP África. Para passar música anglo-saxónica estão cá as outras – é essa a matriz de serviço público. (...) Somos os únicos a divulgar cinema, teatro, literatura e artes plásticas lusófonas em Portugal. (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

A orientação estratégica da direção da rádio é, através dos programas de autor, manter um olhar dirigido de acordo com os fusos horários de cada país. O primeiro programa da manhã, entre as 5 e as 8 horas, intitulado *África Bom Dia* e apresentado por David Joshua, é dedicado a Moçambique em virtude do fuso horário, já que os restantes países consomem pouca rádio a essa hora: “Especificamente dirigido a Moçambique, pela diferença horária que existe, coincidindo com a manhã informativa moçambicana. Informação, desporto, música, entrevista e reportagem” (RDP África, 2017). Toda a programação de 2ª a 6ª feira da RDP África é de produção própria, com exceção dos noticiários da meia-noite, uma da manhã e cinco da manhã, que são retransmitidos a partir da Antena 1. Esta estratégia foi alterada há 10 anos, com a entrada de novos elementos na direção e coordenação da RDP África, já que, até então, a RDP África apenas produzia

174 Rádio nacional temática pertencente ao grupo Renascença Multimédia, um grupo privado português que constitui a Emissora Católica Portuguesa. Líder de audiências em Portugal entre 2001 e 2012 (Markttest, 2012), a RFM constitui uma rádio musical voltada para os géneros pop e dança, focando o segmento etário dos 25 aos 35 anos. No segundo trimestre de 2017 regressou ao primeiro lugar das rádios nacionais mais escutadas.

conteúdos entre as sete da manhã e a meia-noite, e a madrugada era retransmitida integralmente a partir da Antena 1.

A maior contribuição da RDP África para a representação do mundo lusófono, e não apenas da África lusófona, é o programa *Debate Africano*, no qual, semanalmente, representantes de vários países lusófonos debatem temas da atualidade dos seus países de origem: Adolfo Maria (Angola), José Luís Hopfer Almada (Cabo Verde), Eduardo Fernandes (Guiné-Bissau), Sheila Khan (Moçambique) e Abílio Neto (São Tomé e Príncipe). Atualmente, entre os programas com maior audiência estão o *Música Sem Espinhas* de Nuno Sardinha, *A Hora das Cigarras* de José Eduardo Agualusa e *Metrópolis* de Rogério Silva Gomes. Ao fim de semana (sábado a partir das 17 horas e domingo a partir das 15 horas), a emissão da RDP África é marcada pela transmissão dos jogos de futebol da Liga Portuguesa, cujo interesse da população dos PALOP é historicamente muito forte:

O futebol é uma loucura. As rádios nacionais, chegando à hora do jogo, fazem simultâneo com a RDP África. Ninguém perde os relatos do Benfica e do Sporting. Quando dois dos nossos narradores foram lá, estavam milhares de pessoas à espera deles à saída de uma rádio local onde foram dar uma entrevista. Assim se vê a relação que as pessoas têm com a rádio” (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

Nos PALOP, a televisão não tem a força que a rádio tem, porque o retrato socioeconómico do país não permite à generalidade da população ter um televisor. A rádio goza do seu estatuto de meio capaz de sobreviver a desastres naturais e estados de emergência (Unesco, 2016) e é transversal mesmo aos países com menos recursos, dada a sua adaptabilidade e relativa simplicidade da sua tecnologia. A receção da RDP África em Portugal é praticamente residual, não surgindo na lista das 13 rádios mais escutadas em Portugal, disponibilizada publicamente pela Marktest (2017, 23 de março). Já na África lusófona, segundo relatos da direção da estação, a emissora capta “cerca de 3 milhões de ouvintes diários em Moçambique. Somos a rádio portuguesa mais ouvida em todo o mundo, no entanto, nunca vamos aparecer nos estudos de audiência” (Sardinha, 2016, entrevista pessoal). Esta presença forte em África poderá também explicar-se como uma questão de oferta e procura, porque a concorrência é limitada.

Esta presença, que poderá contribuir para fenómenos de reocidentalização de territórios descolonizados fora do mundo Ocidental, é fundamental na fixação da língua portuguesa nos PALOP, já que os dialetos crioulos são o idioma de comunicação entre a maioria da população. Em Moçambique, como afirmámos no início desta secção, cohabitam 22 línguas, sendo que o português é falado por cerca de um terço da população. Por esse motivo, advertia o escritor moçambicano Mia Couto: “apenas uma das nações de Moçambique já vive na lusofonia” (2007, 22 de junho). Em Angola a situação é semelhante, mas na Guiné-Bissau a expansão da língua portuguesa foi bastante notória nos últimos anos¹⁷⁵. A rádio, em particular a RDP África, falada em Português de Portugal, poderá ter contribuído para esta instrução para a língua portuguesa, tornando-se um fator de unidade linguística na África lusófona. Também em termos técnicos, a RTP tem contribuído para a modernização do sistema radioelétrico dos PALOP; a título de exemplo, o primeiro emissor de RDS na Guiné Bissau foi edificado por dois técnicos enviados de Lisboa para instalarem o sistema RDS para a RDP África e Rádio Nacional. Este papel da rádio em fenómenos de reocidentalização das ex-colónias portuguesas, décadas depois do processo de descolonização, será discutido no último capítulo.

Mais distante no tempo da era colonialista está o Brasil, que há quase 200 anos se independentizou, levando cerca de 150 anos de avanço aos PALOP. Naturalmente que esta diferença no período de descolonização marca a relação de cada um destes países com a Lusofonia, aprofundando o distanciamento que o Brasil sente para com as outras nações lusófonas. A ligação do Brasil com os países lusófonos é menos intensa do que a procura do Brasil pela cultura norte-americana. Historicamente, há uma linha reta entre a Bahia, no Brasil, e Angola, já que foi da região do reino do Congo (atual Angola) que saíram os escravos para trabalhar nas roças brasileiras de cana de açúcar. Esta ligação explica, não só a cor mais escura dos baianos, como também a raiz similar dos ritmos do samba e do semba, já que a matriz musical provém da mesma raiz cultural.

A Lusofonia é um termo que ninguém quer usar. Os brasileiros consideram que são tudo menos lusos. As pessoas compreenderiam melhor se, em vez de lusófonos, fossemos

¹⁷⁵ De acordo com Sardinha (2016, entrevista pessoal), em 1988, quando a guerra civil explode neste país, apenas 5% da população falava Português, tendo hoje em dia esse valor escalado para os 70%.

falantes de Português. Para nós, a Lusofonia é o encontro destes povos (...). A Lusofonia é uma permuta deste património comum, a história, a cultura, a língua, a gastronomia, a moda, cada um bebe de cada um. (Sardinha, 2016, entrevista pessoal)

O Brasil e a sua aparente relutância perante a afirmação de pertença ao espaço lusófono é a prova viva de que a CPLP nunca passou de uma estrutura política que se afirmou apenas no domínio económico e nunca no plano cultural. A existência da CPLP não provocou nem propiciou mais encontros culturais; aliás, o papel da rádio – nomeadamente da RDP África nos PALOP – fez mais pela unificação através da língua portuguesa e da cultura dos países lusófonos do que a própria CPLP: “Ao nível empresarial não, há iniciativas e com resultados. No domínio político jogam-se muitos interesses e o povo não sente que aquilo sirva para alguma coisa. Sinto que a Francofonia e a Common Wealth criam eventos com muito mais valor” (Sardinha, 2016, entrevista pessoal). Em 2016 assinalaram-se os 20 anos da CPLP e não houve comemorações, o que será sintomático da parca motivação para manifestações da cultura lusófona.

Já Timor-Leste parece posicionar-se no polo oposto ao Brasil. Apesar de os timorenses terem a RDP Internacional disponível em FM no seu território, relatos indicam que a sua preferência aponta para a RDP África, “porque dizem que se sentem um PALOP” (Pêgo, 2016, entrevista pessoal). Por este motivo, através da RDP África conectar-se-iam com maior intensidade aos restantes países lusófonos. É particularmente notória a bem-sucedida relação diplomática entre Timor-Leste e Moçambique¹⁷⁶, não esquecendo que Moçambique foi a base da frente diplomática timorense durante a ocupação indonésia de Timor-Leste. Este exemplo poderá suportar o argumento de que a RDP África constitui um produto radiofónico mais adequado ao seu contexto histórico, político, social e cultural, quando comparada com a RDP Internacional. Esta estação comunica para a diáspora portuguesa ramificada pelo mundo e os seus principais canais de distribuição são o satélite e a internet, dispondo de uma única antena emissora em FM que se encontra, precisamente, em Timor-Leste. Os modelos de implementação da RDP Internacional serão aprofundados no ponto seguinte deste capítulo.

176 Em 2011 e 2014 ocorreram visitas oficiais do Estado moçambicano a Timor-Leste, com o objetivo de reforçar as relações diplomáticas entre os dois países. Em junho de 2014, um grupo de cidadãos timorenses e moçambicanos residentes em Dili fundaram a Associação de Amizade Moçambique-Timor-Leste, cuja missão é a de promover as relações entre os dois países. À criação desta associação presidiu José Luís Guterres, Ministro dos Negócios Estrangeiros de Timor-Leste de então; ele próprio residiu em Moçambique durante mais de 20 anos.

Resumindo, concluímos que a programação da RDP África não caminha num sentido bem definido, por apontar em várias direções; o tal duplo papel de comunicar para africanos em Portugal e residentes em África que se desdobra em quatro tipos de público-alvo (a diáspora afro-lusófona que reside em Portugal, portugueses residentes em Portugal interessados na cultura dos PALOP, africanos nativos do Português residentes nos PALOP e portugueses emigrados por lá), manifestamente procurando conteúdos distintos na rádio. Mas, se por um lado, esta diversidade de públicos que caracteriza o *target* da RDP África dificulta uma forma de comunicar direcionada para um ouvinte-tipo, por outro imprime uma pluralidade da escuta, uma sonoridade caracterizada por uma mescla de sotaques que atribui à RDP África uma identidade sonora muito própria, que se destaca no panorama radiofónico do mercado mediático português. Mesmo nos PALOP, o sotaque português de alguns locutores e jornalistas contribui para essa diferenciação sonora, no contexto de um cenário futuro em que se prevê que os falantes de Português dupliquem até final do século, sobretudo na África lusófona (Martins, 2016, 14 de outubro).

Outro ponto positivo a destacar no modelo de execução de serviço público da RDP África é a utilização de novas plataformas tecnológicas, como o WhatsApp e o Skype, que não se efetiva em nenhuma outra estação. Estas ferramentas de apoio à comunicação com o ouvinte representam inovações no campo das TIC capazes de dinamizar a interação entre a rádio e a sua audiência, mas que não parecem ter repercussões no modelo programático da estação (porque os veículos de comunicação existem, mas são pouco divulgados nos programas de linha aberta) nem do próprio grupo RTP, já que não houve fenómeno de contágio para as restantes estações.

Tanto a RDP África como a RDP Internacional foram alvo de um olhar atento por parte do novo CGI que tomou posse em 2014. Em janeiro de 2015, as suas recomendações apontavam para a promoção da RDP África e RDP Internacional, assim como para uma aposta nas plataformas digitais e na informação de proximidade, como esclarecemos anteriormente. Ora de acordo com o relatório de avaliação intercalar do cumprimento do projecto estratégico para a RTP relativo ao primeiro semestre de 2015, elaborado pelo CGI em novembro de 2015, “nos serviços de programas de rádio, salienta-se o reforço das suas identidades, incidindo: na Antena 1, na componente informativa; (...) na RDP África e na RDP Internacional, pela estabilização, nesta fase, dos perfis e estratégias existentes” (CGI, 2015, p. 4). A estratégia delineada no verão de 2015,

aquando da reestruturação da direção de ambas as estações, e consequente reorganização estratégica, parece ter sido satisfatória na ótica do CGI.

Ambas as estações dedicadas à Lusofonia, tanto através do direcionamento para a África lusófona como para as comunidades dispersas pelo mundo que falam Português, coincidem com este conceito de comunicação de proximidade, por isso, de seguida aprofundamos o olhar fixado na segunda estação de rádio a que cabe esse papel de divulgação da cultura lusófona, a RDP Internacional.

O caso da RDP Internacional

Para melhor compreensão dos moldes de produção estabelecidos no serviço público, e consequentemente, da presença da Lusofonia na rádio pública, foi implementado um inquérito junto da equipa de locutores, produtores e realizadores da Antena 1, RDP África e RDP Internacional, como mencionado no capítulo introdutório. Este inquérito revelou que as opiniões se dividem: enquanto uns pensam que a Lusofonia é tratada como uma abstração, outros pensam que a atenção dada pela RTP (em particular pela RDP África) é competente. Poderia pensar-se que a RDP Internacional trabalha para a Lusofonia com pouca premência, porque, estrategicamente, a tarefa de olhar para os países lusófonos está, de certo modo, entregue à RDP África. Por isso, quando procuramos refletir sobre qual a abordagem da RDP Internacional ao espaço lusófono, concluímos que, no espaço lusófono, apenas o Brasil e Timor-Leste são territórios alvo desta estação de rádio, já que a distribuição da RDP África apenas atinge os países da África lusófona.

Contudo, queremos com esta análise sublinhar que, no contrato de concessão celebrado com o Estado, são requeridos ao serviço público os objetivos de promover

um serviço de programas vocacionado para as comunidades portuguesas e para os portugueses residentes no estrangeiro, destinado a manter e a estreitar a ligação afetiva e cultural a Portugal, a promover a afirmação, valorização e defesa da imagem de Portugal e a contribuir para a promoção económica e cultural de Portugal no estrangeiro. (CCSPRT 2015, 15^a cláusula, alínea e)

É a cláusula 12^a a responsável pelo delineamento conceptual dos serviços de programas de âmbito internacional, válido tanto para o meio rádio como para o meio televisivo. As tónicas impostas no contrato relacionam-se sobretudo com a promoção económica e cultural de Portugal e da língua portuguesa no estrangeiro, em conexão com a diáspora portuguesa no mundo e cooperação com os países de língua portuguesa. Assim, reforçamos a ideia de que a RDP Internacional, ao ter em vista uma programação dedicada às comunidades emigrantes, com um olhar particular sobre os países lusófonos, é um dos serviços produzidos pela RTP que assegura a representação da cultura lusófona no serviço público em Portugal, materializando o que é sempre referido como estratégico pelos quadros de direção da empresa pública de comunicação.

As várias alíneas desta cláusula especificam modelos de produção a executar: uma programação própria por parte de cada canal, adequada aos seus objetivos; a integração das várias plataformas digitais disponíveis, desde o sítio da estação na internet até às redes sociais, de forma a chegar a públicos mais diversos e a promover a inovação tecnológica. A 5^a alínea da referida cláusula, dedicada aos serviços internacionais, determina os modelos de distribuição da RDP Internacional:

Para o cumprimento do disposto nos números anteriores, a Concessionária pode celebrar protocolos de cooperação com operadoras de televisão ou de rádio que transmitam serviços de programas televisivos ou radiofónicos generalistas, com outros produtores de conteúdos e plataformas de distribuição, assim como com os organismos e serviços públicos com atividade relevante no domínio internacional e da diáspora. (CCSPRT, 2015, cláusula 16^a, artigo 5)

Esta formulação teórica prevê um sistema de distribuição da RDP Internacional assente numa rede de rádios parceiras nos países de destino da emigração portuguesa, fenómeno que se verifica numa série de países onde a estação estabeleceu parcerias com rádios portuguesas (ou com presença de programas portugueses), como é o caso dos Estados Unidos (WGFD), França (Rádio Alpha), Luxemburgo (Rádio Latina) e Austrália (Portuguese Radio) (Barreiros, 2017, entrevista pessoal). Estes são apenas alguns dos territórios onde a presença de rádios portuguesas que retransmitem a RDP Internacional durante parte da sua programação diária se torna fundamental para o cumprimento da missão de serviço público internacional.

O contrato de concessão enfatiza ainda a relevância informativa de cobertura da atualidade em Portugal, mas também dos acontecimentos de destaque nos países onde a RDP Internacional é retransmitida, “promovendo designadamente o debate sobre as diferentes realidades políticas, sociais e culturais e estabelecendo o operador internacional português como uma referência de confiança nessas áreas geográficas” (CCSPRT, 2015: cláusula 12^a, ponto 7, alínea a). Um olhar articulado sobre o país de origem e o país de destino assegura que a emissão da RDP Internacional não se posicione como um guetto mediático, que usa a rádio para se isolar do lugar de receção e simplesmente replicar o lugar de origem. Contudo, quando olhamos para a programação efetiva da RDP Internacional, encontramos poucas referências à atualidade dos principais destinos migratórios dos portugueses. A explicação para esta ausência prende-se com um estudo interno, realizado *online* pela empresa pública, que revelou que conteúdos informativos sobre Portugal são a prioridade das preferências dos ouvintes portugueses da diáspora (Barreiros, 2017, entrevista pessoal).

Além de assegurar a ligação, há ainda no contrato de concessão uma referência ao carácter de afetividade da programação da RDP Internacional que confere ao carácter emocional dos conteúdos programativos o estatuto de objetivo estratégico: “(...) utilizando as respetivas potencialidades como veículo essencial de manutenção de afinidades” (CCSPRT, 2015, cláusula 16^a, alínea b). Como veremos no último capítulo do presente trabalho, programas de rádio sobre a cultura portuguesa em rádios brasileiras também transparecem um tom de voz emotivo e de enaltecimento de Portugal. Esta parece ser uma das principais características dos programas de rádio realizados para a diáspora e manifesta-se nas duas mais recentes frases de posicionamento da RDP Internacional: “Portugal aqui tão perto” e “Longe da vista, perto do coração”.

A presença da afetividade na relação da RDP Internacional para com o seu público-alvo tem, aparentemente, dois catalisadores. O primeiro será o tom da comunicação dirigida à diáspora, abordando os sentimentos de pertença para com o país abandonado; o segundo será o próprio meio rádio, que como mencionado no capítulo introdutório da presente tese, é o meio que mais avulta e adensa emoções na relação com o ouvinte (Alves, 2015). Contudo, há no contrato de concessão uma referência estratégica ao modelo de implementação do serviço público internacional, que deve ser gerido “tendo em conta os interesses nacionais” – e, presumimos,

não dando espaço aos interesses dos países onde ocorre a retransmissão da RDP Internacional, pois nesse caso correria o risco de se tornar num veículo de difusão dos poderes locais instituídos.

A RDP Internacional, herdeira do serviço de onda curta da antiga Emissora Nacional, foi lançada em 1986 como estação autónoma no contexto do grupo RDP para atuar como ponte de ligação entre os portugueses que estão fora e os portugueses que estão em Portugal. Desde a sua criação até 2011, manteve-se como uma estação que emitia em onda curta para vários pontos do planeta a partir do Centro Emissor de Onda Curta da RDP (CEOC), em São Gabriel, próximo de Pegões, e também do centro emissor da Deutsche Welle em Sines. Entre 2010 e 2012, usufruiu desta parceria para transmitir experimentalmente em modo digital (DAB), mas a empresa decidiu desistir da implementação de uma rede radiofónica digital nacional e o projeto acabou por terminar.

Olhando agora para a participação do serviço público de rádio internacional da RTP no espaço lusófono, acreditamos que, tal como ficou definido na introdução desta dissertação, a diáspora portuguesa (assim como as restantes diásporas lusófonas espalhadas pelo mundo) representa uma das construções simbólicas da Lusofonia no contexto da globalização (Ferin, 2009). De acordo com a direção da estação, os portugueses que estão no Brasil e em Timor-Leste são os principais públicos lusófonos alvo da RDP Internacional, já que a África lusófona se encontra assegurada pela programação e distribuição da RDP África. Este pensamento de gestão complementar é coerente com os princípios fundamentais de serviço público, segundo o qual os vários produtos radiofónicos não devem competir por audiência, mas sim assegurar que garantem a diversidade dos públicos-alvo e a contemplação de determinados grupos minoritários.

Mesmo que fosse esse o seu desejo, a RDP Internacional nunca conseguiria competir com a RDP África, devido a questões de distribuição dos seus produtos. Enquanto a RDP África dispõe de emissores em Portugal e nos países para os quais trabalha – a África lusófona –, a existência de apenas um emissor atribuído à RDP Internacional só lhe permite emitir em FM em Timor-Leste. A distribuição é uma das questões que mais tem dificultado o crescimento da RDP Internacional, já que nunca foram obtidas autorizações de transmissão em FM, com exceção de Timor. Ali, a presença da RDP Internacional tornou-se histórica, porque os programas eram bilingues, sendo traduzidos do Português para o Tétum através de uma equipa de intérpretes timorenses que

compunham a equipa da programação. Esta emissão em FM chegava ao povo timorense e até aos guerrilheiros escondidos no interior montanhoso do país. A RTP solidarizou-se com esta fase de libertação da invasão indonésia e registou no contrato de concessão uma alínea em que reforça a importância do serviço público internacional naquele momento da história: “Produzir uma emissão bilingue (Português e Tétum) destinada à população de Timor-Leste enquanto durarem as circunstâncias anormais naquele território” (CCSPRT, 1999, cláusula 6ª, alínea d), referindo-se ao período final da ocupação indonésia do território timorense.

Apesar de só possuir um emissor, localizado em Timor-Leste, a RDP Internacional está disponível em todo o mundo através da internet, no seu sítio www.rtp.pt/rdpinternacional; também por satélite em vários pontos do mundo, sendo necessário um recetor de satélite para a escuta; através de rádios locais que retransmitem a sua emissão parcialmente; e em aplicações para *smartphones* e *tablets* como o *Tuneln Radio*¹⁷⁷.

E por que motivo não está a RDP Internacional presente no Brasil?

É difícil entrar no Brasil e não há grande interesse por parte da estrutura de rádios locais lá (...). Interessava-nos uma rádio portuguesa, ou com programas sobre Portugal, que desejasse estabelecer uma parceria connosco e retransmitir-nos. Mas no Brasil, as rádios são maioritariamente comerciais e esse não é o modelo que nos interessa, muitas vezes é uma feira de vaidades. Ainda não encontramos por lá o parceiro certo. (Barreiros, 2017, entrevista pessoal)

Não havendo grande interesse por parte de rádios brasileiras na retransmissão gratuita dos conteúdos da RDP Internacional, parece não haver no Brasil necessidade de conteúdos multiculturais como os oferecidos pela RDP Internacional. Por exemplo, é um país que não se interessa pelo futebol português como os restantes países do espaço lusófono. Apesar de não existirem parcerias com rádios locais brasileiras no espectro eletromagnético, a RDP Internacional está disponível via satélite e pela internet –, e *online*, a RDP Internacional concorre com todos os outros meios radiofónicos do mundo.

177 O *Tuneln Radio* é uma aplicação que permite aceder à emissão de estações de rádio de todo o mundo através de um *smartphone* ou *tablet* usando apenas uma ligação à internet. Está disponível em múltiplas plataformas, como Android, iOS, BlackBerry, Windows Phone, Windows e Google TV. Permite procurar estações de rádio segmentando de acordo com uma série de filtros, como estilo musical, localização, idioma ou categoria (desporto, debate, notícias).

Mas no caso particular dos Estados Unidos, há uma adenda à distribuição: a RDP Internacional está também disponível por satélite em qualquer automóvel, graças à sua presença na plataforma *iHeartRadio*¹⁷⁸ através da rádio parceira WGFD, a única rádio portuguesa que se encontra ali disponível e que retransmite a RDP. Esta é uma das rotas prováveis de futuro tendo em consideração novas formas de consumo de rádio aliadas ao recente reposicionamento da estação de serviço público de rádio internacional: “Acho que pode fazer sentido que a RDP Internacional crie programas e os ofereça às rádios espalhadas pelo mundo. Mas a verdade é que daqui a uns 10 anos vamos ter internet nos carros e aí vamos acabar com este discurso sobre a distribuição” (Barreiros, 2017, entrevista pessoal).

Reforçar as parcerias estabelecidas ao longo das últimas décadas com rádios portuguesas, e estabelecer novas parcerias (na Alemanha e no Reino Unido não há rádios portuguesas e este facto é percecionado pela direção como uma grave falha que é necessário colmatar, dado o elevado número de imigrantes portugueses nestes dois países), tem sido um dos cavalos de batalha da nova direção da RDP Internacional, que entrou em funções em setembro de 2015. Foi nesta altura que a RTP decidiu encetar uma aposta mais séria no canal, através da contratação (ainda que precária) de alguns funcionários mais jovens (aproveitando as aposentações de outros), num planeamento de rejuvenescimento da forma de comunicar da estação, através também da renovação da sua equipa. Foi esta a solução que a estação encontrou para se adaptar a novas formas de emigração e novas colónias de emigrantes que se têm multiplicado na última década, um tipo de emigração mais qualificada e que é também mais capaz de encontrar formas de se atualizar sobre o país de origem em meios digitais e plataformas eletrónicas que não a rádio. Atrair os novos fluxos de emigrantes dos últimos anos – mais capazes, mais qualificados, mais munidos de tecnologia – sem perder de vista a antiga diáspora, que tem outras necessidades.

Faz parte da missão do serviço público contribuir com algum valor acrescentado para o dia a dia dos cidadãos (Pêgo, 2016, entrevista pessoal) e, para isso, a RDP Internacional está neste momento a produzir novos conteúdos radiofónicos e novas rubricas para se manter relevante no mercado. Música, história, cultura e gastronomia são as unidades temáticas mais abordadas na

178 A *iHeartRadio* é uma plataforma de rádio na internet e que funciona tanto como um sistema de recomendação musical, como uma rede de estações de rádio que agrega conteúdo áudio de mais de 800 rádios locais norte-americanas. A plataforma *iHeartRadio* está disponível na internet, em dispositivos móveis e em consolas de videojogos.

programação da RDP Internacional. A seleção destes conteúdos foi concretizada com base num estudo de mercado realizado junto do público-alvo que decorreu *online* que revelou que as praias, a gastronomia e a qualidade de vida portuguesas são os conceitos *top of mind* a que os emigrantes portugueses no estrangeiro associam o Portugal contemporâneo. “Eu gostava muito que, por exemplo, um restaurante português lá fora estivesse a passar de fundo a RDP Internacional, mostrando que isto é Portugal, o Portugal de hoje, não o Portugal que existiu antes” (Barreiros, 2017, entrevista pessoal); e o desejo do diretor adjunto da RDP Internacional vai ao encontro do contrato de concessão, que descreve a estação como uma “(...) emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas, promovendo externamente o prestígio nacional e favorecendo uma representação da cultura portuguesa pluralista, moderna e assente nos criadores nacionais e lusófonos (CCSPRT, 2015, cláusula 16^a, alínea b).

Destacamos dois grandes desafios da programação e da realização de programas. O primeiro será a comunicação para públicos-alvo que se encontram em diferentes fusos horários, logo, em diferentes fases das rotinas diárias (às quais a rádio se liga de forma a manter-se relevante na vida das pessoas). Já o segundo é o objetivo de agradar a gregos e a troianos, ou seja, tanto à antiga vaga de emigração dos anos 50, 60 e 70 como à nova vaga de emigração qualificada da última década.

Para responder ao primeiro desafio, a direção atual implementou uma forma de comunicar com as diásporas espalhadas pelo mundo que, não soando a nova, representou uma novidade no tom de comunicação da estação: dirigir-se ao ouvinte por “Bom dia, boa tarde ou boa noite, onde quer que esteja”. Para este efeito, no estúdio estão montados quatro relógios com as horas locais de Lisboa, Los Angeles, Nova Iorque, Rio de Janeiro e Sidney. Esta foi uma inovação de 2016, para que os *pivots* de emissão se consciencializem que é importante comunicar para todas as fases do dia: “Estamos sempre em horário nobre, em diferentes regiões do mundo” (Barreiros, 2017, entrevista pessoal).

Para responder ao segundo desafio, foi realizado pela RTP um estudo de opinião interno *online* junto de algumas comunidades portuguesas nos principais destinos de emigração. No caso da RDP Internacional, é muito complexo medir audiências com exatidão; seria necessário reunir o nível de audiência pela internet, por satélite, pelas plataformas *Tuneln*, pelo sistema de satélite

iHeartRadio, o que torna praticamente impossível sistematizar percentualmente o *reach* ou o *share* da RDP Internacional. Será, sim, possível mensurar a perceção da rádio por parte da diáspora que ouve rádio, independentemente da plataforma que utiliza para o fazer. Contudo, esse trabalho ao nível da receção constituiria uma outra dissertação, complementar ao presente trabalho que, em capítulo suplementar, foca com maior detalhe os modelos de produção das rádios produzidas para a diáspora.

A informação está na espinha dorsal da programação da RDP Internacional, sendo retransmitidos os noticiários da Antena 1 de hora a hora. A programação é complementada por música, maioritariamente portuguesa, transmissões desportivas – sobretudo ao fim de semana – e algumas rubricas sobre cultura e atualidade portuguesa (nos quais se incluem conteúdos sobre gastronomia, história, turismo). Alguns programas de linha aberta, com participação de ouvintes, como o *Abraço de Domingo*, um programa histórico e de elevada participação, são também a imagem de marca da estação.

Os 5 Cantos do Mundo, à tarde, é um programa de linha aberta com participação da diáspora. A estação não tem correspondentes contratados, recorrendo com frequência a antigos funcionários ou pessoas conhecidas para alimentar este programa. A RDP Internacional transmite também os debates quinzenais do Parlamento, mas esta opção editorial não é consensual, porque há quem pense que poderá ser enfadonho para ouvintes no estrangeiro. Refletindo sobre o tema, podemos admitir que as decisões parlamentares poderão contribuir para cativar a diáspora que deseje regressar um dia ao seu país de origem, já que as suas decisões estratégicas de migração podem depender das políticas públicas de apoio laboral e incentivo ao retorno.

Musicalmente, a opção da coordenação musical é de procurar o consenso e o meio-termo, isto é, não ser hostil para os mais velhos nem os mais novos. Por isso, a escolha recai sobre os nomes mais comuns e populares da música portuguesa. Está também estabelecido no contrato de concessão que faz parte da missão de serviço público a divulgação de novos artistas portugueses. É rara a transmissão de música estrangeira, mas ocasionalmente surgem algumas canções anglo-saxónicas e uma ou duas músicas brasileiras por dia. A programação de fim de semana inclui programas de autor com música mais antiga, mas o espaço sobranete para produção própria é reduzido, já que os noticiários e as transmissões desportivas retransmitidos da Antena

1 ocupam as tardes de sábado e domingo. A esta programação acresce o *Jornal das Comunidades*, diariamente realizado e apresentado na RDP Internacional sobre os principais eventos culturais das mais numerosas comunidades emigrantes portuguesas.

“Temos de ser úteis para as pessoas e fazer uma rádio bonita” (Barreiros, 2017, entrevista pessoal); é este o lema da RDP Internacional. Apesar destes esforços de contemporização da estrutura programática da RDP Internacional, o seu ouvinte-tipo ainda é o que ficou dos fluxos migratórios dos anos 50, 60 e 70 (Pêgo, 2016, entrevista pessoal). Os mais novos mantêm o hábito de escuta quando emigram, preferindo escutar as emissões *online* da Rádio Comercial e da RFM (Barreiros, 2017, entrevista pessoal). Ainda assim, o objetivo mantém-se: cativar novos públicos, entre eles audiências mais jovens. Para reflexão futura, é certo que as rádios internacionais terão um papel difuso quando as diferenças nos modelos de distribuição se instalarem; ainda assim, mantém-se um objetivo: levar a cultura portuguesa a quem de cá saiu.

O programa *Vozes da Lusofonia* na Antena 1

O *Vozes da Lusofonia* é um programa musical de entrevista, focado no género “músicas do mundo” lusófono. O seu objeto temático é o conjunto dos acontecimentos culturais provenientes de países de expressão em língua portuguesa que têm lugar em Portugal. É apresentado pelo radialista Edgar Canelas, transmitido na Antena 1 aos domingos às 9 horas, com repetição na madrugada de 6^a feira à 1 hora e na madrugada de domingo às 4 horas na mesma estação, e ainda, às 3 horas da madrugada à 6^a feira na RDP África.

Institucionalmente, o *Vozes da Lusofonia* posiciona-se de acordo com uma linha editorial de programa de autor:

Poetas, músicos e intérpretes da nossa língua à conversa com Edgar Canelas. Um ponto comum une os convidados de *Vozes da Lusofonia*: a língua portuguesa! A partir desse ponto abre-se um mundo de diversidade! Poetas, músicos, intérpretes sentam-se semana a semana à conversa com Edgar Canelas. Sobre a mesa, um disco novo, uma carreira, uma vida cruzada com a música, um novo espectáculo... O tempo certo para a conversa, o espaço necessário para escutar a música. (RTP Play, 2017, texto de apresentação do programa)

A diversidade do mundo lusófono é destacada como uma das principais componentes do programa, consequência da atenção dada aos intérpretes e autores de língua portuguesa. De acordo com Edgar Canelas, autor, produtor e apresentador deste programa, ele move-se tematicamente no triângulo Portugal-Brasil-África, ainda que ocasionalmente haja exceções:

O meu conceito [de Lusofonia] aqui é este [Portugal-Brasil-África]. Mas tenho algumas áreas que tem dado algumas discussões engraçadas. Já tenho falado com músicos de Macau, não só necessariamente do Brasil ou de África, mas que tenham o espaço lusófono e a língua portuguesa e de algum modo a influência da música portuguesa como base do seu trabalho. E eles entram no meu conceito. Ou seja, o conceito de voz da lusofonia não é tanto ele cantar em Português, porque pode cantar em Crioulo ou até ter músicas em Inglês, mas a matriz ser a do mundo lusófono na criação da sua música. (Canelas, 2016, entrevista pessoal)

Ainda que a tomada de decisão sobre o horário de transmissão seja da responsabilidade da direção, o autor do programa vê com bons olhos os painéis de emissão atribuídos, porque “é um horário em que as pessoas têm mais disponibilidade para ouvir. Não sinto que o programa esteja a ser prejudicado pelo horário, até porque também está presente nas redes sociais e em *podcast*” (Canelas, 2016, entrevista pessoal).

O *Vozes da Lusofonia* apresenta todas as características de um programa de autor. O programa foi uma proposta de Edgar Canelas num momento de reestruturação da Antena 1, em 2004, altura em que a grelha era centrada em programas de autor emitidos em direto. Nessa altura, ainda com Luís Marinho à frente da programação da Antena 1, a reestruturação passou pelo término de alguns programas de autor, passando a grelha de programação a estruturar-se em torno de uma *playlist* e de segmentos de palavra mais curtos (na ordem dos 5 a 6 minutos). Na sequência dessa compartimentação, a proposta à direção foi feita por Canelas, de modo a existir um espaço de programação que permitisse aos intérpretes e compositores musicais manterem uma conversa mais longa e aprofundada sobre a sua carreira e onde pudessem demorar-se a apresentar um disco novo. Inicialmente, o programa foi pensado para se focar apenas em músicos portugueses, mas o trabalho que o autor havia feito nos anos anteriores com artistas brasileiros e africanos impeliu-o a propor que este espaço se estendesse à Lusofonia. Assim, concluímos que a Lusofonia – neste registo de programa de autor – surge na Antena 1 não

como uma manobra estratégica, mas sim como uma iniciativa individual dos quadros técnicos da empresa.

É sobretudo através da música que a Lusofonia é representada no serviço público de rádio. Assim acontece por dois motivos essenciais: primeiro, porque a rádio pública é constituída fundamentalmente por música (mais de metade, ou seja, se a rádio fosse um corpo humano, a música seria água); por outra, porque definir um conceito de tal forma abstrato como é a Lusofonia num elemento cultural concreto e facilmente mensurável como é a música torna o seu entendimento e apreensão mais sistémicos.

(...) a Lusofonia, musicalmente falando, é composta por canções que veiculem a língua portuguesa ou reflitam o património cultural português, compostas ou interpretadas por artistas de países e comunidades que compartilham a língua portuguesa ou seja, países de expressão portuguesa. (Ribeiro, 2017, entrevista pessoal)

O disco mais recente de determinado compositor ou intérprete é o ponto de partida para uma conversa com os artistas lusófonos sobre a carreira antes e depois daquele disco. Os artistas escolhem entre cinco e seis temas e são eles próprios a apresentar as suas canções, o que diferencia o programa porque “nem sempre as escolhas de quem faz o disco são as escolhas de quem ouve o disco” (Canelas, 2016, entrevista pessoal). O distanciamento entre a data de lançamento do disco e a entrevista é uma das estratégias para refrescar o olhar dos próprios autores sobre o seu trabalho, e para não atolar os programas musicais com um mesmo conteúdo na altura em que o disco é lançado: “Deixando passar algumas semanas da lufa-lufa do lançamento do disco, os artistas têm um outro olhar sobre o próprio disco. O programa dá-lhes tempo” (Canelas, 2016, entrevista pessoal).

Quando questionado sobre se este programa refletia a reação do autor perante uma rádio construída em torno de uma *playlist*, a resposta é afirmativa. Além disso, é uma proposta à direção para continuar a dar espaço aos convidados musicais para entrevistas um pouco mais extensas e aprofundadas, já que o formato vigente é o de segmentos de curta duração. O facto de se tratar de um programa de autor, com total liberdade de criação, permite que o critério de seleção dos conteúdos musicais seja mais pessoal e a formulação do programa mais subjetiva, como já

tínhamos verificado no seu congénere brasileiro *Tanto Mar*, da EBC. A missão da rádio pública, já aqui analisada através do contrato de concessão da RTP, permite este carácter diferenciador da programação, já que um dos objetivos do serviço público é exatamente oferecer conteúdos que não sejam disponibilizados pelos restantes canais do mercado de rádios privadas. Assim, uma das características mais prementes deste programa é a sua pluralidade, manifestada na triagem de disco e intérpretes a evidenciar no programa: “Tento fugir ao *mainstream*, ao comercial, levar os ouvintes a outras faixas de menos batidos do Brasil, por exemplo, até porque o Brasil não é só samba, nem é só axé” (Canelas, 2016, entrevista pessoal).

E porque este é um programa que não pretende dar voz a artistas que já estão presentes em outros espaços da programação da Antena 1, mas sim tentar fugir aos “suspeitos do costume”, outras das características mais prementes do *Vozes da Lusofonia* é a complementaridade. Esta característica essencial da missão de serviço público, que consiste em promover conteúdos alternativos aos que o mercado proporciona, é possibilitada pelo facto de *Vozes da Lusofonia* ser um programa de autor que não é condicionado pela pressão institucional das editoras discográficas.

A par com a diversidade e complementaridade está ainda o critério de excelência: “dar aos ouvintes o que não conhecem, mas que tem valor musical; isto faz parte da missão do serviço público” (Canelas, 2016, entrevista pessoal). Os géneros musicais não balizam os conteúdos do programa, o privilégio é dado à qualidade do disco. A diversificação de géneros musicais parece ser uma das suas forças, um programa diferenciador na grelha de programação da Antena 1: “Temos uma *playlist* no ar a cumprir serviço público, a dar visibilidade a artistas que são mais populares, que vendem mais, mas a outros também” (Canelas, 2016, entrevista pessoal).

Todavia, alguns géneros musicais ainda permanecem completamente excluídos da programação da Antena 1, mesmo quando considerados programas de autor, como o *Vozes da Lusofonia*. É o caso do folclore, que aliás demonstra elevados níveis de aceitação junto de um segmento da população portuguesa que habita fora dos centros urbanos. Por esse motivo, e porque a Antena 1 é uma rádio nacional, com emissores dispostos por todo o território nacional, vários programas produzidos pelas provedorias do ouvinte da RTP nos últimos anos tiveram como alvo temático a música no serviço público de rádio, em particular o género musical folclórico. No

no programa “Em Nome do Ouvinte” transmitido a 22 de julho de 2016, da responsabilidade da provedoria do ouvinte da RTP, é analisada a queixa de um ouvinte sobre a ausência de folclore na RTP. Segundo este ouvinte, a rádio pública daria pouca atenção aos ranchos folclóricos, contribuindo de certa forma para a sua gradual extinção. A provedora realçou a missão de diversidade que consta nos princípios fundadores do serviço público, sobretudo num contexto de plataformas múltiplas que pretendem chegar com proximidade à audiência, mas destacou também que os ranchos populares consistem numa “manifestação cultural, que sendo património cultural português, tem um estilo musical que é pouco radiofónico e pouco abrangente, pelo que está naturalmente reservado a espaços de emissão específicos e programas particulares” (Cordeiro, 2016, 22 de julho).

A ligação que o disco tem à música portuguesa e a relação do intérprete a Portugal é um dos mais importantes fatores de seleção de convidados para o programa, de acordo com o seu autor. Apesar de o triângulo Portugal-Brasil-África ser o foco essencial do programa, as suas fronteiras temáticas alargam-se a produtos culturais com matriz lusófona, como:

Por exemplo, há uns anos uma cantora galega, a Maria Berazarte, lançou um disco com letras do Tiago Torres da Silva que é um excelente escritor de fado e com músicos de fado. Ou seja, ela não é portuguesa, mas tem uma paixão pela língua portuguesa e lançou um disco de um género musical deste triângulo Portugal-Brasil-África, de matriz lusófona. Hoje gravei com um músico que nasceu em Macau, trabalha em Inglaterra e gravou um disco cantado em Português, com letras portuguesas, com uma orquestra inglesa e músicos chineses. No entanto ouvimos aquele disco e ele é nosso, é português. Não me restrinjo aos países de origem dos músicos. (Canelas, 2016, entrevista pessoal)

Encontrámos nesta referência de Canelas um exemplo paradigmático do que pode ser a mais-valia de ter na programação da rádio pública um programa de autor sobre música e cultura lusófonas. Não reduzindo o seu corpus ao país de origem dos artistas, criaríamos as condições para uma verdadeira abertura à Lusofonia, sem as amarras de nacionalidade ou da condição de língua oficial, permitindo o encontro entre o serviço público português e as regiões lusófonas da Galiza, Macau, Malaca ou Goa. Mas será essa a realidade escutável no produto radiofónico final?

Para tentar ensaiar uma resposta, analisamos agora mais detalhadamente a pesquisa empírica sobre o *Vozes da Lusofonia*. A análise do programa, de periodicidade semanal, perdurou durante 24 meses, entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016, durante os quais foram escrutinados 96 programas (46 edições em 2015 e 50 edições em 2016). O canal utilizado para a escuta e análise foi o *site* multimédia da empresa pública de rádio e televisão, RTP Play. Do conjunto dos dados recolhidos, a repetição do país de origem dos convidados do programa é a primeira característica que salta à vista: das 96 edições do programa em análise, 77 contaram com a participação de artistas portugueses, o que corresponde a 80% dos conteúdos do programa. De assinalar que uma parte destes programas correspondem a coproduções entre portugueses e artistas de outras origens, ou de artistas com dupla nacionalidade, ou ainda de projetos musicais que versam géneros musicais tradicionais de outros países, mas estas três condições apenas estão contempladas em seis programas, perfazendo assim 6% das edições de 2015 e 2016.

Em relação às restantes nacionalidades lusófonas, sem surpresa – e conivente com a predominância da restante programação musical da Antena 1 – é o Brasil que ocupa a segunda posição nas nacionalidades mais recorrentes no programa: são 12 as edições dedicadas a artistas brasileiras, seguidas de dois programas relativos a artistas angolanos (um em 2015 e outro em 2016), cabo-verdianos (ambos em 2016) e guineenses (ambos em 2015) e apenas um sobre um artista de origem moçambicana (de 2015). Em 2015, foram quatro os programas dedicados ao Brasil, tendo este número sido duplicado em 2016. Concluindo, em termos percentuais, no período da amostra registaram-se 12,5% de edições dedicadas ao Brasil, 2% de edições focadas em Angola, 2% em Cabo Verde, 2% à Guiné-Bissau e apenas 1% concentrado em Moçambique.

Estes dados, que já indiciam uma prevalência acentuada da portugalidade no *Vozes da Lusofonia*, serão sistematizados na secção seguinte, de forma a estabelecermos um paralelismo entre o programa sobre música lusófona da RTP e o da EBC.

Vozes da Lusofonia e Tanto Mar, encontros e desencontros

Apesar das notadas semelhanças em termos de posicionamento estratégico na estação de rádio em que são transmitidos, os moldes de produção dos programas *Vozes da Lusofonia* e do seu correspondente identificado no Brasil, o *Tanto Mar*, são bastante distintos entre si. O programa

da RTP é um programa de maior foco na palavra, enquanto que o programa da EBC apresenta maior incidência na música. A questão das audiências é um campo desconhecido em ambas as empresas públicas, apesar de estarem disponíveis dados audiométricos sobre níveis de escuta de cada uma das estações. Contudo, não parece haver muita preocupação da parte da direção em compreender qual o índice de audiência dos conteúdos musicais diretamente provindos do espaço lusófono. O sistema de medição das audiências gera, do lado brasileiro, desconhecimento por parte da produtora do *Tanto Mar* (em entrevista pessoal, quando questionada sobre as audiências do programa, responde um simples “não sei”) e, do lado português, ceticismo devido ao processo de medição de audiências que não contempla os públicos fragmentados dispersos nas mais variadas plataformas multimédia além do FM (*live streaming, podcasts, redes sociais*).

Em relação à presença do programa nas redes sociais, o foco é o Facebook. A gestão desta rede social, apesar de forte na atualização (há publicações praticamente diárias, apesar de se tratar de um programa semanal), parece ser desorganizada, já que faz lembrar um depósito de informações sobre artistas do mundo da Lusofonia, em particular intérpretes portugueses. Há poucas referências em relação aos artistas que serão convidados do programa seguinte, sendo o *teaser* pouco utilizado no digital. Já o *Tanto Mar*, como mencionado anteriormente, surge muito espaçadamente e sem qualquer tipo de continuidade nas redes sociais.

Ao nível da amplitude de géneros musicais, o programa *Vozes da Lusofonia* é mais eclético do que o programa *Tanto Mar*, o estudo de caso comparativo provindo da rádio pública brasileira. Se no *Tanto Mar* havíamos notado que a seleção musical ao nível dos géneros se restringia sobretudo à música tradicional popular de cada um dos países da Lusofonia, com algumas passagens pelo rock, pelo jazz e pela canção de intervenção, já o *Vozes da Lusofonia* amplia o seu espectro musical do fado, samba e da morna à música popular ligeira (ou “música pimba”). Apenas o folclore não surge nem num nem noutro programa, e esse parece ser o denominador comum entre ambos em relação ao tema dos géneros musicais.

Comparando os artistas presentes nos dois programas, verificamos que há um leque de artistas, maioritariamente portugueses, que tanto marcam presença num como noutro. Contabilizámos 17 artistas em comum ao longo do período de análise mencionado, ou seja, cerca de 20% da totalidade das edições dos dois programas. Desses 17 artistas repetidos, 14 são

portugueses, dois são guineenses e um é brasileiro. Dos artistas portugueses, a maioria pertence ao género do fado, mas também o pop, o rock e a música de intervenção estão representados.

Sistematizamos nos gráficos abaixo os dados relativos à proveniência dos artistas versados no programa *Vozes da Lusofonia*, assim como o mesmo indicador relativo ao *Tanto Mar*, de forma a comparar quantitativamente os seus formatos e delinear algumas conclusões:

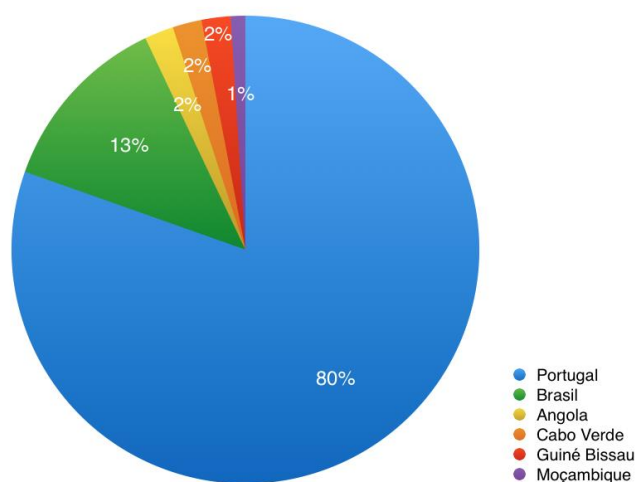


Gráfico 2: Origem dos artistas convidados no programa *Vozes da Lusofonia* entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016 (num total de 96 edições analisadas)

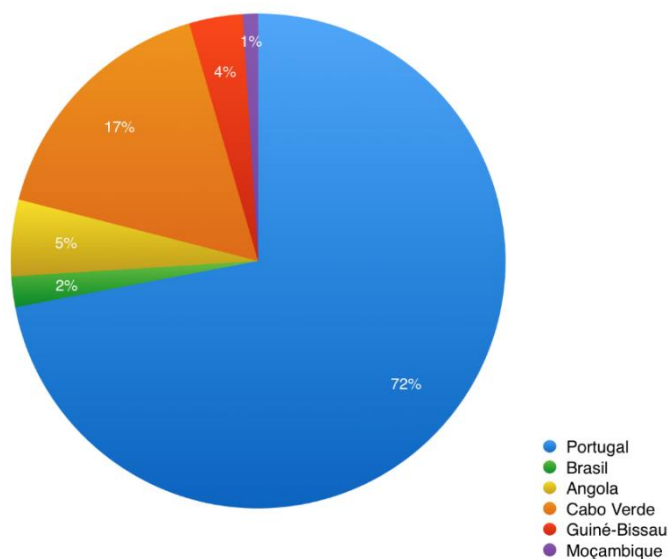


Gráfico 3: Origem dos artistas presentes no programa *Tanto Mar*, entre janeiro de 2014 e junho de 2017 (num total de 85 edições analisadas)

Analisando qualitativamente os dados acima representados, podemos desde já concluir que nem o *Vozes da Lusofonia* nem o *Tanto Mar* são programas de rádio verdadeiramente representativos da música do espaço lusófono, já que a grande maioria das suas edições se focam na música portuguesa (80% e 72%, respetivamente). A semelhança entre os dois programas na atenção dada à portugalidade salta à vista. Agora, dirigindo o olhar para o segundo país de maior presença, no *Vozes da Lusofonia* encontramos, sem surpresas, o Brasil, mas no *Tanto Mar* torna-se evidente a relevância musical planetária de Cabo Verde (17%). O país, mundialmente reconhecido pela riqueza da sua cultura musical, patente na internacionalização da morna e de nomes como Cesária Évora e Tito Paris, ultrapassa pela música as duas maiores potências económicas do espaço lusófono: Angola e Moçambique. É na música que Cabo Verde se assume como uma potência mundial.

O *Tanto Mar*, respeitando a sua missão de divulgação da música dos países de língua portuguesa e de diversidade proposta pelos princípios de serviço público, dedica apenas 2% das suas edições ao Brasil, seu país de origem. Não entrando na contabilização do gráfico acima por não serem os países de origem do artista principal versado em cada edição do programa (mas sim o país dos artistas convidados dos discos em destaque), registámos ainda a presença do Brasil em 23 edições do *Tanto Mar*, entre 2014 e 2017. Esta presença significativa vai ao encontro do relato de Mendonça (2014, entrevista pessoal), no qual enfatizou a importância de co-produções musicais de artistas lusófonos com congéneres brasileiros na seleção musical do programa.

Estes são os países lusófonos nos quais se centram as edições do *Tanto Mar* analisadas. Contudo, há países que, sendo ou não lusófonos, contam com artistas que participam em duetos com artistas lusófonos. No gráfico acima delineado, não foram contabilizadas as nacionalidades desses artistas secundários ou complementares, por não serem os países de origem do artista principal versado em cada edição do programa. Além disso, quando um mesmo programa apresenta artistas de várias nacionalidades e os trata de forma equitativa, isto é, sem ser conferido um destaque particular a nenhum deles, contabilizam-se a totalidade desses países na categoria de país secundário/complementar. Neste grupo de artistas secundários/complementares, destacamos ainda a presença de Cabo Verde em 11 edições, Portugal em oito, Angola em sete,

Guiné-Bissau em quatro, Estados Unidos e Inglaterra em três edições cada (fazendo notar a importância da cultura anglófona como centro da cultura-mundo) e ainda São Tomé e Príncipe, Senegal, África do Sul, Líbano, Bélgica e Espanha numa edição apenas.

Em relação ao *Vozes da Lusofonia*, a restringência do programa ao universo português deve-se sobretudo ao facto de o modelo de produção do programa (do subgénero entrevista) se centrar em artistas que estão presencialmente em Portugal, limitando assim a origem dos convidados. No seguimento da contabilização quantitativa dos programas de 2015 e 2016, parece-nos que os conteúdos abordados no *Vozes da Lusofonia* vão à boleia das editoras discográficas que se esforçam por promover o lançamento de discos novos e de produtoras de espetáculos que trazem artistas lusófonos a Portugal. Pelas pistas que nos foram dadas por Canelas em entrevista pessoal (2016), o processo de curadoria do programa encontra nas empresas discográficas uma bengala, já que a razão de interesse para os artistas portugueses aceitarem o convite é, habitualmente, o lançamento de um disco novo. Quanto ao *Tanto Mar*, o facto de se pautar por uma recolha de material audiográfico de iniciativa individual da própria produtora e apresentadora do programa acaba por definir a sua própria essência, porque essa recolha é realizada exclusivamente em Portugal. Por este motivo, há um centramento na música portuguesa, já que estamos perante um programa eminentemente musical, em que a palavra é reduzida ao mínimo indispensável, resultando apenas como fio condutor à escuta de um disco ou de um conjunto de canções de determinado(s) artista(s), selecionado subjetivamente por Mendonça pela sua qualidade musical.

Por fim, registámos a total ausência de Timor-Leste, tanto no programa português como no brasileiro, e a esparsa presença de São Tomé e Príncipe. Podemos, assim, enunciar a rejeição quase total destes dois países do espaço lusófono na rádio pública em Portugal e no Brasil.

Sistematizamos agora nos seguintes gráficos os dados relativos aos géneros musicais presentes em ambos os programas em análise. Na categorização de géneros musicais, foi utilizada a classificação obtida na secção “Géneros musicais do espaço lusófono e sua classificação” do presente trabalho. Na coleta destes dados, considerámos tanto géneros musicais primários, isto é, géneros a que os artistas mencionados estão habitualmente associados (podendo ser um ou mais), como também géneros musicais secundários, ou seja, géneros explorados por esses artistas em determinado disco ou fase da sua carreira.

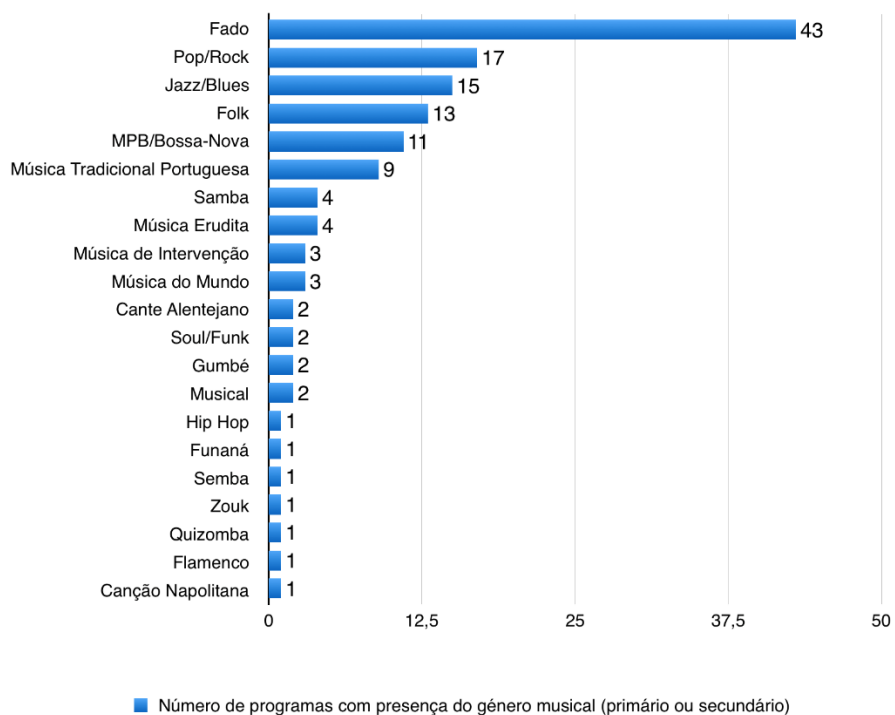


Gráfico 4: Géneros musicais presentes no programa *Vozes da Lusofonia* entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016 (num total de 96 edições analisadas)

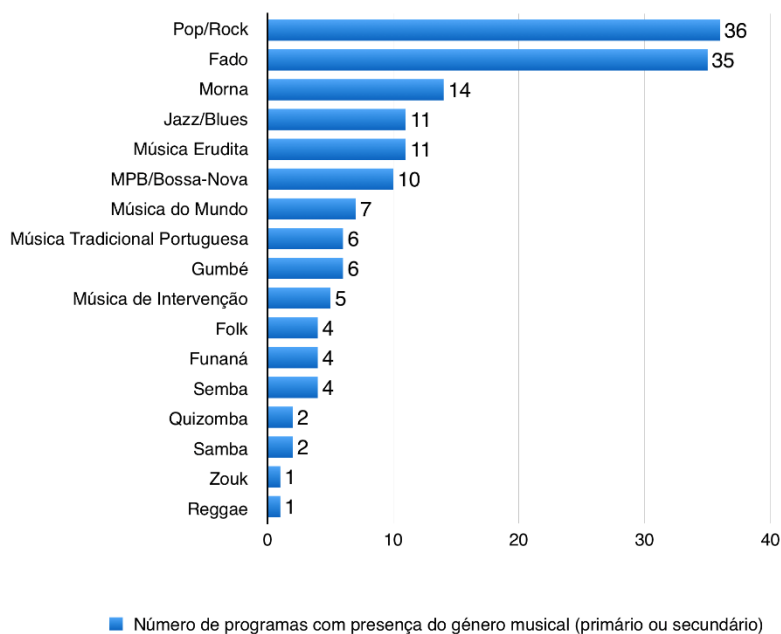


Gráfico 5: Géneros musicais presentes no programa *Tanto Mar*, entre janeiro de 2014 e junho de 2017 (num total de 85 edições analisadas)

Corroborando a análise delineada a partir dos gráficos anteriores, relativos às nacionalidades dos artistas presentes nos dois programas alvo de estudo de caso, extraímos essencialmente quatro conclusões:

i) no programa *Vozes da Lusofonia*, tal como na programação geral da Antena 1, sai reforçado o tempo de antena disponibilizado a géneros musicais recorrentes da música produzida em Portugal, como o fado, o pop/rock e a música tradicional portuguesa;

ii) no *Vozes da Lusofonia*, o fado esteve presente (de forma primária ou secundária) em praticamente metade das edições transmitidas em 2015 e 2016, denunciando um recentramento no género musical mais internacionalmente associado à portugalidade; além disso, o segundo género mais presente, quase equivalente à atenção obtida pelo fado – o pop/rock –, corresponde sobretudo a grupos musicais portugueses que participam no programa para divulgação de um disco novo (como mencionado anteriormente, essa entrevista no programa de Edgar Canelas é parte integrante do plano de promoção aos discos lançados com o selo Antena 1);

iii) o *Vozes da Lusofonia* absorveu, no período de análise, um número mais elevado de géneros musicais (21), em comparação com o programa *Tanto Mar* (17), caracterizando-se, portanto, por uma roupagem musical mais eclética, ainda que pautada por uma forte concentração de artistas de nacionalidade portuguesa;

iv) o *Tanto Mar* presencia uma forte marca do fado e uma passagem assinalável por géneros musicais cabo-verdianos, como a morna e a coladeira.¹⁷⁹

Após análise e reflexão, acreditamos que o *Vozes da Lusofonia* não cria novos caminhos de divulgação da música lusófona, mas sedimenta a programação oferecida nas indústrias culturais portuguesas. Se a divulgação da música lusófona é realmente um objetivo, este programa é vítima dos seus próprios moldes de produção, já que o subgénero entrevista não parece ser o maior aliado da diversidade, por ser exigida a presença física do convidado em estúdio. Este ponto fraco do programa é também uma consequência da própria amplitude do espaço lusófono, já que a

179 Para uma análise mais detalhada dos conteúdos presentes nas várias edições dos estudos de caso analisados, ver Apêndices 5 e 6, onde sistematizámos uma grelha de análise descritiva dos programas *Tanto Mar* e *Vozes da Lusofonia*, com menção aos artistas principais, secundários/complementares, respetivas nacionalidades e géneros musicais presentes em cada edição.

distância que separa Portugal dos restantes países de língua oficial portuguesa dificulta a presença de convidados de outros parapeiros lusófonos. Dadas as circunstâncias, acreditamos que o seu “homófono” brasileiro, *Tanto Mar*, é mais bem-sucedido no que toca à representação da diversidade da Lusofonia e da pluralidade exigidas pela missão de serviço público. Acreditamos que esta superioridade é possibilitada pela natureza do programa, assente num formato puro de programa musical baseado num ou em vários álbuns de artistas lusófonos. O formato entrevista eleito pelo *Vozes da Lusofonia*, ainda que mais rico do ponto de vista do conteúdo, torna-se numa fraqueza, pela incapacitação de representação da totalidade do mundo lusófono.

Assim, para que o programa se tornasse verdadeiramente plural e espelhasse a realidade das indústrias musicais dos países lusófonos, seria necessária uma abertura maior à utilização de TIC que permitissem a realização de entrevistas à distância com artistas do espaço lusófono, sem desvirtuar a essência do programa, materializada no formato de entrevista. A realização de comunicações telefónicas com qualidade sonora é, hoje em dia, possível sem acréscimo de custos através das tecnologias Skype ou Viber, não sendo sequer necessário recorrer a comunicações telefónicas, bastando para isso que o entrevistado tenha uma ligação Wi-Fi disponível e um computador com as referidas aplicações¹⁸⁰.

A questão da distribuição é, portanto, fulcral no delineamento da programação dedicada à Lusofonia na rádio, o que nos leva a estabelecer um paralelismo entre a música e a literatura, isto é, entre a distribuição e promoção de discos e livros, que no fundo, parece estender-se a todos os produtos culturais do espaço lusófono:

Dois escritores ouvidos pela Lusa (...) dizem que a cultura lusófona tem sido movida mais por autores e editoras do que por “interesse” de governos, e que para deixar de ser “um mito”, precisaria de “políticas” e “investimento”. Quando falamos de lusofonia, falamos dos territórios que falam a língua portuguesa” e isso “tem uma envolvimento política”, assinala o escritor timorense Luís Cardoso (...). Reconhecendo que “hoje em dia já há mais” um sentimento de partilha em torno de um património comum, Luís Cardoso lamenta que, por mais “esforços” que a CPLP faça, os países lusófonos ainda estejam “muito fechados

180 Nos estúdios modernos de rádio, é possível a ligação de uma das vias da mesa de mistura a um computador com as aplicações Skype ou Viber, permitindo realizar uma gravação ou entrar no ar em direto através desta tecnologia, garantindo a qualidade do áudio da comunicação (a fraca qualidade sonora das ligações telefónicas é frequentemente apontada pelos profissionais de rádio como uma dificuldade ao entendimento e à concretização de uma estratégia de comunicação radiofónica eficaz).

relativamente ao que se passa nos outros territórios” com a mesma língua. (Público, 2013, 23 de fevereiro)

A rentabilização das TIC ao serviço dos meios sonoros, num mundo em transformação que possibilitou à rádio o usufruto de uma panóplia de ferramentas que lhe permitiram aumentar o seu alcance – e, de certa forma, a sua audiência –, será uma das hipóteses de melhoramento do programa *Vozes da Lusofonia*, de forma a configurar-se no atual modelo de convergência mediática (Herreros, 2001; Jenkins, 2008; Portela, 2014). Ainda que as edições do *Vozes da Lusofonia* estejam disponíveis, desde 2007, no arquivo digital do sítio da empresa pública de comunicação RTP Play, e seja possível a sua escuta através da emissão *online* – tal como das estações RDP África e RDP Internacional –, a RTP ainda pode fazer mais e melhor para expandir o fluxo dos seus conteúdos através de múltiplas plataformas mediáticas. Essa foi, aliás, uma das linhas estratégicas de âmbito específico apontadas pelo CGI em janeiro de 2015 como objetivos a serem perseguidos pela RTP:

Aprofundar as experiências de convergência de conteúdos entre a rádio, a televisão e a multimédia, de modo a criar e consolidar uma base de competências e de recursos que beneficie todas as plataformas de distribuição e enriqueça a prestação do serviço público de media. (CGI, 2015, p. 6)

A falta de convergência e o centramento no modelo tradicional de rádio é ainda mais notório nas estações RDP África e RDP Internacional, cujas equipas pequenas não permitem a multiplicação de tarefas exigida pela expansão de conteúdos, no caminho antes trilhado pela intertextualidade e pelo hipertexto (Kristeva, 1969). Se “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está a falar e do que imaginam estar a falar” (Jenkins, 2008, p. 11), então consideramos que as principais representações da Lusofonia na rádio pública portuguesa poderiam intensificar fenómenos tecnológicos de convergência, já que ainda surgem com maior premência, e maior limitação, no FM. Se o espectro eletromagnético delimita o espaço hertziano, abraçar a infinitude da web será uma prova de superação e excelência do serviço público de rádio. E, claro, uma forma

de encurtar a distância que separa Portugal dos restantes países da Lusofonia e de fomentar o diálogo bilateral em língua portuguesa através das rotas navegáveis do espaço lusófono.

Capítulo 4

Do grito do Ipiranga ao encómio da portugalidade: ecos da diáspora ao sabor das ondas hertzianas

A alternativa não é apegar-se a modelos fechados, unitários e homogéneos de «pertencimento cultural», mas abarcar os processos mais amplos – o jogo da semelhança e da diferença – que estão transformando a cultura no mundo inteiro. Esse é o caminho da diáspora, que é a trajetória de um povo moderno e de uma cultura moderna. (Hall, 2003, p. 47)

Breve caracterização da diáspora portuguesa no Brasil

A história dos fluxos migratórios que consolidaram a diáspora portuguesa no Brasil (e não só) é secular. No século XIX, o crescimento demográfico em Portugal ultrapassou a capacidade económica do país para sustentar a população, dando origem a uma crise cuja única solução para o povo, predominantemente rural, foi a emigração. Portugal tornou-se no segundo país europeu mais afetado pela perda de população devido à emigração nos séculos XIX e XX, logo a seguir à Irlanda (Leite, 1987). Com efeito, calcula-se que entre 1886 e 1959 a emigração legal, só por si, tenha absorvido, pelo menos, 50% do excesso do número de nascimentos em relação ao número de mortes da população portuguesa residente no país e que, em períodos de emigração muito intensa, como os de 1912-1913, 1918-1920 e 1966-1972, a emigração se tenha traduzido em taxas de crescimento demográfico negativo (Godinho, 1978).

Dos 1.306.501 portugueses que emigraram entre 1855 e 1914, 78% eram originários do continente (Leite, 1987). Deste total, 82% foram para o Brasil, 15% para os Estados Unidos e 2% para a Argentina. Se o Brasil era o principal destino dos emigrantes do continente, para as populações das ilhas, o principal destino de emigração eram os Estados Unidos. Ao contrário dos restantes emigrantes europeus, cuja emigração se distribuiu por diversos países americanos, os portugueses dirigiram-se sobretudo para o Brasil. Dos emigrantes originários do continente, apenas 6% não foram para o Brasil (INE, 2010).

Já após a Segunda Guerra Mundial, o governo empenhou-se ativamente na promoção da emigração para as colónias portuguesas de África (Almeida & Barreto, 1970). Desde o início do século XIX até à década de 50 do século XX, mais de quatro quintos de todos os emigrantes portugueses registados foram para o Brasil (Serrão, 1977). Como se de uma atração fatal pelo Oceano Atlântico se tratasse, até 1961, 80% dos emigrantes portugueses destinavam-se ao continente americano (tanto norte como sul-americano). Só após os anos 60 é que a Europa continental, nomeadamente França, se tornou um destino importante (Arroteia, 1983) – a partir de 1962, ano a partir do qual, e durante uma década, cerca de um milhão de portugueses foi para França, uma tendência que só se inverteu na segunda década dos anos 2000.

O mercado brasileiro de mão-de-obra importada foi um mercado importante para a época. O crescimento da economia do café nas províncias centrais do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais era mantido pela importação em massa de escravos africanos, que entre 1822 e 1850 ascenderam a 1,1 milhões. O verdadeiro aumento da procura de imigrantes estrangeiros dar-se-ia nos finais da década de 80 do século XIX, quando os escravos começaram a abandonar as fazendas de café devido à introdução da sua emancipação. Os fazendeiros de São Paulo e do Rio de Janeiro viram-se subitamente perante uma necessidade urgente de mão-de-obra, o que levou à experiência invulgar na América da migração europeia subsidiada pelo Estado. Atendendo à concorrência da Argentina e dos Estados Unidos como mercados de trabalho alternativos, o Brasil apenas podia compensar os seus salários mais reduzidos pagando a travessia do Atlântico e o transporte dos trabalhadores até às fazendas.

A atração que o Brasil exerceu sobre os portugueses durante grande parte dos séculos XIX e XX deveu-se a vários fatores. O facto de falarem a mesma língua, os laços históricos entre a ex-

metrópole e a ex-colónia, as melhores oportunidades económicas, bem como as relações comerciais de longa data fizeram do Brasil um destino muito desejado pelos emigrantes. A comunicação estreita e os contactos de longa data significavam familiaridade e vastas redes para os emigrantes portugueses, que tinham pouca dificuldade em integrar-se na economia brasileira.

Embora os emigrantes italianos e mesmo espanhóis tenham ultrapassado os portugueses em termos de números durante o período mais intenso da emigração para o Brasil (entre a década de 70 do século XIX e 1907, não esquecendo os japoneses no princípio dos anos 30 do século XX), os portugueses acabaram por se revelar os emigrantes mais duradouros e mais numerosos (Levy, 1974). Um estudo oficial sobre os estabelecimentos comerciais do Brasil em 1856-1857 revelou que os brasileiros eram proprietários de apenas 44% do número total de estabelecimentos, sendo os portugueses donos de 35% (Lobo, 1978).

Em 1920, os cerca de 65.000 portugueses de São Paulo representavam 11% da população total da cidade e os 172.000 da cidade do Rio de Janeiro continuavam a corresponder a uma percentagem significativa de 15% da população total desta cidade. Em conjunto, estas duas concentrações urbanas correspondiam a 51% de todos os imigrantes nascidos em Portugal e residentes no Brasil no ano deste recenseamento. Mesmo quando casavam, os homens portugueses eram diferentes de outros imigrantes europeus, na medida em que apresentavam taxas surpreendentemente elevadas de endogamia¹⁸¹, casando principalmente com mulheres portuguesas. Este elevado grau de endogamia verificava-se apesar de, em relação a outros grandes grupos de estrangeiros residentes na cidade, os homens portugueses terem menos mulheres compatriotas com quem casar do que outros homens estrangeiros, porque a comunidade imigrante portuguesa era também a que mais reunia homens solteiros que chegavam sozinhos ao Brasil.

Em termos de profissões, os imigrantes portugueses pertenciam menos ao setor agrícola do que qualquer outra nacionalidade. A sua estrutura ocupacional mais complexa está patente em duas amostras de emigrantes legais portugueses que partiram para o Brasil em 1909 e 1913. Embora os trabalhadores agrícolas que não eram proprietários de terras representassem uma

¹⁸¹ O conceito de endogamia remete para o “costume ou regra que assenta na defesa do casamento entre indivíduos do mesmo grupo étnico, religioso ou social” (Infopédia, 2017a).

parcela importante (50% em 1909 e 34% em 1913), não constituíam, por si só, o grupo dominante. Além disso, entre esses emigrantes havia um número surpreendentemente elevado de proprietários e artífices especializados. Estas características invulgares dos emigrantes portugueses reflectiam-se nas diferenças que apresentavam em relação a outros imigrantes que chegavam ao Brasil. Os portugueses foram os primeiros a criar inúmeras instituições de voluntários, desde associações de socorros mútuos para trabalhadores a hospitais, sociedades literárias e bibliotecas para os emigrantes das classes média e alta. Além disso, o forte sentido de identidade comunitária assegurou que estas instituições de voluntários fossem não só das primeiras a serem criadas, como as mais duradouras da história moderna do Brasil. No caso de São Paulo, o primeiro hospital privado moderno foi o hospital criado pela Real e Benemérita Sociedade Portuguesa de Beneficência em 1872. Esta sociedade, que era, sem dúvida, a mais rica entre as associações de beneficência e socorros mútuos fundadas por imigrantes, foi constituída em 1859 e foi a primeira a surgir em São Paulo.

Como comunidade, os portugueses eram invulgarmente constringidos e estavam relativamente bem organizados, tendo constituído importantes associações de voluntários, à semelhança dos italianos e dos japoneses. Mas aquilo em que os portugueses se distinguiam de todos os outros emigrantes que partiam para o Brasil era na sua composição demográfica invulgar e na duração extraordinária da sua permanência no Brasil. Esta emigração portuguesa para o Brasil assemelha-se, em muitos aspectos, à emigração irlandesa para os Estados Unidos, que era igualmente duradoura e envolvia laços igualmente estreitos. Essas comunidades de imigrantes foram ambas sustentadas por uma corrente constante de emigrantes provenientes da Europa durante mais de dois séculos. Ambas se mantiveram em contacto com a pátria, mas acabaram ambas por se integrar nos seus países adoptivos. No caso dos portugueses que partiram para o Brasil, o contacto com a sua terra natal acabou por se perder à medida que os laços se foram tornando cada vez mais ténues e se abriram novas zonas de migração para aqueles que permaneceram no país. Isto, por sua vez, assegurou uma integração cada vez mais rápida da comunidade e uma perda progressiva da sua identidade própria a partir de 1950. (Klein, 1993, p. 265)

Os portugueses emigrados no Brasil que voltaram para Portugal passaram por cá a ser reconhecidos como brasileiros (Machado, 2004b). O caso Roberto Leal, enquanto produto híbrido da emigração lusa no Brasil, é exemplo disso mesmo. Serão os programas de rádio dirigidos à

diáspora portuguesa um dos raros elementos de vinculação da comunidade à sua identidade originária? Ou, por outra, constituirão o reflexo de uma miscigenação identitária entre cultura de partida e cultura de destino?

Estudos etnográficos sobre as zonas de emigração do Norte de Portugal (O'Neill, 1984) sublinham que os emigrantes que partiam tendo como destino o Brasil tendiam a abandonar de facto as terras familiares de origem, regressando com menos frequência do que os migrantes intra-europeus, que visitavam com mais frequência o seu país, onde compravam terras de modo mais sistemático. Atendendo às relações invulgarmente estreitas entre Portugal e Brasil e à capacidade que ambos manifestaram para evitarem uma participação significativa nas duas grandes guerras do século XX, o movimento de pessoas e fundos manteve-se quase ininterruptamente desde o início do século XIX até aos nossos dias.

A extensa relação entre famílias divididas pelo Atlântico resultou em movimentações constantes de pessoas entre os dois lados do oceano também ao longo do século passado. Mesmo que não se possa comparar esse movimento com os grandes fluxos de portugueses do fim do século XIX e começo do XX no Brasil, ou com o fluxo de brasileiros do final do século XX e começo do XXI em Portugal, é certo que sempre houve pessoas a migrarem entre Portugal e Brasil. Situações políticas distintas acentuaram a movimentação em ambos os sentidos: anti-salazaristas exilados no Brasil entre os anos 30 e 70; militantes de esquerda brasileira a emigrarem para um Portugal acabado de se libertar do regime autocrático de Salazar, época em que uma ditadura militar assolava o Brasil (Feldman-Bianco, 2001).

O ano de 2011 foi particularmente icónico na história das transações migratórias entre Portugal e Brasil. A 6 de abril desse ano, Portugal pede apoio financeiro ao FMI e inicia um plano de controlo orçamental assente em medidas de austeridade. Como consequência, por um lado, 6.000 cidadãos brasileiros com autorização de residência em Portugal saíram do país, sendo os maiores contribuintes para uma redução de 4,5% na população estrangeira residente em Portugal em 2012 (SEF, 2013). Por outro lado, o número de portugueses residentes no Brasil aumentou cerca de 19% na segunda metade de 2011 (Mundo Lusíada, 2011). Nessa altura, ao contrário do presente, a económica brasileira vivia uma fase de crescimento oposta à portuguesa, caracterizada

pelo crescimento económico e a estabilidade política, tendo-se assim transformado numa tábua de salvação para muitos jovens portugueses qualificados.

De acordo com dados do Observatório da Emigração (2015), em 2010 o número de portugueses emigrados no Brasil totalizava 137.973. Na primeira década do século XXI, o número de portugueses emigrados no Brasil caiu cerca de 35%, passando de 213.203 (em 2001) para 137.973 (em 2010). Apesar deste acentuado decréscimo, os portugueses ainda representavam, no início da segunda década do século XXI, quase um quarto dos nascidos no estrangeiro a residir no Brasil. Atualmente, e de acordo com os dados mais recentemente disponibilizados pelo Observatório da Emigração (2017), nota-se uma quebra na entrada de portugueses no Brasil: em 2015 entraram apenas 1.294 portugueses, registando-se uma queda de 3,5% em relação a 2014.

Apesar desta inversão da tendência, devido à crise política e económica que o Brasil vive desde 2015, vários são os motivos pelos quais os portugueses se têm sentido atraídos pelo Brasil como destino de emigração e um deles é, sem dúvida, a língua. Fazendo uma comparação entre emigrantes e imigrantes por família linguística, análises sociológicas indicam que a grande maioria dos fluxos migratórios são determinados por razões económicas: os emigrantes procuram zonas de rendimento mais elevado (Kerwill, 2006). No entanto, o fator linguístico é muito significativo:

i) 13% dos emigrantes portugueses escolhem países onde se fala Português;

ii) 10%, vão para países de língua espanhola, sugerindo a importância da proximidade, não apenas geográfica dado que encontramos comunidades importantes na América Latina de expressão espanhola;

iii) 51% dos imigrantes em Portugal vêm de países de língua oficial portuguesa (Reto, 2012).

No Brasil, a questão da língua não se coloca como forma de identificação e caracterização dos média mas sim a nacionalidade dos seus proprietários e os conteúdos privilegiados. No Brasil, existem alguns jornais da diáspora considerados de referência: *Portugal em Foco*, *A Voz de Portugal* e *O Mundo Português*, este último líder de tiragem, afirmando ter cerca de um milhão e meio de leitores em 90 países à volta do mundo. Como já foi referido de forma transversal no presente trabalho, nas principais cidades com ocupação portuguesa há também um número considerável de emissões radiofónicas que descreveremos na secção seguinte e um programa televisivo, intitulado *Assim é Portugal*. Estes meios atuam de forma isolada, dispersando-se entre

os vários eventos da comunidade. Portanto, apesar de ancorados em canais de programação particulares e regulados a partir de lógicas específicas, todos se enquadram na categoria de “mídia étnicos” que

(...) não se constroem de forma isolada e autónoma, mas sim a partir de referências exteriores à sua condição étnica (seja esta condição assumida ou não pelos Estados em que nascem) e dialogando, mesmo que de forma unilateral, com outros conteúdos, outras práticas, outras estéticas e formas de produzir legitimadas e valorizadas como norma. A integração de profissionais oriundos dos média étnicos nos média *mainstream*, seja do país de origem como de acolhimento/residência, dá origem a discursos engrandecedores sobre os que conseguem quebrar a barreira da etnicidade, passando a ser considerados role modelos de integração e sucesso profissional assim como representantes do grupo ou “comunidade” em instâncias de poder verdadeiramente significativas, tal como igualmente acontece com os políticos portugueses ou de descendência portuguesa eleitos para cargos na administração pública dos países onde residem. (Ferreira, 2016, p. 13)

No capítulo introdutório do presente trabalho, definimos o conceito de “mídia étnicos” como meios de comunicação criados e geridos pelas comunidades imigrantes e cuja produção se dirige a essas comunidades. Realmente, os média étnicos, ou meios multiculturais, representam uma alternativa, uma solução de contraste em relação aos conteúdos apresentados pelos média convencionais¹⁸². Os média multiculturais repercutem-se numa diversidade e variedade de temas, géneros e formatos que fazem cumprir os seus principais objetivos: por um lado, constituem-se como um instrumento útil que ajuda os imigrantes a lidarem com os problemas do dia a dia, próprios de quem se encontra num país de acolhimento; por outro, darem uma oportunidade aos próprios imigrantes de se auto-representarem através dos média, e deste modo, darem uma outra perspetiva sobre si próprios ao país de destino. Formas de integração, atividades culturais e sociais a ter lugar na comunidade, leis, normas e esclarecimentos sobre processos relacionados com a imigração são habitualmente os temas mais abordados neste género mediático (Maneri & Meli, 2007).

182 “Mainstream media” foi aqui traduzido pela expressão “mídia convencionais”, apesar desta normalmente se referir aos meios de comunicação social pré-era da digitalização (imprensa, rádio e televisão, os ditos “mídia tradicionais”). Ainda assim, em oposição ao conceito de mídia multiculturais, acreditamos que esta será a melhor designação em português, de forma a não forçar o uso do anglicismo.

(...) podemos reconhecer, mesmo fragilmente, capturas efêmeras de marcas sonoras que nutrem o imaginário do ouvinte, saudoso da terra natal, tais como os sotaques de apresentadores portugueses, como Martins Araújo e Varela Leal. Nas produções apresentadas por brasileiros, como Padre Armênio, Adriana Cambaúva, Fátima Macedo, Isabel Botelho ou a equipe do *Navegar é Preciso*, percebemos outros signos icônicos agindo na memória do ouvinte, a exemplo das músicas de fundo que exercem a função de background, indubitavelmente empobrecidas. A despeito do pouco trabalho com a linguagem sonoplástica e com a performance, necessárias à paisagem sonora radiofônica – tais programações sobrevivem timidamente, sem contudo esmorecer a força sonora, textual e signíca do fado, que, ressignificado, continua a articular imaginários de escutas, transmediatizado em outras redes e plataformas. (...) Várias razões podem justificar um largo período de arrefecimento das atividades fadistas, após a década de 1960: os filhos dos portugueses não terem desenvolvido o gosto pela cultura paterna, o impacto da cultura de massa, capitaneada pelo *rock and roll*, dentre tantos outros. De todo modo, um grupo de pessoas – músicos amadores e aficionados – permanecia engajado à atividade. (Valente & Nunes, 2011, pp. 76, 80)

O fado, que sofreu processos de resignificação e de mutação na percepção ao nível da receção, apreendeu na última década um estatuto consagrado de género musical de excelência, como foi referido no início do capítulo três. Ainda assim, historicamente, o peso da música portuguesa nas indústrias culturais brasileiras – tal como o da própria cultura portuguesa – tem vindo a ser reduzida. Vários são os motivos que desencadearam tamanho desinvestimento, mas podemos enquadrá-los essencialmente em duas categorias: na financeira, já que os empresários de origem portuguesa ou lusodescendentes, potenciais patrocinadores, que poderiam viabilizar a continuidade de um projeto cultural e mediático, têm vindo a perder capacidade económica; e na demográfica, já que as novas gerações não parecem rever-se de forma tão viva na identidade portuguesa. Apesar da redução do número de programas de rádio produzidos para e/ou pela diáspora portuguesa no Brasil, as suas características estruturais parecem ter-se mantido ao longo das décadas: “Nessa época [1964¹⁸³], o Júlio já tinha seu programa todas as manhãs, no qual promovia a saudade de Portugal, com seus artistas tradicionais, dando vida e alegria à colônia

183 “Longe dos Olhos, Perto do Coração”, idealizado por Júlio Pereira, já era transmitido, em 1964, diariamente pela Rádio 9 de Julho, conforme relatou um depoente não identificado em entrevista às investigadoras do Musimid (2011).

portuguesa de São Paulo (...) e promovia todas as festas e a vida social dos portugueses” (anónimo citado em Valente & Nunes, 2011, p. 77).

De acordo com o trabalho de campo que realizámos em São Paulo, no Brasil, e na região de São Francisco, nos Estados Unidos, junto das rádios da comunidade emigrante portuguesa, chegámos à conclusão de que a diáspora não inclina as suas preferências musicais para o fado, mas sim para o folclore e a música popular ligeira, corroborando a teoria de Múcio Sá, músico e investigador brasileiro residente há 25 anos em Portugal: “Até os portugueses radicados no estrangeiro preferem as danças e músicas dos ranchos folclóricos ou a chamada ‘música pimba’”. (Sá citado em Silva, 2015, p. 63). O folclore e a música popular ligeira parecem agradar mais à comunidade emigrante pelo seu lado performático de participação. Ambos os géneros musicais permitem a dança e o baile, ainda que o primeiro de forma mais formal e regrada e o segundo de carácter mais informal e espontâneo. Já o repertório fadista impele a uma introspeção que não parece coadunar-se tão transversalmente (apenas em momentos dedicados a essa escuta atenta e sóbria, tão própria da etiqueta de escuta¹⁸⁴ do fado) com o ambiente festivo dos eventos da comunidade emigrante portuguesa:

O Fado dissociou-se da dança ainda no século XIX. Muitas músicas populares são ou foram marcadamente “dançáveis” (a Salsa, o Flamenco, o Samba, o Tango, o Jazz, etc.). Exceto no caso das Marchas, o repertório fadista não induz ao movimento e à festa. Talvez esteja aí a sua grande fraqueza (...) é apenas mais um tijolo do barro na lama dessa utopia chamada Lusofonia (Sá citado em Silva, 2015, p. 63).

Na impossibilidade, física e metodológica, por limitações espaço-temporais, de mapear todos os programas de rádio produzidos para e/ou pela diáspora portuguesa na imensidade que é o Brasil, limitamo-nos ao estado de São Paulo para ilustrar este fenómeno. São Paulo tornou-se, nas décadas de 1950 e 1960, no destino mais atrativo da emigração portuguesa espontânea¹⁸⁵

184 Na ausência de estudos académicos sobre o código simbólico que está associado à escuta do género musical do fado, designamos por “etiqueta de escuta do fado” o conjunto de regras e comportamentos que são esperados do público que assiste a um espetáculo de fado: silêncio (símbolo de respeito pela arte), sobriedade (conivente com a carga dramática do próprio género) e resposta (espera-se que a audiência aplauda os intérpretes quando a interpretação satisfaz o público). Dentro deste código de etiqueta do fado, celebrou-se ao longo das décadas a frase de resposta “Ah, fadista!” no final de cada interpretação, quando esta é notória. Este é o único momento de extrapolação permitido ao público, que até lá deve respeitar a obra através do mais profundo silêncio.

185 A partir da década de 1850, inicia-se um processo de substituição da mão-de-obra escrava por trabalhadores livres, e nessa época chegam muitos portugueses ao Brasil: “desembarcavam meninos, adolescentes ou jovens adultos no Rio de Janeiro” (Ribeiro, 2006, p. 77).

(Sousa, Matos & Matos, 2009). Do milhão de imigrantes residentes no país, 310.261 eram portugueses, dos quais 135.428 moravam em São Paulo. É nessa época, comum aos anos de ouro da rádio, que este meio se torna essencial para o recentramento da identidade portuguesa fugida do salazarismo e recriada na nova pátria de Vera-Cruz. O último fluxo migratório relevante de Portugal para o Brasil ocorreu após a revolução de 1974, sobretudo para as classes detentoras de poder cujo património fora nacionalizado pelo novo Estado democrático.

No século XXI, passados os anos de glória da rádio, tendo o meio entrado numa era de convergência na qual se espera dele uma feroz competitividade com o digital e uma crescente flexibilização dos conteúdos, qual será a relevância dos programas de rádio produzidos pela e para esta diáspora que, também ela, foi alvo e fruto de profundas mutações nos últimos anos? “Hoje, o rádio está também na Web, as mediações se complexificam em camadas de fluxos sócio-culturais cada vez mais velozes, e os programas portugueses, forjados em antigos formatos, sujeitos a patrocínios irrisórios, estão paulatinamente desaparecendo” (Nunes, 2012, p. 179), e é pelos meandros desta realidade em mutação que iremos prosseguir para a análise mais aprofundada dos programas de rádio que, no Brasil, se produzem para a comunidade emigrante portuguesa e seus descendentes. Mas ainda antes de retornarmos ao nosso foco radiofónico, debruçar-nos-emos por alguns instantes sobre uma figura que poderá sintetizar a cultura musical luso-brasileira, justificando a sua popularidade junto da diáspora portuguesa no Brasil: o cantor Roberto Leal.

O produto mediático híbrido Roberto Leal: “cá sou português e lá sou brasileiro”

A emergência de uma cultura de informação global (Deuze, 2006, p. 274) cataliza um desejo de juntar criativamente coisas novas e coisas antigas em diversas combinações, como se de uma remistura se tratasse (Manovich, 2003). Tradições nacionais e culturais de países distintos. Formas e conteúdos mediáticos, integrando novo e antigo nos conceitos de “remediação” (Bolter & Grusin, 1999) e “mediamorfose” (Fidler, 1997). Nessa linha de pensamento, da remistura, da mescla, do hibridismo multicultural, há uma marca forte da presença da cultura portuguesa nos média brasileiros especificamente no campo da música; uma

personalidade do universo mítico da diáspora portuguesa de incontornável popularidade que não pode deixar de ser referida no presente trabalho.

Roberto Leal é um cantor português, nascido na freguesia de Vale da Porca, no concelho de Macedo de Cavaleiros, emigrante no Brasil desde os 13 anos – corria o ano de 1962. A emigração em tenra idade fê-lo adotar o sotaque brasileiro, que ainda assim deixa transparecer algumas nuances do seu país de origem. Encontramos na figura de Roberto Leal o mais híbrido produto da indústria musical luso-brasileira, enraizado no seio de uma diáspora portuguesa no Brasil que o acarinha e segue, sendo responsável por vários fenómenos de vendas ao longo de décadas. O fenómeno explica-se, em parte, pelo posicionamento que deu ao produto cultural que oferece desde então e que se tornou num fator de diferenciação: mostrar a cultura portuguesa ao Brasil. Ao projetar a carreira nesta direção, Leal alcançou uma intensa popularidade junto da diáspora portuguesa, que representa cerca de 0,3% da população brasileira, correspondendo a 645 mil indivíduos registados nos serviços consulares (DGACCP, 2014), constituindo cerca de um quinto do total de estrangeiros a residir no Brasil (IBGE, 2010).

Roberto Leal tem estado representado nos média brasileiros desde praticamente o início da carreira como cantor de música popular ligeira portuguesa. O seu repertório é composto por baladas românticas e canções de exaltação da cultura portuguesa (sobretudo do Minho e de Trás-os-Montes, de onde provinha a imensa maioria dos imigrantes durante a época de Salazar, na qual ele próprio se inscreve), cuja base melódica assenta em fontes e matrizes ditas tradicionais, como o vira, o corridinho ou o Rei-de-Gaio, mas também um tanto ou quanto modernas, ligadas ao pop anglófono e às músicas do mundo árabe e africano. Apesar de ser conotado com o género musical popular e ligeira, Roberto Leal começou a sua carreira por explorar o género do folclore. O sucesso veio no fim da década de 70 com a canção "Bate o Pé", uma chula (variação do folclore proveniente do Alto Minho), ou "xote" para os brasileiros.

A popularidade de "Roberto Leal cantor" estendeu-se aos média através da *persona* "Roberto Leal apresentador": o seu primeiro programa de televisão, de título homónimo, teve início em 1998. *Roberto Leal*, programa exibido semanalmente na CNT, tinha como objetivo aproximar os países de origem e destino do artista, dando visibilidade a atrações musicais do Brasil e de Portugal. O programa era gravado na Casa de Portugal, no centro da cidade de São Paulo, e

incorporava uma rubrica intitulada "Imagens de Portugal", no qual eram abordados assuntos de interesse de ambos os países, como por exemplo, a afirmação dos dentistas brasileiros em Portugal. Aliás, Roberto Leal é mesmo, na sua génese, um produto nascido do mediatismo da televisão. Foi através de um programa de auditório¹⁸⁶ da TV Globo, apresentado pela estrela televisiva Chacrinha, em 1971 que iniciou a carreira, depois de ter estudado música e canto. Tendo celebrado recentemente 35 anos de carreira, onde se contam milhões de álbuns vendidos, vários discos de ouro e platina e espetáculos em todo o mundo: França, Bélgica, Argentina, Holanda, África do Sul, Estados Unidos, Austrália, Luxemburgo e Venezuela, entre outros – onde se contam, naturalmente, Brasil e Portugal.

Quero estreitar ainda mais o mundo lusófono. Acho que Portugal deve conviver mais com a sua grande família e é neste seguimento que se têm inserido os meus últimos trabalhos como o *De Jorge Amado a Pessoa* ou o *Raça Humana não tem Cor*. Mas para isso não basta uma canção. Tem de haver projectos, políticas, etc. Precisamos urgentemente de estreitar mais as ligações com os países que falam português. (Leal citado em Mundo Universitário, 2005, p. 11)

Segundo um estudo de mercado da Data Folha em 2009¹⁸⁷, realizado no âmbito das comemorações dos 500 anos da descoberta do Brasil por Portugal, Roberto Leal é o português mais citado pelos brasileiros quando lhes são pedidas referências *top of mind* a personalidades portuguesas. Neste inquérito, 15% dos brasileiros referiram Roberto Leal como a primeira personalidade portuguesa que lhes surgia em mente, à frente de Pedro Álvares Cabral (9%) e do poeta Luís Vaz de Camões (4%). Vários fatores contribuem para este reconhecimento junto das classes populares, e entre eles está o facto de o músico ter sempre encontrado formas de representação junto das instituições mediáticas brasileiras: na televisão, como já foi referido, na rádio – em particular nos programas de rádio produzidos por e para a diáspora portuguesa –, e até no cinema: *Milagre, o poder da fé* é uma longa-metragem brasileira de 1979, dirigida por Hércules Breseghelo e protagonizada pelo cantor português Roberto Leal. A sua trama, de

186 "Programa de auditório" é a designação do Português do Brasil para um programa de televisão de variedades que apresenta uma bancada de público em estúdio que poderá interagir com os apresentadores e convidados.

187 Estudo citado no artigo do jornal *Folha de São Paulo* "Leal se sente estrangeiro em sua terra": http://www1.folha.uol.com.br/fof/brasil500/500_16.htm.

contornos autobiográficos, narra uma história de superação que promove valores como o trabalho abnegado, o sacrifício pela família e a redenção pela fé, inserindo-se “numa tradição de artefactos mediáticos endereçados à comunidade imigrante lusa residente no país, como o nacional-cançonetismo dos anos 1960 e 1970, no âmbito do qual o cantor Roberto Leal desempenha um importante papel de mediador cultural e afetivo” (Monteiro, 2015, p. 1).

Roberto Leal é, verdadeiramente, o produto híbrido por excelência da indústria cultural luso-brasileira, até porque muitos portugueses e brasileiros desconhecem a sua dupla nacionalidade: “cá sou português e lá sou brasileiro” (Leal citado em Mundo Universitário, 2005, p. 10). Anos depois de ter emigrado na adolescência para o Brasil, Roberto Leal viveu oito anos em Portugal já nos anos 90 e, sobre esse tempo, refere contundentemente que se sentiu um estrangeiro na sua terra Natal (Finotti, sem data). Este período foi também marcado por um processo judicial com a Igreja Universal do Reino de Deus, a propósito da aquisição de duas rádios locais em Lisboa. Leal foi acusado pelo já extinto jornal *O Independente* de testa-de-ferro da organização religiosa.

Roberto Leal está associado ao género da música ligeira, um género musical ao qual a rádio pública brasileira não parece proporcionar tempo de antena. Ainda assim, Leal tem obtido ao longo dos anos um consistente *airplay* nas rádios privadas das cidades cujos lusodescendentes por lá habitam em maioria: Rio de Janeiro, São Paulo e Santos. Talvez por isso (e contrariamente ao sentimento manifestado pelo artista nos tempos em que viveu em Portugal na década de 90), não se fez rogado a exibir na rádio pública portuguesa o sentimento de que “o Brasil nunca permitiu que eu fosse um estrangeiro, pelo contrário, deu-me condições para que pudéssemos ser um porta-voz da nossa história” (RTP Play, 25 maio 2014, 4’43” a 4’55”).

Estas declarações aconteceram no programa da Antena 1 *Vozes da Lusofonia*, de Edgar Canelas, onde Roberto Leal foi convidado por duas ocasiões, a 14 de outubro de 2007 e a 25 de maio de 2014. Neste programa da rádio pública portuguesa, Roberto Leal destaca o facto de que, no Brasil, venceu vários prémios importantes, ao lado de grandes vultos da música brasileira, ainda que tivesse

(...) um compromisso para com a música portuguesa e não com a música brasileira (...) Eu achava que no Brasil se falava, cantava e vivia Portugal e não era bem assim; eu estranhei e então aumentou a minha responsabilidade. Isso é uma coisa autónoma, minha, da minha

alma, nada estava escrito para que assim acontecesse. (RTP Play, 25 maio 2014: 8'19" a 8'23" e 14'44" a 15'07")

Esta sensação de responsabilidade para com a cultura do seu país de origem é também replicada pela generalidade dos profissionais de rádio de programas da comunidade portuguesa no Brasil (Botelho, 2014, entrevista pessoal; Cambaúva, 2014, entrevista pessoal). Para estes produtores de rádio, o sentimento de pertença converteu-se na missão de manter a cultura portuguesa presente no seio da sociedade brasileira e de construir laços de agregação dos membros da comunidade lusodescendente, sobretudo à medida que o tempo liquidifica as grandes instituições de referência do ser humano (Bauman, 2001). Essa missão – em que produtores de rádio emigrantes e lusodescendentes se movem pelo sentimento de pertença a um país onde não conseguem afirmar a sua presença – parece subsistir alavancada pela ideia de que estarão a destacar-se no seu país de destino pelo facto de se diferenciarem quanto ao país de origem. E, na verdade, é provável que, identitariamente, não pertençam nem ao lugar de nascimento nem ao lugar de acolhimento.

Quando se sai da nossa terra cria-se um novo estigma e só quem emigra sabe o que é isso. Cria-se um novo estatuto, uma nova identidade. Cá sou brasileiro e lá sou português. Apesar disso, posso dizer hoje, que me sinto mais português do que quando saí. Esta viagem que tem sido a minha vida foi sempre dedicada a cantar Portugal, divulgar Portugal. (Leal citado em *Mundo Universitário*, 2005, p. 11)

Por todos estes motivos, Roberto Leal é uma figura incontornável no imaginário luso-brasileiro e um interessante objeto de estudo para os estudos culturais da diáspora, já que o músico tanto pode ser admirado como um mediador estratégico entre a cultura portuguesa e o espaço brasileiro, como pode ser criticado pela aclamação de uma portugalidade que julga representar na sua totalidade, desconsiderando que o seu deslocamento há décadas do país de origem tem vindo a reconfigurar essa portugalidade em jeito de sinédoque, tornando-a singular e não total.

A diáspora portuguesa na rádio no Brasil

As décadas de 1940 e 1950 são comumente conhecidas em Portugal como os anos dourados da rádio. No Brasil, a época em que a rádio gozou de maior poder de disseminação e influência na sociedade – quando a televisão ainda não tinha surgido para a ultrapassar como referente máximo da atualidade e líder de opinião entre os meios de comunicação de massas – também se baliza entre as mesmas décadas. Mas há no Brasil uma diferença que não é de somenos relevância: ainda hoje em dia há regiões brasileiras sem penetração de qualquer tipo de meio de comunicação (nem sinal de televisão, telecomunicações ou satélite) que não a rádio, como a Amazônia ou o Alto de Solimões, onde a EBC dispõe de três frequências que são utilizadas pelos ouvintes como forma de comunicação interpessoal (como, aliás, fizemos notar na secção anterior).

Como mencionámos no capítulo anterior, relativo à comunidade diaspórica portuguesa no Brasil, é durante estes anos dourados da rádio que uma forte vaga de emigração chega de um Portugal obscurecido pelos elevados níveis de pobreza e analfabetismo que sustentavam o regime salazarista, desembarcando num Brasil cheio de riqueza natural e oportunidades de trabalho. É neste contexto, e por estes dois motivos (vaga migratória propícia a que uma população ativa imigrante se fixasse, associada ao apogeu da rádio), que surgiram nesta época vários programas vinculados à diáspora portuguesa. Esta enorme comunidade que veio renovar a comunidade de portugueses que havia chegado no início do século XX foi recuperar, de forma simbólica, os seus vínculos ao país abandonado, graças a associações comunitárias nas quais começaram a nascer os programas de rádio produzidos para a diáspora e a ela vinculados.

O que vale apontar, aqui, é a força dos signos sonoros marcadamente nas músicas selecionadas para as programações, como o fado, seus intérpretes, e mediadores, assumindo simultaneamente os papéis de fadista e de radialista, como a já citada Irene Coelho e também Abílio Herlander, Julio Pereira, Joaquim Pimentel, entre outros que fizeram a história dos programas radiofónicos portugueses no eixo São Paulo – Rio de Janeiro. Porém o cenário propício para a expressão da cultura portuguesa na mídia radiofónica e mesmo televisiva lentamente foi se transformando. A partir dos anos 80, até os anos 2000, o rádio assistiu à segmentação e também a ausência de incentivos para manter sua programação: “registra uma queda de 8,1% para 4,9% na sua participação no bolo publicitário [...] procurando antepor-se a esta situação, a formação de redes de emissoras operando via

satélite constitui-se, nas últimas décadas, em uma das tendências. Hoje, o rádio está também na Web, as mídiatizações se complexificam em camadas de fluxos signícos cada vez mais velozes, e os programas portugueses, forjados em antigos formatos, sujeitos a patrocínios irrisórios, estão paulatinamente desaparecendo. (Nunes, 2012, p. 178)

Tendo em conta o levantamento de estações de rádio e programas de rádio sobre cultura lusófona realizado no Brasil entre 2014 e 2015, concluímos que estes conteúdos são transmitidos em três tipos de emissoras: rádios públicas, rádios privadas generalistas e rádios privadas multiculturais. O objeto de estudo central da presente tese é, como é sabido, o serviço público de rádio; no entanto, consideramos relevante fazer uma breve apresentação do que são os principais programas de rádio nas estações privadas, para efeitos comparativos e também de retrato do género radiofónico no espaço e período de análise.

Numa primeira instância de desenho do projeto do presente trabalho, aquando da realização da recolha de dados na cidade de São Paulo, foram identificados cinco programas de auto-representação da diáspora portuguesa: *Portugal Trilha Nova*¹⁸⁸ na Rádio ABC, *Navegar é Preciso*, na rádio Imprensa FM, *Heróis do Mar e Portugal Dentro de Nós* na Rádio Trianon AM de São Paulo, e ainda *Portugal, Saudade e Você*, na rádio Capital AM (Alves, 2015a; Alves, 2015b). E não ficamos por aqui, já que “é possível mapear programas paulistas ainda existentes que rememoram musicalidades e falas que conectam seus ouvintes a escutas abandonadas há tempos” (Valente & Nunes, 2011, p. 79).

Já anteriormente mencionámos os vários programas de rádio produzidos por emigrantes e lusodescendentes, que na sua maioria, adquirem espaço na grelha de programação de estações de rádio privadas, e cujo financiamento é fundamentalmente obtido por esta via de terceirização da produção. Na recolha de dados realizada durante o ano de 2014, apercebemo-nos de que os programas de televisão de “luso-inspiração” gozavam de uma popularidade bastante assinalável no contexto da diáspora portuguesa no Brasil. *Seleções portuguesas, o Show da Malta* (apresentado por Jorge Sereno, na extinta TV Corcovado, transmitido nas manhãs de domingo até

188 Muitos destes programas têm longa permanência no ar, e alguns até são retransmitidos na mesma estação. É o caso do programa *Portugal Trilha Nova*, de José Francisco Varela Leal, que está há 48 anos à frente dos microfones da Rádio ABC (570 AM), de Santo André. Também é o caso de Martins Araújo, que há 50 anos se dedica a apresentar programas de rádio sobre cultura e música portuguesas, ainda que tenha já saltado entre várias emissoras (antes da Trianon mantinha um programa com o mesmo nome na Rádio 9 de julho).

meados dos anos 90) e *Assim é Portugal* (atualmente apresentado por José Carlos Pereira aos domingos às 19h30, com repetição durante a semana em horários aleatórios) foram os programas de televisão mais mencionados e os que, transversalmente, mais marcaram o grande público na história da televisão brasileira. O programa *Seleções portuguesas, o Show da Malta* era uma produção independente que providenciava notícias de Portugal à comunidade emigrante residente no Brasil. Hoje em dia, este espaço parece estar a ser ocupado pelo programa *Assim é Portugal*, que também goza de relativa popularidade, já que preenche a lacuna deixada pelo aclamado *Show da Malta*.

Assim é Portugal autointitula-se como um “programa da comunidade luso-brasileira” (<http://assimeportugal.com.br>) e é transmitido na televisão regional carioca TV Net Cidade (pretendendo atingir a diápora portuguesa residente no Rio de Janeiro), na TerêTV (em Teresópolis) e na Net Niterói (nos arredores do Rio de Janeiro), todos eles canais por cabo. Conta com o apoio da agência de turismo Galtur (empresa sediada no subúrbio carioca, detida por emigrantes portugueses) e com o patrocínio de outras empresas administradas por portugueses há muito radicados no Brasil (como por exemplo, a distribuidora de vinhos Beirão da Serra). Os seus conteúdos destinam-se concretamente à diáspora portuguesa, consequência do seu tom de apelo nostálgico, já que o seu público-alvo estratégico consiste nos assinantes que “pertencem às classes A/B/C, têm alto nível cultural, poder aquisitivo e são formadores de opinião” (<http://assimeportugal.com.br>). Neste mesmo sítio na internet encontra-se em destaque o *slogan* do programa: “realizado por brasileiros apaixonados pela pátria mãe”.

Com uma assinalável componente de incentivo ao turismo, já que apresenta uma cidade, vila, aldeia ou região portuguesa diferente em cada emissão, a produção utiliza as ferramentas da narração em *voz-off* e da entrevista, versando um roteiro pré-determinado que apresenta a gastronomia da região, hábitos e costumes, assim como entrevistas a personalidades locais. O formato do programa, com a duração de uma hora, inclui ainda um noticiário desportivo da liga de futebol portuguesa, um resumo de um minuto das notícias mais relevantes da semana em Portugal e videoclipes musicais. A escolha musical do programa, tanto desses videoclipes como da própria banda sonora, inclui solos de guitarra portuguesa, ritmos tradicionais e música popular ligeira, “transbordando uma certa nostalgia manifesta por aqueles que, depois de anos de Brasil,

talvez nunca tenham tido a oportunidade de regressar à terra de onde partiram” (Monteiro, 2015, p. 8). Ao enfraquecer a frequência das trocas simbólicas, a atualização do imaginário nacional em terras de Vera Cruz ficou comprometida e, assim, obtemos presentemente produtos mediáticos obtusos, desatualizados e, de certo modo, anti-mediáticos – isto se entendermos o conceito de produto mediático como relativo à atualidade e ao valor-notícia do tempo presente.

Regressando agora ao nosso objeto de estudo – a rádio –, o programa *Assim é Portugal* é também transmitido em formato áudio na Rádio Metropolitana do Rio de Janeiro, uma rádio local que emite em AM¹⁸⁹ e cuja grelha de programação oscila face à venda dos espaços de antena. Assim, inclui programas das mais variadas origens e nacionalidades, sobretudo de índole religiosa, mas também com preponderância de programas para as comunidades emigrantes. Segundo um inquérito que decorre continuamente e sem interrupções no sítio na internet da Rádio Metropolitana desde outubro de 2014, 7,5% dos ouvintes interessam-se pelos programas sobre países (ainda que a esmagadora maioria, 52,8%, prefira os programas religiosos; logo a seguir as preferências recaem para os programas musicais, com 36,5%).

Especificamente em relação à produção em língua portuguesa e sotaque europeu, contamos nove programas de rádio dirigidos à diáspora lusitana. Todos estes programas são transmitidos durante o fim de semana, sobretudo na manhã e tarde de sábado, mas também na manhã de domingo. Estes nove programas contam, nos seus títulos, com algumas características similares: praticamente todos incluem a palavra “Portugal” e muitos associam-lhe palavras de cariz afetivo, como “festa”, “coração” e “amor”¹⁹⁰. Nesta lógica discursiva, muitos outros programas de rádio da comunidade portuguesa noutras estações de rádio no Rio de Janeiro seguem-lhes a pegada discursiva: *Portugal Moderno*, *A Voz do Atlântico*, *Portugal Radioesport*, *Ecos Portugueses*, *Me deixa falar*, *Mensagem de Portugal* e *Portugal de Norte a Sul*, este último com permanência no ar há mais de 40 anos (Lepetri, 2011).

189 No Brasil são inúmeras as estações de rádio que ainda emitem em AM. Contudo, a audiência que geram é fraca, pois 74% da população brasileira prefere ouvir rádio em FM (Secom, 2016). Em 2013, o governo federal promulgou uma lei que autorizava a transferência de outorgas de AM para FM, contudo, até à data de conclusão da presente tese não tinham sido tomadas as medidas necessárias para que estações controladas pelo poder público participassem neste processo. A EBC não solicitou a passagem para o FM de estações históricas como Nacional AM e MEC AM do Rio de Janeiro.

190 Referimo-nos ao seguinte conjunto de programas: (sábado) 7h30: *Pelos caminhos de Portugal*; 9h: *Portugal em Festa*; 11h: *Portugal aqui e agora*; 13h *Portugal Canta Brasil*; 14h30: *Portugal com Amor*; 17h: *Alo alo Portugal*; 19h *Portugal de Coração*; (domingo) 08h30: *Assim é Portugal*; 11h: *Portugal Norte a Sul*.

O programa *Assim é Portugal* tem, então, a particularidade de ter passado do meio televisão para o meio rádio (sendo emitido momentos antes do programa de televisão, aos domingos pelas 8h30) e de se manter nos dois. Fora esta peculiaridade, não há nada que o distinga da miríade de programas de rádio produzidos para e pela diáspora portuguesa no Brasil, que se demarcam das outras estações de rádio pelos conteúdos, mas sobretudo pela acústica do sotaque:

(...) uma série de produções muito bem elaboradas, onde a pronúncia lusitana e o tom “brasuca” da voz de seus apresentadores se equalizam, fazendo da mistura de sotaques o primeiro ponto de união para uma programação que tem como principal objectivo trazer o mais perto possível das emissoras radiofónicas toda a comunidade lusa, através de uma programação repleta de muita alegria, emoção e informação. (Lepetri, 2011, p. 321)

O duplo sotaque também constitui marca forte, seja no recurso da apresentação em dupla, geralmente masculina e feminina, onde um tem sotaque português e outro brasileiro (carioca), ou na alternância de canções portuguesas, fados e músicas regionais, com canções brasileiras. (Almeida, 2005, p. 3)

Já foram referidos alguns programas específicos de rádios privadas da área metropolitana de São Paulo, sobre os quais nos iremos agora demorar um pouco mais. Entre eles contam-se os programas *Heróis do Mar* e *Portugal Dentro de Nós*, ambos na Rádio Trianon AM de São Paulo, o primeiro de 2^a a 6^a e o segundo aos domingos às 11h. Os seus apresentadores refletem o carácter extremamente familiar destas produções: Martins Araújo, português da ilha da Madeira, há cerca de 50 anos na rádio e na televisão exercendo funções de jornalista, sobretudo ligado à programação musical portuguesa e ao comentário da liga portuguesa de futebol, e a sua mulher brasileira Adriana Cambaúva. Hoje em dia, nos dois programas mencionados, o radialista preocupa-se em disponibilizar uma programação musical baseada não apenas no fado tradicional, mas também no fado moderno e em ritmos pop mais contemporâneos, como a banda de rock Xutos e Pontapés. Até o seu sotaque marcadamente luso-brasileiro representa a própria essência do programa. Apesar do carácter demarcadamente familiar dos moldes de produção desta dupla, o casal realiza viagens periódicas a Portugal, que usam para se documentar para o programa (Araújo, 2014, entrevista pessoal).

A grande maioria dos programas deste género radiofónico é transmitido ao fim de semana: é o caso do programa *Portugal, Trilha Nova*, na Rádio ABC, aos domingos, entre as 12h e as 14h, cujo foco é maioritariamente musical e que apresenta canções da música popular, folclore e fado; e também do programa *Navegar é Preciso*, na Rádio Imprensa FM, emitido aos domingos, entre as 13h e as 14h, que proporciona conteúdos um pouco mais aprofundados que incluem entrevistas, notícias e programação musical portuguesa.

O programa *Portugal Trilha Nova*, na Rádio ABC, é apresentado por Varela Leal, radialista lusodescendente há 50 anos dedicado a programas de divulgação da música e cultura brasileiras. Posiciona-se como um programa de variedades (género radiofónico brasileiro classificado na secção dedicada ao géneros e formatos radiofónicos), fundamentalmente composto por música popular ligeira portuguesa, com a participação de artistas que “tocam pela primeira vez no Brasil” (Leal, 2014). O folclore e o fado estão em segundo lugar nos géneros musicais que mais preenchem o programa. O programa é co-apresentado por Fátima Bravo e Mimi Varela (casada com Varela Leal), destacando-se ainda dois outros intervenientes: um comentador habitual, designado por Dr. Vitorino, e ainda Luís Isidoro, o autor da rubrica de desporto. Esta rubrica incide sobretudo sobre o campeonato português de futebol, mas também sobre o Mundial de Futebol, que em 2014 decorreu no Brasil, e outras modalidades desportivas, como o ciclismo (nomeadamente, sobre o desempenho dos ciclistas portugueses no tour de França).

O programa *Navegar é Preciso*, transmitido pela Rádio Imprensa desde 2000, foi idealizado por quatro lusodescendentes, do grupo LusaNet, Emídio Tavares, Nelson e Rosângela de Paula e Simone Correia “com o objetivo de não deixar morrer a cultura lusitana no Brasil” (Rádio Imprensa, 2016). Este programa, além dos fados tradicionais e do folclore, apresenta temas da História de Portugal, notícias sobre o futebol português, nomeadamente sobre a equipa portuguesa paulista (a Associação Portuguesa de Desportos, mais conhecida entre a comunidade por Lusa), e ainda dados sobre festas das associações e clubes de Portugal.

O programa *Navegar é Preciso* é caso único neste leque de programas produzidos por e para a comunidade de portugueses emigrante no Brasil, já que é apresentado por dois *hosts* masculinos, Nelson de Paula e Emídio Tavares, empenhados em “manter o idealismo luso-brasileiro com imparcialidade” (Mundo Lusíada, 2007). O programa teve início no ano de 2000,

após uma troca de ideia na Associação Portuguesa de Desportos, onde também havia sido formado, quatro anos antes, o portal *online* Lusanet, um portal de divulgação de eventos e conteúdos da comunidade lusobrasileira. O *Navegar é Preciso* posiciona-se também como um programa de variedades que inclui entrevistas, notícias e música portuguesa. Começou por ser transmitido na Rádio Apolo, integrando, meses depois, a programação da Rádio Imprensa. O programa chegou a contabilizar uma audiência de 100 mil ouvintes¹⁹¹.

Assinalamos ainda o caso da Rádio 9 de julho, uma estação de rádio pertencente à Arquidiocese de São Paulo, criada em 1953, que emite em onda média e curta, atingindo todo o Brasil e até a Europa. Por decreto governamental, a rádio esteve inoperante entre 1973 e 1999¹⁹², mas após regressar à atividade, demonstrou ótimos índices de audiência, adquiridos sobretudo pela combinação entre conteúdos informativos, de entretenimento e uma programação religiosa, de orientação católica: “uma rádio de agregação das minorias, pequenos públicos, dos malucos idealistas” (Adami, 2014, entrevista pessoal).

Santos, cidade-porto a 80 quilómetros da grande metrópole paulista, é a cidade mais portuguesa do Brasil, já que é a que apresenta maior taxa de ocupação de portugueses e lusodescendentes, ainda que, em termos absolutos, a cidade com maior número de portugueses seja o Rio de Janeiro (Valente, 2008). Relatos que remontam à década de 1940 dão conta da transmissão de um programa chamado *Presença portuguesa* que se trataria de um dos programas mais antigos da diáspora portuguesa. O seu apresentador, Manoel Joaquim Ramos, era português de nascimento, luso-brasileiro por naturalização e terá atracado no porto de Santos com apenas três anos de idade. Manoel Joaquim Ramos (cujo nome era, para os brasileiros atentos à imigração portuguesa, um autêntico *cliché* da portugalidade) atuou como fadista na rádio santista desde 1941, tendo começado com apenas 13 anos de idade. O fado, nessa época conhecido como “a canção de Lisboa”, teve o seu apogeu radiofónico neste mesmo período, e a própria rádio tornou-

191 Segundo dados do IBOPE de junho de 2007 referidos no seguinte artigo do jornal português de distribuição no Brasil *Mundo Lusíada*: <http://www.mundolusiada.com.br/acontece/programa-navegar-e-preciso-comemora-7-anos-e-100-mil-ouvintes>.

192 Em 1973, a transmissão da estação de rádio 9 de Julho foi encerrada por decreto do presidente Emílio Garrastazu Médici. Em 1985, com o aproximar do fim da ditadura militar do Brasil, houve uma tentativa de restabelecimento, mas a arquidiocese de São Paulo recusou o fraco sinal disponibilizado pelo Ministério das Comunicações, que não alcançava a cidade de São Paulo. Em 1993, o bispo Mauro Morelli pediu ao presidente da época, Itamar Franco, a devolução da Rádio 9 de Julho à igreja. A 9 de julho de 1995, o presidente Fernando Henrique Cardoso anulou o decreto de 1973 e deu a frequência 1600 kHz à Fundação Metropolitana Paulista. No ano seguinte, começou o novo projeto da rádio 9 de Julho, que acabou por ser inaugurada apenas em 1999.

se peça fundamental para a sua disseminação: “[Manoel Joaquim Ramos] Pegou um dinheirinho, uma coisa muito precária, para fazer o programa de rádio” (Valente, 2014, entrevista pessoal).

De acordo com a investigação de Valente (2008) sobre a presença lusa na cidade de Santos, as comunidades portuguesas com origem nessa forte vaga de emigração que ocorreu até aos anos 70 são profundamente marcadas por personalidades empreendedoras que se destacaram ao longo dos anos como *self made men*¹⁹³: como por exemplo, o empresário Arménio Mendes, que começou em jovem a consertar bicicletas e, até ao final da primeira década do 2000, detinha o monopólio da construção civil na cidade de Santos. Na época temporal a que nos referimos, marcada por um fluxo migratório português muito intenso e maioritariamente constituído por pessoas com um nível baixo de literacia e cultura, fez com que estereótipos rotulassem a portugalidade com base no preconceito, originando as típicas anedotas de portugueses, tão populares no Brasil.

O fado era, nesta época de forte imigração portuguesa no Brasil, um elemento unificador da diáspora portuguesa. Conteúdo, o folclore começou a ganhar mais adeptos e acabou mesmo por se tornar mais presente nas atividades da comunidade portuguesa d'Além-Mar. Muitos foram os ranchos folclóricos, com origens que remontam, sobretudo, à região do Minho, que se organizaram nesta cidade do litoral do estado de São Paulo, como a Casa da Praia Grande. Apesar da distância face à indústria cultural de origem, são relevantes nestes produtos simbólicos produzidos pelos migrantes as referências topográficas, como a Júlia Florista ou a Rosinha dos Limões, personagens do imaginário popular de Lisboa que estão presentes no discurso da imigração portuguesa, mesmo que essa comunidade direta ou descendente nunca se tenha deslocado a Portugal. A distância e a ausência de contacto não impediram, contudo, que se fortalecessem os fenómenos de identificação com estas personagens. Trata-se de memórias imaginadas, que viajaram através do Atlântico de forma direta ou indireta, através dos pais e avós. No fundo, “é como se lá tivessem estado, mesmo nunca tendo estado” (Valente, 2014, entrevista pessoal). A rádio, assim como os jornais da diáspora e os próprios eventos da comunidade,

193 O conceito de *self made man*, podendo ser definido por “homem que se elevou pelos seus próprios méritos” (Infopédia, 2017d), remete para uma geração de pessoas menos qualificadas que, pela força do trabalho e da sua pró-atividade, chegaram a lugares cimeiros ou de destaque na área de negócio a que se dedicaram.

contribuíram para alimentar essa identidade portuguesa, “escutando aquilo que já se conhece” (Valente & Nunes, 2011, p. 80).

Todos estes programas de rádio apresentam algumas características que os aproximam de um mesmo modelo de produção. A sua audiência é maioritariamente composta por luso-descendentes, que (acreditam os autores destes programas) preferem os antigos repertórios musicais que as gerações dos seus pais e avós lhes apresentaram como fazendo parte da sua cultura de origem: “Eu sinto que quero mesmo que a cultura de Portugal se torne mais parte de mim, (...) a minha família veio de Portugal e eu quero reconhecer isso” (Oliveira, 2012). Em termos de conteúdos, praticamente todos eles se centram em torno da música, de algumas entrevistas (em registo curto, sem grande profundidade, muitas vezes ao telefone e mais raramente de forma presencial), da divulgação de acontecimentos em associações e clubes portugueses, pontuados por algumas referências mais noticiosas à atualidade em Portugal.

Uma das componentes sonoras mais características deste subgénero radiofónico é a marca fonética do sotaque português da maioria dos seus apresentadores. Ao nível do conteúdo – e não apenas da música – há ainda outras marcas da portugalidade, como referências publicitárias a negócios da comunidade portuguesa, temáticas gastronómicas e interações com os ouvintes da comunidade através de momentos de linha aberta. Também a sonoplastia acaba por refletir a marca portuguesa, já que alguns *jingles* incluem bases melódicas inspiradas em sonoridades marcadamente portuguesas, como a guitarra do fado ou os ritmos dançantes do folclore.

Não sendo exceção a estas regras, destacaremos de seguida o programa *Portugal, a saudade e você*, transmitido semanalmente na Rádio Capital, estação de concessão privada em São Paulo. Este programa assume-se como um caso único no Brasil: o programa, dedicado à cultura portuguesa e almejando a sua diáspora, é vice-líder de audiência no horário em que é transmitido, apenas perdendo para a rádio Globo no horário de domingo, entre as 8h e as 9h (IBOPE, 2014). Por se tratar de um exemplo invulgar, será de seguida alvo de uma análise particular.

O caso do programa de rádio *Portugal, a saudade e você* na Rádio Capital AM de São Paulo

O programa *Portugal, a saudade e você* é transmitido todos os domingos, entre as 8h e as 9h, na Rádio Capital. É apresentado pela luso-descendente Isabel Botelho desde 1987 nesta mesma estação, tendo apenas sido interrompido, ao longo das três décadas da sua existência, por um período de 6 meses. Este programa assume-se como um caso único no Brasil: o programa, dedicado à cultura portuguesa e almejando a sua diáspora, é vice-líder de audiência no horário em que é transmitido, logo atrás da rádio Globo. Segundo a sua criadora, o objetivo deste programa é “divulgar a tradição do país (...) é um encontro semanal de famílias de imigrantes portugueses, de descendentes que vieram de lá e dos brasileiros que se apaixonaram pela cultura de Portugal” (Botelho, 2017). O programa apresenta uma audiência média de quase 60 mil ouvintes (IBOPE, 2014), dos quais 73% são do sexo feminino, 79% tem mais de 50 anos e praticamente metade pertence à classe social B (45%) e a outra metade à classe A (46%). Este perfil do ouvinte comum do programa parece corresponder ao do emigrante português de longa data, de uma geração que emigrou para o Brasil há várias décadas e que permanece ligado àquele que considera o seu país de origem, ainda que dele guarde apenas recordações de infância ou de breves estadias de visitas esporádicas.

Sem pretensões de se constituir como um programa exaustivo de observação da cultura portuguesa, os principais temas abordados encontram-se relacionados com os domínios da história, música, desporto, literatura e gastronomia. O tom de voz utilizado, como aliás foi observado na grande maioria dos programas sobre cultura portuguesa no Brasil, é de enaltecimento do país através das suas história e cultura. Esse tom é, aliás, reforçado através da missão do programa, descrita no próprio *website* da estação: “Enaltecer esta pequena grande nação que se chama Portugal”. Parece ser frequente a associação destes dois conceitos oxímorais ao país de Camões: pequeno na sua dimensão territorial, grande na riqueza da sua cultura. Reforçando este tom, a apresentadora e a co-apresentadora do programa (Isabel Botelho e Fátima Vieira, autora da rubrica “Cantinho do Folclore”) referem-se com frequência a Portugal como “um dos melhores países do mundo” (edição 16/02/14, 18’40”).

O *jingle* posiciona o programa como “uma viagem a Portugal” e referencia o seu patrocinador: “Oferecimento Vila Real Turismo”, uma agência de viagens sediada no centro de São Paulo e cujo capital social é detido pela própria produtora e apresentadora do programa Isabel Botelho. Este elemento é de importância estratégica na história e na configuração do programa, já que originalmente foi criado pela apresentadora para promover a sua agência de viagens, especializada em turismo para Portugal. Com o passar dos anos, o programa conquistou um público fiel, constituído sobretudo por emigrantes (ou descendentes de emigrantes) portugueses no Brasil e ouvintes brasileiros simpatizantes da cultura portuguesa.

A sua estrutura é simples: inicia-se com uma canção e de seguida com o estado do tempo para as principais cidades portuguesas. Um dos conteúdos estratégicos é mesmo a previsão meteorológica para o dia, incluindo as temperaturas para as principais capitais de distrito, assim como para Madrid, Paris, Londres, Roma, Milão, Miami, Nova Iorque e Orlando. Trata-se de um programa que pensa nos destinos turísticos mais procurados pelos clientes da agência e, conseqüentemente, e de forma involuntária, afina a pontaria na direção de outras comunidades emigrantes portuguesas espalhadas pelo mundo. Outra das informações fornecidas é sobre a documentação necessária para a viagem para Portugal, assim como o peso permitido para a bagagem de porão. Todos estes conteúdos são considerados estratégicos pela produtora, já que é também um dos objetivos do programa estimular o interesse por Portugal com vista à intensificação do turismo. Assim, também o valor do câmbio (Botelho, 2014, entrevista pessoal) se insere nos conteúdos fixos do programa.

Além dos temas relacionados com os serviços turísticos, são também abordados conteúdos voltados para o nosso património histórico e cultural, como curiosidades sobre Portugal, lendas, mitos, notas sobre história (Descobrimientos), geografia (número de aeroportos), sistema laboral (número de horas de trabalho), religião (Estado laico), produção agrícola (cortiça) e vocabulário (diferenças entre português de Portugal e do Brasil), entre outros. Cada uma das secções do programa é intercalada por um *jingle* indicativo do tema a abordar de seguida: “Informação meteorológica”, “Curiosidades de Portugal”, “Lendas e histórias de Portugal” e “Câmbio na Europa” são alguns exemplos.

Além dos *jingles*, também os blocos publicitários separam cada uma das secções. Três blocos publicitários são transmitidos durante os 60 minutos que compõem o programa, cada um deles consistindo num *spot* publicitário do anunciante principal do programa, a agência Vila Real, detida por Botelho (edição 16/03/2014, 15' e 38'). Este modelo de patrocínio não é inovador em programas dedicados à diáspora; é aliás replicado desde os primeiros programas produzidos por e para as comunidades emigrantes, difundidos na Argentina nos anos 1930, como descrevemos na última parte do capítulo um.

(...) juntávamo-nos à beira do imenso aparelho de madeira e ouvíamos música portuguesa e informações de Portugal e das festas da comunidade [na Argentina] (...) O apresentador falava em português o que era bom porque quando chegámos era a única coisa que percebíamos, o resto da emissão radial era em espanhol e nós não entendíamos nada. O programa era patrocinado pela “Casa Dias”, uma casa de câmbio, venda de passagens e outros assuntos, (...) na rua México da [Cidade Autónoma de] Buenos Aires, onde iam todos os portugueses a enviar dinheiro para Portugal ou a comprar os bilhetes para regressar ou fazer vir aos seus familiares (...) Era a loja do José Dias e do seu irmão. Boas lembranças guardo daquela emissão de rádio, como lhe disse, era a única forma de sabermos como tinha corrido o futebol ou saber que se passava no nosso país (...) Cá estávamos totalmente isolados de tudo, se não ouvíamos o programa nada sabíamos. (imigrante português na Argentina citado em Moura, 2010, p. 3)

Foram ainda observadas algumas referências de animador promovendo outros serviços, como por exemplo o plano de saúde *Hopeline* (edição 16/03/2014, 46' a 48') e a *Super Pomada Verde* (edição 16/03/2014, 51' a 52').

Os referidos anúncios não só funcionam como publicidade à agência Vila Real como também como forma de promoção do contacto direto com os ouvintes, através do número de telefone da própria agência – que se tem vindo a tornar o mais frequente veículo de contacto entre ouvintes e apresentadora (Botelho, 2014, entrevista pessoal). Tirando partido desta relação de extrema proximidade com os ouvintes, grande parte do programa é alimentado pelo formato de músicas pedidas. Ao longo dos 60 minutos do programa são realizadas com frequência dedicatórias a ouvintes portugueses e brasileiros que, durante a semana que intercala os programas, contactaram as produtoras.

Por conseguinte, a música constitui um dos géneros com mais impacto na sua estrutura. A seleção musical veiculada consiste, fundamentalmente, em fado, folclore português e música popular portuguesa. O folclore possui, aliás, um lugar de destaque na rubrica *O Cantinho do Folclore*, que acontece sensivelmente a meio do programa. Um dos objetivos da rubrica, e do programa na sua generalidade, é obter uma maior participação dos jovens na comunidade de emigrantes portugueses, inclusivamente nos vários grupos folclóricos portugueses na cidade de São Paulo: “Trazer jovens para a comunidade portuguesa” (Botelho, 2014, entrevista pessoal).

É realizada com alguma frequência uma referência cruzada entre elementos culturais e atuais portugueses, numa estratégia de *crosspromotion*. Por exemplo, na apresentação da canção *Muda de Vida*, da banda portuguesa Humanos, é referida a sua presença “na novela que você acompanha na RTP Internacional [*Bem-Vindos a Beirais*]” (edição 16/02/14, 56’40”). A RTP Internacional é mencionada pelas duas apresentadoras como uma das mais importantes fontes de conhecimento sobre Portugal na pré-produção do programa. Além desta fonte de informação, também é utilizado material enviado pelos próprios ouvintes, em especial CDs de música popular e tradicional portuguesa, são consultados alguns sítios portugueses na internet e a própria apresentadora desloca-se todos os anos a Portugal de férias em busca de conteúdos atuais e relevantes (Botelho, 2014, entrevista pessoal).

A fechar o programa é habitual a inclusão de informações culturais sobre eventos relacionados com a diáspora portuguesa, como por exemplo, o aniversário da Casa de Portugal de São Paulo (edição 16/02/14, 54’40”). Estes eventos denotam uma preocupação de inclusão dos ouvintes na celebração da cultura portuguesa junto da diáspora, revelando ainda uma certa concentração da comunidade portuguesa em espaços e tempos exclusivos.

Em termos de produção, o programa segue uma estrutura rígida, repetida em todos os programas, com as rubricas designadas nos espaços que lhes são destinados. Apesar desta estrutura rígida, o discurso é improvisado, não existindo guião, mas apenas tópicos na estrutura designada. O programa é gravado, de acordo com as características do regime *live on tape*, como é referido pela apresentadora: “Eu gravo o programa normalmente às quintas, o mais tardar às sextas-feiras e faço-o todo corrido, nunca páro. É um programa muito fácil de editar. Quem me vir gravando acha que é ao vivo” (Botelho, 2014, entrevista pessoal).

No que diz respeito ao seu posicionamento ideológico, o programa é apartidário e ecuménico, “apesar de todo o mundo que escuta o programa saber que eu sou Católica, porque faz parte de mim, apesar de eu não dizer nunca que a minha religião é melhor que as outras” (Botelho, 2014, entrevista pessoal). Assumidamente vinculado à tradição cultural portuguesa, a perspetiva cultural abordada no programa pode ser vista como conservadora, como é perceptível através do posicionamento veiculado no sítio da estação: “(...) esse povo guerreiro e arrojado, que descobriu e colonizou o Brasil. Aqui conservamos algumas das mais autênticas heranças portuguesas” (Botelho, 2017).

Como referido anteriormente, o programa é vice-líder de audiência em São Paulo no seu horário. Por este motivo, o espaço do programa é, hoje em dia, disponibilizado pela própria estação à sua apresentadora, por apresentar bons resultados. A Rádio Capital, como a maior parte das rádios privadas no Brasil, sobrevive por venda direta de espaço comercial a produtores independentes de rádio. Anteriormente o programa *Portugal, a saudade e você* existia graças à compra de espaço da programação para divulgação por parte da agência Vila Real. Hoje em dia, e graças à sua elevada audiência, o espaço foi propiciado de forma gratuita à produtora pela direção da rádio, decisão tomada na sequência de uma eventual rescisão de contrato por insustentabilidade financeira da agência de turismo Vila Real. Hoje em dia, o programa está em risco de não poder continuar no horário atual, “por pressão das igrejas Evangélicas que têm muito capital e querem o horário do meu programa” (Botelho, 2014, entrevista pessoal).

As dificuldades associadas à estratégia “comunitária” estão sobretudo relacionadas com a radiodifusão de programas em estações que tenham uma área de ação nacional; de facto, numa dimensão nacional, comunidades imigrantes estão espalhadas de uma forma fragmentada e não-homogénea. Este ponto crítico resulta na necessidade de uma lógica de equilíbrio entre a lógica da comunidade com a generalidade de obter um produto com grande potencial em termos de audiência e a possibilidade de fazer programas apelativos para os anunciantes. (Pasetti, 2010, p. 16)

Para a apresentadora, o que explica este êxito junto dos ouvintes prende-se, fundamentalmente, com três razões: a proximidade, a ligação aos eventos e grupos da comunidade e o facto de a música e os conteúdos corresponderem ao que a comunidade deseja

ouvir para se relacionar com o seu país de origem. Portanto, urge agora refletir sobre uma das conclusões até agora alcançadas. Se acreditamos que os programas de rádio produzidos pela e para a diáspora, de acordo com a amostra analisada, se encontram desfasados da cultura contemporânea portuguesa, estando cristalizadas na época em que a maioria dos constituintes destas comunidades deixaram o país, concluímos, pois, que é esse desfasamento a razão pela qual a sua audiência é significativa. A apresentadora utiliza um cronoletto desfasado da cultura contemporânea portuguesa, mas que corresponde exatamente ao imaginário do Portugal abandonado no momento da imigração, resultando por isso numa escuta mais “cómoda” dos referentes simbólicos que já se conhecem, em detrimento de novos signos que correspondem a um país que já não sentem ser o mesmo, ou seja, que já não possui os elementos culturais que avivam sentimentos de pertença.

A memória da diáspora é memória coletiva e este elemento delinea as paisagens sonoras das rádios dos emigrantes portugueses. Se associarmos este vetor ao argumento de Halbwachs (1992) de que não existem memórias puramente individuais – todo o processo de cristalização da memória é da definição do coletivo, pois a mente humana está organizada de acordo com um processo social e as suas percepções estão sempre vinculadas a um contexto social –, concluímos que foi a memória coletiva da diáspora portuguesa no Brasil a responsável pela construção de um Portugal que já não existe mais.

Nenhuma memória é possível fora do enquadramento usado pelas pessoas que vivem em sociedade para determinar e recuperar as suas recordações. (...) o que vemos hoje teve lugar no espaço das nossas memórias antigas, que se adaptam às nossas percepções atuais. Tendo em conta que a memória coletiva é essencialmente uma reconstrução do passado à luz do presente, preservamos algumas memórias das nossas vidas, que são continuamente reproduzidas. Através delas, o sentido da nossa identidade é perpetuada. Não é possível pensar nos acontecimentos do passado sem discorrer sobre eles. Na verdade, a língua tem um papel fundamental na reconstrução dos nossos passados. De que forma é que localizamos as nossas memórias? Com a ajuda de pontos de referência que trazemos connosco. À medida que olhamos em volta e pensamos nos outros, poderemos encontrar-nos nesses tempos e espaços uma vez mais. (Halbwachs, 1992, p. 47)

Esta lógica simbólica cristalizada no tempo da migração ajuda também a manter uma certa quota de mercado de produtos culturais já considerados antiquados no país produtor (como o

folclore, certos artistas de música ligeira e determinadas abordagens ao fado) e a alimentar um segmento de mercado que em Portugal talvez já não fosse rentável. A Estratégia de Lisboa¹⁹⁴ definiu a globalização como “um movimento de acesso generalizado aos mercados e ao consumo com base nas TIC, onde a cultura e os estilos de vida tendem a assumir não só um valor simbólico identitário, mas também um valor de mercado estratégico” (Ferin, 2007, p. 203). Esse valor de mercado junto das comunidades emigrantes e seus descendentes manifesta-se no carácter “interno” dos patrocinadores dos programas de rádio em análise, isto é, o financiamento dos produtos radiofónicos chega do núcleo da própria diáspora. Neste género radiofónico, o perfil editorial das estações parece aproximar-se do perfil sociocultural do público-alvo, ou seja, das comunidades emigrantes e da diáspora. Nos média étnicos observamos com frequência que a equipa de produção é o espelho da comunidade recetora.

Os estudos de caso analisados revelaram equipas de produção constituídas, sobretudo, por elementos da primeira ou segunda gerações da diáspora portuguesa no Brasil. Ora segundo o psiquiatra Carlos Amaral Dias (2005) resumem-se em dois fenómenos a percepção das segundas e terceiras gerações da diáspora face à sua cultura de partida: ou rejeitam os mitos da origem à qual nunca pertenceram ou idealizam os mitos de uma origem que nunca conheceram. Ora a diáspora portuguesa no Brasil, talvez por se tratar da maior comunidade estrangeira no país e pela familiaridade que sente com uma mesma língua, encaixa num fenómeno de idealização dos mitos associados à cultura portuguesa que acabam por trespassar para os produtos radiofónicos construídos no seio da diáspora: a filiação em ranchos folclóricos portugueses, a participação em “bacalhoadas” e a celebração de festas exclusivamente portuguesas, como as Festas do Espírito Santo ou de Santo António.

E se experimentarmos o exercício inverso, isto é, conhecer os programas transmitidos em Portugal para a diáspora? Será que nos iríamos deparar com a mesma cristalização dos produtos culturais na rádio desde o tempo da emigração? Em Portugal, há poucos registos de programas direcionados para as comunidades emigrantes mas, como referido na primeira secção deste

194 A Estratégia de Lisboa foi o nome dado à estratégia de crescimento para a União Europeia entre 2000 e 2010. A Estratégia de Lisboa focou-se, sobretudo, em duas prioridades: promover um crescimento sólido e duradouro dos países da UE e gerar mais e melhor emprego. Na sequência da Estratégia de Lisboa, a Comissão Europeia apresentou o programa EUROPA 2020, que apresenta orientações aos países europeus para a recuperação da crise para o período 2010-2020.

capítulo, existe um conjunto de média étnicos, especialmente desenvolvidos pela e para a comunidade brasileira. O programa que mais se aproxima, na sua missão, público-alvo e objetivos ao *Portugal, a saudade e você* é talvez o programa *O Mundo Aqui*, transmitido pela Antena 1 Açores e dirigido aos imigrantes que migraram para o arquipélago dos Açores.

Tal como o programa criado por Isabel Botelho, este programa apresenta uma audiência de nicho, com um público-alvo bem definido, podendo chegar a todos mas desejando chegar à comunidade para a qual foi pensado. O programa, transmitido semanalmente ao sábado, às 13h, na Antena 1 Açores e retransmitido em Cabo Verde pela RTC-CV, aos domingos, a partir das 7h, divulga conteúdos de índole cultural, musical, histórica e pessoal: “vivências”, refere o autor na apresentação do genérico do programa (Maninho, 2016/03/12). Um programa produzido pela Associação dos Imigrantes nos Açores (AIPA)¹⁹⁵ com o apoio da Antena 1. O apresentador auto-intitula-se “Maninho”, é de nacionalidade brasileira e reside há praticamente 20 anos no arquipélago.

Os responsáveis pelo programa descrevem *O Mundo Aqui* como um espaço de diálogo entre povos e culturas cujo objetivo principal é exatamente a integração efetiva do crescente número de imigrantes da sociedade açoriana (AIPA, 2013). O programa aglomera elementos interculturais dialogantes, práticas de cidadania e canais de informação úteis para os imigrantes, valorizando aspetos positivos do fenómeno migratório e atento à inclusão: “o programa tem como público-alvo a sociedade açoriana no seu todo, partindo do pressuposto que os imigrantes dela fazem parte” (RTP Play, 2016).

Por ocasião do seu décimo aniversário, o programa divulgou um comunicado de imprensa em que se posicionava como um lugar de promoção e reflexão que tem construído uma relação estreita com uma audiência fiel:

O nosso objetivo é criar pontes entre pessoas. É o que temos tentado fazer nesses 10 anos. Passar informação e mostrar que a comunidade imigrante aqui nos Açores tem um relevo importante. O programa é feito para todos e não só para os imigrantes”, sustentou o brasileiro Maninho, que em novembro completa 18 anos a viver no arquipélago. Além da música, o

¹⁹⁵ Nos Açores residem mais de 4 mil imigrantes, isto é, cerca de 3% da população do arquipélago é de origem estrangeira, de uma das 80 nacionalidades que ali habitam, com destaque para Cabo Verde, Brasil, Angola e países do leste europeu. A AIPA está fisicamente presente em São Miguel, na Terceira e no Faial.

programa de rádio emitido aos sábados, ao início da tarde, divulga informações e realiza entrevistas a personalidades ligadas a inúmeras áreas, sendo que de janeiro até agora foram feitas quase mil entrevistas, segundo revelou o apresentador e músico. A internacionalização do programa “já é uma realidade”, muito devido à Internet, pelo que amigos e familiares de Maninho costumam reunir-se para o ouvir semanalmente na sua cidade natal, Goiana, no nordeste brasileiro. O programa, que conta com o apoio da Direção Regional das Comunidades e Antena 1 Açores (...) também originou um festival anual de gastronomia, que a AIPA realiza desde 2007 na ilha de S. Miguel. (Maninho citado em AIPA, 2013, 30 de abril)

O programa está no ar desde 2003 e, na sua estratégia de internacionalização, existe a pretensão de chegar também a Brasil e Angola, além de Cabo Verde. Ainda assim, e à semelhança das conclusões extraídas a partir da observação das rádios portuguesas no Brasil, descritas neste capítulo, é na internet que a diáspora concretiza um regresso a casa, já que a sua dimensão local – uma diáspora que se realiza nos seus próprios limites locais de comunidade deslocalizada das origens – apenas se transcende na ciberesfera. Ainda que a internet contribua para a internacionalização de produtos culturais de ordem local, a ciberesfera tem também vindo a categorizar-se como a representação mais atual das formas de desigualdade social, manifestadas em disparidades tecnológicas: alguns pontos do globo ainda sofrem de “ciberespera”.

Portugal que, durante longos anos jogou com boas vontades recíprocas e no empenhamento de alguns notáveis professores no plano universitário, tem hoje, se quer obter de facto alguma presença, no Brasil, de actuar em termos muito intensos de indústria cultural e de ocupação mediática. Doutro modo, estaremos condenados àquelas descrições desalentadas de uma comunidade portuguesa profundamente envelhecida e conservadora em total ruptura com os valores culturais dos filhos, e que tem como único recurso para adiar a anunciada catástrofe umas festas com comida e ranchos que dançam músicas minhotas com trajos alentejanos. (Coelho, 2000)

A cultura é historicamente o elemento que, desde o Iluminismo, tem alargado o fosso entre classes, distinguindo-as (Bourdieu, 1987). E estando a Lusofonia inscrita no cenário macrocultural da descolonização, será a atual formulação ontológica da cultura lusófona uma representação mimética da cultura pós-colonialista portuguesa, ou aproximar-se-á um pouco mais do conceito de “descolonialismo”? Levamos esta questão adiante, caminhando com mais uma hipótese para reflexão, até à última secção desta tese.

A (des)colonialidade do ouvir: descolonizar o pensamento através da rádio no contexto das epistemologias do Norte e do Sul

A disseminação do conhecimento através das tecnologias de informação e comunicação tem sido um dos fatores de maior aceleração do “heteroconhecimento” no mundo globalizado. Esta expansão do saber – equivalente ao Universo, que se encontra em expansão desde o Big Bang – tem potenciado o que Lévi-Strauss (1978) designou por “supercomunicação”: “a tendência para saber exatamente, num determinado ponto do mundo, o que se passa nas restantes partes do Globo” (1978, p. 31). Os movimentos migratórios e a constituição de diásporas que se mantêm atualizadas sobre o seu país de origem através das TIC densificam estes fenómenos de supercomunicação. A expansão da informação, neste sentido de supercomunicação, contribui na pós-modernidade para a expansão do “universo da informação”, isto é, o mundo em que nos movemos, em que movemos os conteúdos que produzimos, em que movemos a informação de um lugar do ciberespaço para outro, recolocando-nos no lugar que vemos (através da televisão e da internet), ouvimos (através da rádio) e imaginamos (através dos lugares semióticos que ocupamos com a imaginação na continuidade do processo de supercomunicação).

Como foi mencionado no capítulo introdutório, seleccionámos a rádio pública como objeto de estudo por acreditarmos que ao serviço público compete uma maior dose de responsabilidade social para com o espaço lusófono, fazendo parte da sua missão dedicar um olhar mais demorado à Lusofonia. Depois de analisarmos quantitativa e qualitativamente o tempo de antena conferido à cultura lusófona, refletimos agora sobre o contexto pós-colonial em que se transmitem os programas de rádio identificados como unidades de análise.

Partimos para essa reflexão observando o *mapa mundi*, na configuração habitual em que o mundo é representado: a escala da projeção de Mercator¹⁹⁶. A forma como imaginamos o contorno geográfico dos limites dos vários países que compõem o mundo, apesar de pretender ser uma imagem universal e objetiva, transversal à totalidade das nações, representa um pensamento

196 A projeção de Mercator, apresentada em 1569 pelo cartógrafo belga Gerardo Mercator e que ainda hoje serve de referência à maioria dos mapas, apresenta uma visão do planeta desfasada da realidade. A transição do globo terrestre, esférico e a três dimensões, para um mapa plano e a duas dimensões, distorce o tamanho dos territórios e cria falsas imagens do tamanho dos países e continentes. Por exemplo, a Europa apresenta-se muito maior e a África muito mais reduzida, já que apenas os três maiores países africanos cobrem praticamente a área total do continente europeu. Esta distorção das dimensões do mundo contribui para uma visão colonialista da geografia planetária. Nos últimos anos, o atlas baseado na projeção de Mollweide, criado em 1805 para responder aos problemas da escala de Mercator, tem sido cada vez mais utilizado por ser mais realista. Contudo, este modelo cria alguma estranheza ao olhar, pelo facto de a utilização do modelo de Mercator ser generalizado (Infopédia, 2017b).

configurado a partir do ponto de vista da cultura hegemónica que impera no mundo contemporâneo: a do Ocidente e a do Norte.

Assumimos, como princípio, que a enunciação da forma como observamos a disposição dos continentes no mapa planetário revela, por si só, um ângulo de ocidentalização do mundo cujo terreno base foi lavrado pelas experiências colonialistas que configuraram as fronteiras. O colonialismo é uma experiência antiga da espécie humana que inaugurou o controlo dos povos. Os povos colonizadores, patrões do poder, instituíram um novo padrão de dominação com a produção de uma construção mental denominada por raça. O etnocentrismo gerado neste controlo dos povos gerou a separação entre povos superiores versus povos inferiores, um molde de pensamento provindo do pensamento grego, que superioriza uns sobre outros.

Até ao final da II Guerra Mundial impunha-se a normatividade da divisão colonialista e imperialista do mundo (ainda com França e Inglaterra como as maiores potências mundiais), e a partir do pós-guerra, o mundo foi reformatado numa lógica económica da divisão da ordem mundial que acabou por colocar os Estados Unidos como centro da economia-mundo. É no contexto do pós-colonialismo que a dimensão do capitalista norte-americano se torna um poderoso polo produtor de injustiça. As continuidades e descontinuidades das relações coloniais a partir de meados do século XX baseiam-se em relações de poder que se vivem no âmbito coletivo e individual, nas esferas da cultura, da política, da economia e da ciência. O pós-colonialismo também se expressa epistemologicamente, refletindo um molde de pensamento paroquial e provinciano, com o Norte a protagonizar processos de elaboração teórica no cume geopolítico do conhecimento, formatando também o pensamento dominante nas Ciências Sociais e Humanas.

O argumento pós-colonial e o descolonial têm sido mais bem-sucedidos no desafio que colocam às narrativas históricas da insularidade e tradições historiográficas que emanam da Europa. Tem sido assim particularmente no contexto de representação paroquial do carácter do debate sobre as origens endógenas da modernidade, a favor dos argumentos que sugerem a necessidade de considerar a emergência do mundo moderno nas histórias mais latas do colonialismo, império e escravatura. No entanto, ainda não existe grande obra feita na junção das várias trajetórias destes campos. (Bhambra, 2014, p. 3)

É exatamente nesta área do saber que encontramos uma abordagem que pretende contrariar a colonialidade do saber e confrontar o pensamento hegemónico com as epistemologias do Sul. O grupo M/C (Modernidade/Colonialidade)¹⁹⁷, no seio do qual se fundou a teoria do “pensamento descolonial”, constituiu-se nos anos 90, sob influência do grupo de Estudos Subalternos, fundado na Índia na década de 70 do século XX. A sua missiva consistia na tarefa analítica de revelar a lógica de colonialidade e a tarefa prospetiva de contribuir para a construção de um mundo no qual uma miríade de mundos e conhecimentos coexistem e do qual emerge uma sociedade política global que se desconecta num momento atual de reocidentalização e desocidentalização (Mignolo, 2011).

A história do processo de ocidentalização do mundo funde-se com a história do processo de colonização, apesar de não ter terminado com a independência dos territórios dominados. O ato de ocidentalização corresponde a uma imposição da cultura do país dominador, que observa os territórios colonizados como povos aculturáveis, volúveis a uma resignificação do real que se transformou numa transposição da cultura do dominador para o dominado. Já o processo de desocidentalização ocorreu, fundamentalmente, nas economias em vias de desenvolvimento que surgiram nesta nova configuração mundial do pós-colonialismo. Quanto à iniciativa da reocidentalização, mais do que isso mesmo, é uma resposta à desocidentalização. Processos de reocidentalização têm-se sucedido um pouco por todo o mundo, desde a ascensão da cultura norte-americana como cultura hegemónica na segunda metade do século XX. Uma ascensão naturalmente acelerada pela internet, que fez chegar referências dos Estados Unidos a qualquer ponto do planeta, massificando as possibilidades de adoção de uma cultura *mainstream* por países onde o acesso à informação era mais recôndito.

De acordo com Mignolo (2013), um dos principais pensadores do Grupo M/C, a reocidentalização e a desocidentalização “dão-se hoje no plano dos estados e das relações internacionais; já a descolonialidade ocorre no âmbito cultural, desenvolvendo-se na esfera da ‘sociedade política global’” (2013). Deste modo, estando a tónica do pensamento descolonial na

197 Do Grupo M/C, fundado em 1998 num encontro em Caracas, fazem parte os semiólogos Walter Mignolo e Zulma Palermo, a pedagoga Catherine Walsh, os antropólogos Arturo Escobar e Fernando Coronil, o crítico literário Javier Sanjinés, os filósofos Enrique Dussel, Santiago Castro-Gómez, María Lugones e Nelson Maldonado-Torres e os sociólogos Anibal Quijano, Edgardo Lander, Ramón Grosfoguel, Agustín Lao-Montes e o português Boaventura Sousa Santos.

cultura, o processo de desocidentalização e a descolonialidade do saber devem proceder do pensamento e da comunicação nas principais línguas do mundo, e não apenas na língua inglesa, o idioma da cultura-mundo.

A opção descolonial assenta numa série de valores que “denunciam a injustiça em prol da justiça, tendo como um dos seus pilares a hipótese de que a retórica da modernidade – progresso, crescimento, desenvolvimento, paz e homogeneidade – justifica a eliminação de todos os obstáculos que se lhe coloquem” (Mignolo, 2013); e tenta não rejeitar a teoria pós-colonialista, ainda que evite os padrões do passado (Ballestrin, 2013).

Nas conceções de pensamento moderno e pós-moderno, seria impossível para os BRICS formar uma união viável de qualquer tipo porque não possuem linguagens ou religiões comuns, não se encontram em territórios contíguos, não possuem uma memória comum (como a Grécia e Roma antigas, para a maioria dos países ocidentais) e os seus povos têm aparências diferentes, agem de forma diferente e sentem-se diferentes. O senso comum (moderno e pós-moderno) pressupõe que pessoas que não têm quase nada em comum e apenas se relacionam por e para interesses económicos não podem permanecer juntos por muito tempo. (Mignolo, 2014, p. 14)

Organizações económicas como a dos BRICS, que reúnem economias poderosas, níveis de desenvolvimento cada vez mais próximos dos ocidentais e esferas políticas distintas, constituem um exemplo de organização descolonialista: não possuem uma língua, história ou memória cultural comuns, apenas partilham uma ideia de um passado de incursões por parte do mundo ocidental. Enquanto grupo de nações geoestratégicas do Sul – ao contrário de outras organizações como o G7 ou o G8 –, assumem uma posição de desafio às economias historicamente mais estabelecidas do Norte.

Os estados-nação periféricos e os países não-europeus encontram-se hoje em dia ainda sob a égide de um “regime da colonialidade global (...). As zonas periféricas mantêm-se numa situação colonial, ainda que já não estejam sujeitas a uma administração colonial” (Grosfoguel, 2008, p. 126); estão sim sob a alçada de mecanismos sistémicos dirigidos pelos Estados Unidos através de representações do poder económico e bélico, como o FMI, o Banco Mundial, o Pentágono e a

NATO (Grosfoguel, 2008). Autores há que tornam este argumento ainda mais radical, denunciando o processo de descolonização como propulsor de um suposto neocolonialismo (Neruma, 1969).

Se até 1945 imperava a divisão colonialista e imperialista do mundo através da lente de poder de Inglaterra e França – que no seu exercício de poder colonialista além-europeísta chegaram a desenhar fronteiras de regiões como o Médio Oriente e que se mantêm até hoje –, após 1945 as características geopolíticas do mundo passam a estabelecer uma divisão económica e de desenvolvimento (Mignolo, 2014), cunhada pelos termos “Primeiro”, “Segundo” e “Terceiro Mundo” (Sauvy, 1952). O lugar de centro da economia-mundo passa a ser tomado pelos Estados Unidos da América, país que até hoje ocupa esta posição hegemónica de paradigma cultural. Tendo o termo “Terceiro Mundo” adquirido uma conotação negativa, pré-estabelecendo a sua significância no estado de subdesenvolvimento, nos últimos anos tem sido adotada a designação para a divisão do mundo “Norte/Sul” (Castells, 2002a). Os Estados Unidos, a Europa, o Japão e a Austrália são os principais aliados do bloco desenvolvido do Norte, assente em princípios de reocidentalização no seu relacionamento com os demais países do Sul.

Após a conferência de Bandung, em 1955, as relações Sul/Sul começaram a tomar forma (Mignolo, 2009). Poderá considerar-se que o processo de descolonização se estruturou neste debate gerado entre países do Sul, num contexto de Guerra Fria e de confronto entre posições capitalistas e comunistas. A descolonialidade significa desamarrar-se da matriz colonial de poder, de todas as suas dimensões (económica, política, de género, de conhecimento, religiosa que suprime a espiritualidade, normatividade e institucionalização estética que suprime o sentir, suprime a estética, a mercantilização da vida). O pensamento e a atitude descoloniais não têm no seu horizonte uma revolução onde o desprendimento seja total e uníssono, mas implica processos em que cada uma das referidas dimensões, sempre entrecruzadas e interrelacionadas, estão dependentes umas das outras:

O Ocidente já não controla a matriz colonial de poder em disputa pelas “economias emergentes” e as consequências políticas e epistémicas que o auge económico tem. A desocidentalização no âmbito político-económico significa para as economias emergentes crescer desprendendo-se e desobedecendo às “ordens” do Fundo Monetário, do Banco Mundial e da Casa Branca (e já não vale a pena mencionar aqui a Europa). (Mignolo, 2013)

Tendo em conta os dois estudos de caso do presente trabalho, foi colocada a hipótese de Portugal pertencer ao plano reocidentalizado do Norte, mas no caso do Brasil – dado o seu passado histórico de país colonizado, contrastante com a sua atual posição de sexta economia mais valiosa do mundo –, terá o seu processo pós-colonialista sido (e estando atualmente a desenvolver-se numa lógica de) desocidentalização ou, por outra, reocidentalização?

Nestes termos, as duas referências culturais da presente tese – Portugal e Brasil – pertencerão, até certo ponto, a planos distintos de enquadramento hegemónico do pensamento colonialista. Portugal estaria no plano reocidentalizado do Norte, isto é, culturalmente reconfigurado pela influência quase global dos Estados Unidos, enquanto país geográfica e politicamente coligado ao capitalismo globalizante. Neste sentido, o Brasil encaixar-se-ia no plano desocidentalizado do Sul, particularmente no contexto das economias latino-americanas de inspiração socialista. Contudo, também teremos que ter em consideração a crescente penetração da cultura *mainstream* norte-americana no Brasil, especialmente na “nova” classe média, alargada e solidificada durante a legislatura de Luiz Inácio Lula da Silva. Esta tendência globalizante explica-se não só pelo crescente acesso da classe média emergente ao crédito, e consequentemente, a produtos tecnológicos da sociedade digital (computadores, *tablets* e *smartphones*, entre outros) que lhes foram permitidos pelo aumento generalizado do poder de compra, como também pela forte penetração da cultura norte-americana no país, olhada como uma sociedade aspiracional por parte das classes médias e altas.

O rápido crescimento económico de países ex-colonizados, como os EUA, o Brasil, o Chile, a África do Sul, Angola (com um nível maior ou menor de conflito racial) provocou uma elevação da autoestima e confiança política destes países em desenvolvimento, gerando a energia e criatividade para ultrapassar hierarquias raciais (Mignolo, 2014). Aliás, a criatividade é uma característica inerente à miscigenação e a diversidade é uma componente da chamada “brasilidade” (Da Matta, 1984). Colocar Portugal e Brasil lado a lado, sem um olhar epistemológico de superioridade de um para outro, analisando as epistemologias do Norte e do Sul como uma dialética de desequilíbrio histórico, é refletir sobre um mundo descolonizado que não pode esquecer as emoções.

No âmbito da comunicação e das linguagens mediáticas, a rádio é o meio que mais estabelece relações de afetividade do lado da receção. Por conta deste grau de emoção associado à rádio na sua expressão mais primitiva – o FM – e que a privilegia no seio dos restantes meios de comunicação social, parece haver nela uma fronteira híbrida entre espaço público e esfera privada. A ausência de imagem, e o impulso criado pela rádio na criação de imagens mentais fruto da imaginação própria do ouvinte, parece tornar aquilo que se ouve em “algo que se vê como se quer” (Alves, 2015, p. 2).

Rádio livre: ela fala, ela canta, ela expressa-se. É isso mesmo, é a obscenidade empática do seu conteúdo. Em termos um pouco distintos para cada meio, o resultado é este: um espaço, o do FM, pensa-se estar saturado, as estações sobrepõem-se e misturam-se (ao ponto de, por vezes, nem sequer comunicarem). Algo que era livre por virtude do espaço deixou de o ser. O discurso talvez seja livre, mas eu sou menos livre do que antes: eu já não consigo saber o que quero, o espaço está tão saturado, a pressão por parte dos que querem fazer-se ouvir é tanta. Caio no êxtase negativo da rádio. (Baudrillard, 1983, pp. 131-132)

Essa emoção na relação entre ouvintes e a rádio manifesta-se com evidência em programas de rádio sobre a cultura de origem e/ou dirigidos à diáspora. Em primeiro lugar, porque o sentimento de pertença a uma cultura distante, independentemente da carga positiva ou negativa pela qual esse país se transformou na pátria deixada, pertence ao lugar da emoção; em segundo lugar, porque a nossa principal unidade de análise, a música (lusófona) é *per se* um veículo de transporte de emoção. E se a emoção está completamente incorporada nos programas da diáspora, talvez essa seja uma das razões pelas quais os produtores de programas produzidos para a diáspora portuguesa sejam, em larga maioria, conteúdos de entretenimento em detrimento de matérias de informação. Esse poderá ser um fenómeno paradigmático, já que parece acontecer também noutras rádios à volta do mundo, nomeadamente nos programas porto-riquenhos nos Estados Unidos (Retis, 2015).

De acordo com a análise de estudos de caso realizada no Brasil, de tal forma está a emoção embebida no tom de voz e no vocabulário usado pelos produtores e apresentadores que parece existir no discurso radiofónico da diáspora portuguesa nos média étnicos brasileiros uma menor presença da cultura lusófona e uma maior aproximação ao conceito de “Lusofilia”, isto é, “ao

amor pelas coisas portuguesas, o que é diferente da Lusofonia, que considera e promove o Português, por ser a língua comum, mas também por querer valorizar e promover as outras línguas e realidades dos países lusófonos” (Cristóvão, 2012, p. 652). Esta também consiste numa forma de colonialismo do ouvir, porque é transmitida aos ouvintes uma imagem de exaltação cujo enaltecimento não deveria competir aos média.

Serão os programas de rádio dedicados à diáspora portuguesa no Brasil uma continuidade da lógica da colonialidade e da retórica da modernidade de que fala Walter Mignolo? Será a atual formulação ontológica da cultura lusófona uma representação mimética da cultura pós-colonialista portuguesa, ou aproximar-se-á um pouco mais do conceito de “descolonialismo”?

A ocidentalização do Brasil poderia constituir um enfrentar do seu próprio passado de país colonizado, apesar de a colonização portuguesa – a mais duradoura empreitada colonial europeia, mas a menos duradoura no continente americano – ter trazido especificidades ao caso brasileiro em relação ao resto da América. A literatura da descolonialidade parece apresentar um “complexo de Colombo” (Melman, 2000), pois o Brasil descolonizado nunca foi tão analisado como o mundo hispânico.

Uma das convenções antropológicas mais repetidas na literatura sobre a cultura brasileira é a da sua “miscigenação” (Da Matta, 1984), conceito usado para descrever a mistura entre, sobretudo, indianidade, africanidade e portugalidade na etnicidade no Brasil. A miscigenação substituiu o conceito de “mestiçagem”, muito presente na teoria lusotropicalista de Gilberto Freyre – uma obra muito vinculada a um pensamento colonialista que pensou o Brasil como herdeiro do império português, enaltecendo uma capacidade especial dos portugueses para formar novas sociedades tropicais racialmente justas e fraternas. É sabido que, apesar de o colonialismo português não ter registos de violência tão evidentes como a empreitada espanhola, a incursão colonista de Portugal sobre o Brasil foi castradora e impositora, como qualquer ato colonialista. Ainda assim, o Brasil é hoje confrontado com uma interseção histórica de um suposto colonialismo suave (Freyre, 1975), com uma remota sanguinidade indígena à qual atribui uma maior preponderância identitária do que a que parece ser real, não esquecendo a africanidade provocada pelos portugueses nos cruzamentos mercantilistas do Atlântico.

Ora o próprio termo miscigenação faz parte de uma linguagem descolonialista que contribuiu para a descolonização do conhecimento. Descolonizar o conhecimento significa descolonizar os agentes e as instituições que criam, constroem, mantêm e disseminam o conhecimento e os média como grandes tutores dos valores da sociedade, podem constituir-se como agentes de descolonização. E são os média públicos em particular que podem sobretudo assumir essa responsabilidade, já que os seus princípios fundamentais de pluralidade e independência são também, eles próprios, valores de um pensamento descolonizado. Todavia, também nos média públicos estão presentes elementos de colonialidade do pensar e da colonialidade do ouvir, como é o caso do programa radiofónico *A Voz do Brasil*.

A Voz do Brasil é um exemplo de colonialidade do ouvir pela incapacitação de opção e determinação da escolha a que força o ouvinte de rádio, numa hora tradicional de regresso a casa (o *drive time*). Além deste exemplo, encontrámos também em alguns programas de rádio sobre cultura portuguesa uma projeção de valores de colonialidade no Portugal de hoje, sobretudo nos programas produzidos para e pela comunidade emigrante portuguesa. Estes programas refletem um Portugal que já não é o país das referências únicas: de Amália e Eusébio, de Fátima e do bacalhau, mesmo que seja ainda tudo isso. Não identificámos nem a preocupação nem a necessidade de conhecer melhor o Portugal atual e de o retratar nos seus moldes contemporâneos: o país do projeto “Amália Hoje”; da Avenida Eusébio da Silva Ferreira; dos 100 anos das Aparições de Fátima que foram transmitidos em direto por uma miríade de meios; do sushi de bacalhau.

Serão os programas de rádio dedicados à cultura lusófona em Portugal e no Brasil uma continuidade da lógica da colonialidade e da retórica da modernidade de que fala Walter Mignolo? O único programa sobre cultura lusófona na rádio pública no Brasil, o *Tanto Mar*, da EBC, é o melhor exemplo, entre os estudos de caso analisados, de uma abordagem descolonialista. Consideramos tratar-se de um programa de rádio que retrata a Lusofonia como uma comunidade imaginada (Anderson, 2005), mas também plural e multicultural, sem supremacia dada à cultura ocidental. Naturalmente que o modelo do programa contribui para este sucesso na amplitude cultural do programa, já que a sua produção é muito simplificada e apenas depende do acesso aos discos por parte da produtora e apresentadora Jussara Mendonça.

O programa *Vozes da Lusofonia*, da RTP, apresenta uma abordagem em parte também ela colonizada, ainda que se debruce, de forma bem-sucedida, sobre os mais variados géneros musicais dos países de língua portuguesa e confere tempo de antena a artistas lusófonos que podem nem sempre ser conhecidos pelo grande público, preocupando-se também em apresentar artistas consagrados nos seus países lusófonos de origem, mas com pouca representação ainda em Portugal.

Contudo, como concluímos no capítulo anterior, pela formatação do programa (apenas presencial), ocorre uma centralização dos conteúdos em artistas portugueses (cerca de 80%). Por este motivo, e indo contra a própria missão do programa, o *Vozes da Lusofonia* é um produto radiofónico que exclui totalmente certos países lusófonos (como São Tomé e Príncipe e Timor-Leste), exclui em parte os restantes e cai no centralismo da portugalidade. Esta sectorização cultural não é propositada; é antes uma vicissitude do formato do programa, que requer a presença física, em estúdio, do artista para a concretização da entrevista. Acreditamos que, com os recursos tecnológicos à disposição da produção radiofónica atual (linha RDIS, Skype, WhatsApp, Viber, software Luci), seria possível estender o leque de participações a artistas de outros países lusófonos recorrendo a uma entrevista à distância. Assim, concluímos que a rádio pública portuguesa, apesar de na sua missão e objetivos ser considerada estratégica a abertura à Lusofonia, e existirem esforços efetivos para a sua concretização, através da realização de programas de rádio especificamente sobre cultura lusófona, torna-se vítima dos seus próprios moldes de produção.

(...) Portugal que, durante longos anos jogou com boas vontades recíprocas e no empenhamento de alguns notáveis professores no plano universitário, tem hoje, se quer obter de facto alguma presença, no Brasil, de atuar em termos muito intensos de indústria cultural e de ocupação mediática. Doutro modo, estaremos condenados àquelas descrições desalentadas de uma comunidade portuguesa profundamente envelhecida e conservadora em total rutura com os valores culturais dos filhos, e que tem como único recurso para adiar a anunciada catástrofe umas festas com comida e ranchos que dançam músicas minhotas com trajos alentejanos. (Coelho, 2000)

Os programas produzidos para a diáspora portuguesa ainda retratam o cenário descrito por Eduardo Prado Coelho, praticamente duas décadas passadas. As configurações dos programas de rádio sobre cultura lusófona da rádio pública apresentam características de descolonidade mais evidentes do que os programas da comunidade portuguesa das rádios emigrantes em estações emigrantes, porque:

- i) apresentam uma seleção musical mais eclética, pautada pela pluralidade;
- ii) registam um tom mais factual e menos emotivo na descrição dos elementos simbólicos da cultura portuguesa;
- iii) são pautados por um enquadramento nos procedimentos da diversidade da programação que faz parte da missão de serviço público.

É certo, como já foi apontado anteriormente, que o objetivo destes programas é distinto, assim como os seus moldes de produção e público-alvo. Contudo, se nos fixarmos nos conteúdos, verificamos que são estruturas programativas comparáveis, já que, mesmo nos programas sobre cultura lusófona, a música portuguesa é o elemento principal de inclusão na *playlist* e a unidade de análise a que reportamos para pensar a normatividade colonialista do discurso mediático na rádio.

Para descolonizar o ouvir, há que descolonizar o pensamento de quem produz, mas também de quem recebe, ou como nos disse em entrevista a diretora de informação da EBC, “um dos objetivos da EBC é justamente aumentar o senso crítico” (Beirão, 2014, entrevista pessoal). Desenvolver o sentido crítico aguça a capacidade de reflexão da esfera pública, tornando-a menos passiva, transformando a audiência (do inglês *audience*) em público (do francês *publique*). Estando o sentido de *audience* vinculado ao conceito de audiências mediáticas enquanto agentes passivos, acreditamos que descolonizar o pensamento será converter as audiências em públicos, *publiques*: organismos ativos, reatores e pensantes. Essa conversão dos consumidores mediáticos tem de ser uma preocupação do serviço público de comunicação, já que os seus princípios fundadores pressupõem conteúdos multimodais, com contraposição de visões, fomentando o olhar para minorias e suas adversidades em contexto social. Descolonizar o pensamento através do ouvir é criar programas de rádio que despertem nos ouvintes a vontade de se tornarem agentes críticos de mudança.

Se o discurso cultural brasileiro comporta uma espécie de esquizofrenia latente devido à preocupação, afinal absurda, de procurar uma identidade imaginária numa “indianidade” a posteriori, forma de recalcar o ato fundador português, o discurso português sobre o Brasil é pura e simplesmente retórico e onírico. Esse discurso sem qualquer conteúdo real está, há muito tempo, ritualizado em formas convencionadas. (Lourenço, 1999a)

No Brasil, a questão da territorialidade poderá constituir-se como um entrave à descolonização do pensamento. A imensa extensão territorial do Brasil, e por conseguinte, o desequilíbrio gerado na distribuição, dificulta a circulação de produtos culturais por todo o Brasil quando há tantos Brasis (e com indústrias culturais tão frutíferas). Perante tamanha extensão territorial e cultural, é difícil aos produtos culturais circularem pelo Brasil, sendo dada primazia à indústria norte-americana, centro de “cultura-mundo” e admirada no Brasil. Além disto, e no caso particular de Portugal, as dificuldades de introdução da música portuguesa nos círculos culturais e no mercado discográfico do Brasil encontram uma outra barreira: os estereótipos ligados à cultura portuguesa, de enraizamento histórico, provocados pela vaga de emigração de portugueses para o Brasil no início e em meados do século XX, cuja imagem não tem vindo a ser atualizada. Esta ausência de atualização de elementos simbólicos da cultura portuguesa, provocada por uma “incomunicação intercultural” entre o Brasil e Portugal (Pina-Cabral, 2002), é reforçada pela ação dos média brasileiros, que observam pouco o *Outro* – e quando o fazem, olham mais demoradamente para os países sul-americanos, geograficamente mais próximos, ou para os Estados Unidos. Existe, por conseguinte, “uma relação heterogénea, múltipla, ambígua e mutável” entre Portugal e Brasil, assente num “desconhecimento do outro apesar da convivência” (Pina-Cabral, 2002, p. 104).

Numa postura mais radical, poderíamos diagnosticar ao Brasil uma “miopia mediática”, especificamente no que toca à sua visão cultural periférica. A proliferação dos vários Brasis tem historicamente promovido um olhar mais demorado sobre o que lhe é próximo, não perseguindo produtos culturais mais distantes, que o forçam a ver mais longe. Vamos, assim, de encontro ao argumento de Chaparro (2000), segundo o qual o sentido de “alteridade”, ou seja, a abertura à descoberta do *Outro* é a única forma de compreensão das repercussões da cultura lusófona em

tempos de globalização. Há ainda o contraponto que deveria ser feito pela educação, sobretudo pela educação para a história, mas que não contribui para um pensamento descolonizado: “O jovem brasileiro cresce com a visão que Portugal explorou o Brasil, Portugal como colonizador e, como se sabe, as coisas não são tão simples assim. Isto aconteceu com o meu próprio filho” (Leal, 2005, p. 11).

Do outro lado do oceano, verificamos que os preconceitos também se solidificaram ao longo dos anos, mas a sua instalação no pensamento hegemónico poderá não ter sido tão penosa. O estereótipo do brasileiro desprovido de inteligência e de qualificações, muito vinculado à vaga de emigração brasileira dos anos 1990¹⁹⁸ (Malheiros, 2007), também contribui para esta ideia cristalizada do brasileiro superficial, para a qual também contribuem as características de afetividade e alegria muito presentes no trato dos brasileiros. Se bem que, surpreendentemente, estes estereótipos jogaram a favor dos imigrantes brasileiros em Portugal, pelo facto de essas características serem valorizadas num contexto laboral de uma certa especificidade:

Muito sucintamente, o que acontecia entre os brasileiros no Porto era uma preferência, por parte dos empregadores portugueses, por brasileiros mulatos para determinados tipos de trabalho. Assim, os brasileiros mulatos, que viveram uma experiência de “opressão racial” no Brasil experimentaram uma situação inusitada: no Porto, eles tinham mais facilidade de encontrar empregos que imigrantes brasileiros brancos. Mesmo brasileiros negros tinham mais facilidade de conseguir vagas no mercado de trabalho que os brancos. Chamei esse processo de “inversão racial”, propiciada pela hierarquia das diferenças portuguesa. Essa inversão racial foi a linha mestra das construções de identidade brasileira entre estes imigrantes, resultando em toda uma organização da vida cotidiana e dos circuitos de reciprocidade marcada pela importância que, de repente, foi concedida aos brasileiros mulatos e negros. O resultado desse processo foi uma radicalização do discurso ideológico brasileiro da mestiçagem. É como se apenas em Portugal o sonho de uma sociedade mais justa racialmente fosse possível. É como se o Brasil pudesse ser um Brasil “de verdade” em Portugal. (Machado, 2007, p. 127)

Eis o exemplo de uma aplicação prática positiva dos estereótipos ligados à cultura brasileira que camufla a verdadeira “gaiola dourada” por eles criada. Se esta preferência pela imigração

198 Em apenas uma década, Portugal tornou-se num dos destinos preferidos dos imigrantes brasileiros. Entre 2001 e 2011, passaram de sétima diáspora mais populosa em Portugal para primeira, com 109 787 brasileiros a viverem em Portugal (Censos, 2011). De acordo com estatísticas mais recentes, atualmente vivem cerca de 85 mil brasileiros em Portugal (INE, 2016).

brasileira em determinados serviços em Portugal jogou a favor dos recém-chegados que desejavam uma entrada rápida no mercado de trabalho do país de acolhimento, não foi no entanto benéfica para os imigrantes brasileiros que procuravam oportunidade de trabalho noutras áreas da indústria ou do conhecimento, já que ficaram para sempre marcados por uma ligação próxima a serviços de restauração. Este fenómeno de “inversão racial” atesta que os quadros classificatórios que regimentavam o império foram resgatados neste período da história das migrações entre Portugal e o Brasil, já que aos brasileiros (mulatos) foi atribuída uma competência “natural” para servir os residentes, pois “aos imigrantes foram alocadas as classificações coloniais” (Machado, 2007, p.128).

Este episódio de “inversão racial” ocorrida com os imigrantes brasileiros da década de 90 em Portugal corrobora o argumento de que o paradigma em Portugal ainda é o da colonialidade. Por cá, ainda se pensam os Descobrimentos como elemento simbólico perpetuamente conectado com a identidade portuguesa, e que também serve de argumento para justificar a relevância do oceano na economia e até na cultura portuguesa. Em termos de tempo histórico, a expansão ultramarina é considerada o apogeu da portugalidade, e a partir dela surge a proposta de Lourenço (1999a; 1999b) sobre a “hiperidentidade portuguesa”. Desde a mitologia em torno do retorno de D. Sebastião, reforçada pela literatura, às glórias marítimas do país, Portugal veria no imaginário de sua identidade nacional o passado como o grande protagonista. Um dos grandes exemplos desta proposta de Lourenço é o sistema educativo português, onde é realçado o período dos Descobrimentos, sendo o tema amplamente explorado sob o olhar do colonizador.

As migrações foram também catalisadoras da fundação da CPLP, já que a sua criação ocorreu após a eclosão dos conflitos diplomáticos entre Brasil e Portugal devido às deportações de imigrantes brasileiros¹⁹⁹. A Lusofonia representa a reconfiguração do império português na era pós-colonial, uma forma que Portugal encontrou para reformatar o espaço preponderante que ocupou na história e que perdeu no período de descolonização do pós-25 de abril.

199 O primeiro caso de extradição de brasileiros ocorrido no aeroporto de Lisboa aconteceu em 1993 e desencadeou conflitos diplomáticos entre Brasil e Portugal. À data, foi desrespeitado o Tratado Bilateral de Igualdade de Direitos entre Portugal e Brasil, assinado em 1972, em plena época de guerra colonial, que havia permitido que parte dos “retornados” de África se tivessem deslocado para o Brasil a pedido do Estado Colonial português. Estes conflitos diplomáticos entre os dois países ocorrem num período em que a migração de brasileiros era ainda novidade. Como consequência, formou-se na Casa do Brasil, no Bairro Alto em Lisboa, o movimento social “Brasileiros no Exterior” com o objetivo de lutarem pelos direitos dos emigrantes brasileiros e por uma nova legislação migratória.

(...) a portugalidade opõe-se certamente à lusofonia: a primeira é o resultado de uma oposição constante aos espanhóis – entendendo-se por esta expressão todas as nacionalidades colocadas sob a dependência do governo central dominado pelos castelhanos – ao passo que a lusofonia seria a consequência quase passiva da expansão e da banalização da língua. A criação da lusofonia, quer se trate da língua, quer do espaço, não pode separar-se de uma certa carga messiânica, que procura assegurar aos portugueses inquietos um futuro senão promissor. (Bastos & Brito, 2007)

O pensamento colonizado, do qual a Lusofonia é herdeira, sustenta a existência da CPLP como uma “comunidade de interesse” para os países que a ela pertencem, uma comunidade de trocas culturais e benefícios comerciais assentes nas facilidades provindas de uma língua comum. Aliás, acreditamos que, nos seus 20 anos de existência, a CPLP tem provado ser até uma “comunidade interesseira”. Ora observe-se o caso da inclusão da Guiné Equatorial na CPLP, um caso de aparente economização da língua portuguesa ou de capitalismo do idioma. Como já enfatizámos nos capítulos introdutórios da presente tese, a inclusão deste país no lote de países lusófonos, com a introdução forçada da língua portuguesa como língua oficial, como já havia feito com a língua francesa, remonta para um pensamento colonizado baseado numa lógica do capital que aporta a CPLP a um conjunto de interesses económicos e financeiros. Fazer-se uso da língua para chegar a mercados comerciais mais atrativos parece ser, mais do que nunca, a premissa da fundação da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.

Pensar as desigualdades do mundo implica também pensar o mundo após as grandes divisões da história, que moldaram o legado descolonial. A cultura, na sua capacidade simbólica de entidade perpetuadora do colonialismo, tem adensado a separação entre Norte e Sul. Conscientes de que os meios de comunicação têm tido uma forte importância, por um lado, na construção de um mundo globalizado e, por outro, no reforço do pensamento hegemónico ocidental, acreditamos, como Mignolo (2013), que “as notícias em e para leitores ocidentais são apenas metade da História. A outra metade está na imprensa asiática e africana”. Esta visão descolonialista catapultou o presente trabalho em territórios brasileiros, para que a investigação fosse o mais possível uma escuta aproximada do pensamento do *Outro*, rejeitando o olhar do Norte para o Sul, de cima para baixo. Julgamos ter sucedido nesta complexa tarefa.

Conclusão

Portugal e Brasil, um caso de amor não correspondido

Chegados ao cume da presente investigação, olhamos em redor para a paisagem sonora que se estende diante dos nossos olhos e em torno dos nossos ouvidos, acreditando ter obtido algumas respostas, mesmo que, ao longo do caminho de pesquisa, o grande objetivo tenha sido o estímulo a uma reflexão transparente e geradora de outras rotas de reflexão. Porque a ciência só responde aos problemas que ela própria define como científicos (Boaventura, 2016), muitas pontas soltas ficaram por unir, por considerarmos que extravasam os limites epistemológicos do nosso objeto de estudo e o tempo e espaço disponíveis para a concretização deste trabalho.

Desenhámos este caminho de investigação sobre a presença da cultura lusófona na rádio pública em Portugal e no Brasil tendo por base a seguinte premissa: a Lusofonia é um conceito controverso e um lugar de contrastes. Logo à partida sabíamos que bastava a análise comparativa entre os dois países para aflorar alguns dos sentidos oximorónicos que refletem as diferenças entre os vários lugares do espaço lusófono. O conceito de Lusofonia surge como a tentativa de, num conceito unificador, tentar reunir o que o processo de descolonização havia dividido. Todavia, parece tratar-se apenas de uma tentativa de unir pontas soltas ou demasiado curtas para dar um nó.

A Lusofonia caracteriza-se pela desigualdade no seio dos países que a constituem, pela dificuldade de acesso entre si e por uma ausência de cooperação. É, por isso, para alguns autores um lugar de exclusão (Morier-Genoud & Cahen, 2013; Lourenço, 1999a e 1999b) e um lugar fraturado (Sousa, 2006a) por um processo de descolonização que alguns elementos da sociedade civil consideram ter sido excessivamente célere e desapoiado pelo agente de colonização – uma discussão que retornou à esfera da opinião pública aquando da morte de Mário Soares, em janeiro de 2017. É nesse cenário pós-colonialista que a Lusofonia surge como um lugar de resgate (Margarido, 2000), onde Portugal reencontra uma posição de destaque através de um ex-domínio histórico além-fronteiras. É certo que o espaço lusófono se assume inequivocamente como um lugar onde interesses mútuos se reúnem em torno de uma língua comum (Ledo-Andión, 2011; Chaparro, 2000); contudo, concluímos que estes interesses são de natureza económica e financeira, fazendo uso do património linguístico partilhado como facilitador de negócios. Assim, o conceito de Lusofonia, quando institucionalizado, encontra-se fundado numa comunidade desimaginada e refém de uma comunidade de interesse.

Os objetos de estudo desta tese – a rádio e a Lusofonia – e as suas unidades de análise principais – a cultura lusófona, sob a forma da expressão artística de cariz musical, e a intervenção da diáspora na construção de formas simbólicas da sua cultura de origem através da linguagem radiofónica – poderão constituir-se como contributos essenciais para a unificação deste lugar de mútuo desconhecimento que é a Lusofonia. A própria cultura, na sua aceção bourdesiana, é um espaço de desigualdades, por ser definidora de classe e potencializar a segregação social, ao cultivar um elitismo social que divide as classes e os seres humanos em gavetas de gosto e de estética. Ao absorver e “industrializar” a cultura popular que difundem, os média tornam-se também produtores dessa mesma cultura popular, reconfigurando-a e resignificando-a em processos de homogeneização e uniformização, como preconizava Morin (2015), transformando-a na “cultura de massas” de que falava Eco (1964), caracterizada pela indistinção entre fenómenos culturais evasivos de divertimento dos que apelam à interiorização.

Tratámos, na realidade, ao longo desta tese, de três objetos de estudo que partilham alguma dificuldade de tangibilidade. A rádio, caracterizada pela invisibilidade das imagens mentais que cria (Lewis, 2000); a cultura popular, cujas fronteiras entre património, formação e entretenimento

são difusas (Llosa, 2012); e a Lusofonia, cuja dificuldade de delimitação do seu espaço geográfico e cultural reflete a natureza de uma “comunidade imaginada” (Anderson, 2005). As instituições oficiais parecem sofrer de uma síndrome de abstração na hora de problematizar a Lusofonia, constituindo um espaço conceptual que afasta os falantes de língua portuguesa da sua edificação enquanto comunidade e, portanto, das suas possibilidades. Por isso, contamos com a rádio para desenhar um retrato sonoro da Lusofonia, sobretudo com a rádio pública, pois é no serviço público de comunicação que vemos aplicados estrategicamente os princípios fundamentais da pluralidade e da universalidade que consideramos basilares para a inclusão estratégica e intencional de elementos simbólicos da cultura lusófona na grelha de programação.

Numa alusão mais otimista que, aliás, caracteriza este trabalho, concluímos que a difusão da cultura lusófona através da rádio poderá alimentar o heteroconhecimento dos espaços lusófonos, driblando a sua matriz de contrastes, já que a rádio é o meio de comunicação que mais facilmente (e menos dispendiosamente) chega às comunidades mais recônditas do planeta. Sendo um meio de baixo custo e de elevado alcance, é o único meio que chega aos cantos mais inacessíveis do espaço lusófono, incluindo as diásporas – logo, podemos considerá-la o meio mais democrático. Já a Lusofonia consiste num lugar não-democrático, para o qual as populações não são convocadas. Além da questão do acesso, consideramos também as possibilidades semióticas da rádio, que por se tratar de um meio sonoro, remete para uma polifonia do sentido, coerente com o lugar de contrastes que é a própria Lusofonia. Na recolha de dados que realizámos sobre a programação das estações de rádio públicas em Portugal e no Brasil, concluímos sem espanto que a matéria cultural mais presente no discurso mediático do meio rádio é a música, dado o vínculo sonoro deste meio de comunicação. A música lusófona tornou-se, portanto, a nossa principal unidade de análise, porque possibilitou a observação da Lusofonia enquanto síntese intercultural de um espaço linguístico que se imiscuiu em territórios aos quais, por natureza física, não pertencia.

De acordo com a revisão bibliográfica que realizámos na segunda parte do presente trabalho sobre os princípios fundamentais do sistema público de comunicação, consideramos que um dos objetivos últimos do serviço público será contrariar a tendência da *mediapaisagem* contemporânea para a “monocultura” (Michaels, 2011), isto é, para permitir que um padrão governante de uma

única narrativa cultural domine o discurso mediático, prejudicando a diversidade. A predominância da monocultura anglo-saxónica (em particular norte-americana) na definição do real através dos média produz um centramento das narrativas mediáticas em torno de uma história-mestra que não define a realidade local de quem consome esses média. O poder da monocultura reside numa capacidade de direcionamento dos discursos para determinada realidade padrão, enviesando o conhecimento sobre a cultura local e outras culturas, superficializando o nosso entendimento do mundo. De acordo com Michaels (2011), na Idade Média a monocultura dominante era a religião; atualmente, vivemos uma monocultura ancorada em valores económicos, que tipifica os nossos hábitos de consumo. Uma monocultura assente no capitalismo neoliberal norte-americano enfraquecerá a riqueza do solo do pensamento, como acontece com os solos dominados por monoculturas.

Na presente investigação, fomos em busca de produtos mediáticos ecléticos que podem representar a pluralidade que caracteriza a Lusofonia. Na nossa análise comparativa de modelos de implementação do serviço público de rádio, de um lado confrontámo-nos com um mercado radiofónico “imapeável” no Brasil e com um panorama pautado pela estreiteza do meio radiofónico em Portugal. Pela imensidão deste mercado radiofónico, encontramos também um mercado mais segmentado no Brasil do que em Portugal, culminando num meio que gera menor *apartheid* social por cá, já que aqui a rádio fala para todos e com todos (Meditsch, 2014). Esta configuração radica também no facto de Portugal ter presente uma tradição europeia de rádios públicas (não obstante o fenómeno das rádios locais, todas de iniciativa comercial), em oposição ao Brasil, cujo modelo se aproxima mais da tradição norte-americana, dominada por rádios comerciais.

No Brasil, a rádio pública foi o “ovo podre” do sistema: chegou tarde e em último, depois de rádios educativas, universitárias, comunitárias, governamentais e comerciais terem tomado o seu assento. Como notámos anteriormente, a rádio pública brasileira germinou na rádio educativa, e por esse motivo, concluímos que, originalmente, a instituição da rádio pública no Brasil se aproximou mais do processo de alfabetização do que do processo de comunicação. Acreditando que a sua jovialidade não corresponde necessariamente a uma fraqueza, o modelo público de radiodifusão pode ainda converter-se numa oportunidade para persistir com o sonho formador de consciências livres e pensantes do sistema educativo brasileiro. Assim, as rádios e televisões

brasileiras, mesmo sendo fruto de concessões públicas, foram sendo mantidas ano após ano nas mãos de pequenos grupos de interesse privado, sendo estruturadas ao longo das décadas como empresas pró-lucro.

Comparando os modelos de constituição e implementação do serviço público dos dois países em análise, reconhecemos que o modelo português, alicerçado num protótipo de pensamento europeu, se caracteriza por estruturas mais solidificadas, alicerçadas em conceitos universais de pluralidade, igualdade, paridade e heterogeneidade. O modelo brasileiro encontra-se, portanto, numa fase de promoção da regulamentação do serviço público de rádio, na tentativa de constituição de órgãos públicos de comunicação social como instrumentos de promoção do equilíbrio social e da equidade humana. Estas intenções têm-se manifestado em esforços de maior controle governamental em algumas estações de rádio, com o objetivo de cumprimento da referida função de divulgação de conteúdos feitos por todos e que interessam a todos (EBC, 2013). Concluimos também que a EBC não rompeu com a hegemonia do setor privado no sistema de comunicação brasileiro, mas veio certamente potenciar a existência de alternativas, a diversificação de produtos mediáticos e a alternância de representação social nos média. A ausência de um campo público de comunicação robusto aumenta o poder de mercado do setor comercial, o que, quando maioritário, pode enviesar as perspectivas, limitar a pluralidade e colonizar o pensamento.

Um ano de trabalho de campo em terras de Vera Cruz foi suficiente para nos confrontarmos com a quase irrelevância da cultura lusófona na programação da rádio pública brasileira e com a escassez de referências ao Portugal contemporâneo. Os grandes meios de comunicação social brasileiros, em geral, não cultivam o interesse pela cultura do *Outro*. Esta ausência do diverso poderá estar ligada à larga dimensão territorial e populacional do país – há muitos “Brasis” – mas também à fraca penetração do sistema público de comunicação, que é na sua génese mais aberto à diferença, à diversidade, à multiculturalidade e à internacionalização da cultura. E quando o olhar do Brasil é direcionado para outros países, ocupa-se mais dos Estados Unidos e da África lusófona e procura “bilateralizar” a influência africana que deu origem à miscigenação do seu povo, esforçando-se mais para desempenhar um papel de relevo na comunicação de países africanos de língua portuguesa, por forma a estender a sua influência além-mar.

Ao contrário do que argumentámos em relação à Lusofonia – que se trata de uma comunidade interesseira, em que motivações económicas se sobrepõem ao legado cultural provindo do património linguístico –, os programas de rádio sobre cultura lusófona que analisámos são antes desinteressados, caracterizando-se por uma desafetação que em tudo os aproxima do não-profissionalismo (e no caso dos programas produzidos para a diáspora, do amadorismo). Ora vejamos: de um modo transversal, parece existir pouca consciência estratégica na forma de construção dos programas *Tanto Mar* e *Vozes da Lusofonia*, já que são produzidos sem diretrizes da direção da estação, apenas com uma linha definidora de estilo que dirige a seleção de conteúdos, o que faz com que sejam produtos mediáticos fortemente marcados pela espontaneidade. A acessibilidade é um dos critérios da seleção musical, isto é, de um modo geral cada um dos produtores apresenta uma discografia pessoal, da qual seleciona os conteúdos musicais para o seu programa.

Comparando os programas de rádio sobre cultura lusófona produzidos na RTP e na EBC com os programas produzidos para a diáspora, existe nos últimos um nível muito mais elevado de participação, dado o maior envolvimento da comunidade na sua produção, distribuição e até financiamento. Os programas que têm como alvo as diásporas estruturam-se por princípios de produção mediática mais coniventes com os fundamentos descoloniais, porque perspetivam uma comunicação mais participativa, através de uma relação de proximidade com os ouvintes da comunidade. Todavia, os programas sobre cultura lusófona produzidos pela rádio pública apresentam uma seleção de conteúdos culturais mais diversa, intercultural e relativizada face ao lusocentrismo, logo, descolonizados em relação ao passado cultural português.

Em geral, em Portugal os produtos mediáticos sobre o Brasil apresentam um grau mais acentuado de atualização face à cultura contemporânea dos que os produtos mediáticos portugueses na *mediapaisagem* brasileira. O Brasil apresenta um menor sentido de alteridade comparado com Portugal. Os produtos mediáticos que olham para Portugal são produzidos, maioritariamente, pela diáspora portuguesa (caso de *Portugal, a saudade e você*) ou por aficionados pela cultura portuguesa (caso de *Tanto Mar*), resignificando o olhar sobre os produtos culturais portugueses. Esta menor predisposição dos média brasileiros para incluírem música lusófona (e outros conteúdos de origem lusófona) na sua programação poderá explicar-se por dois

motivos principais. Em primeiro lugar, porque a dimensão do Brasil – e da sua produção cultural diversificada e heterogénea, distinta de região para região – poderá esgotar essa vontade de olhar e ouvir o *Outro*, já que a cultura dos demais estados brasileiros é já profundamente diversa entre si. Em segundo lugar, porque se recuarmos até aos anos 60, época em que se consagrou a expansão das empresas mediáticas e dos grandes grupos de comunicação no Brasil através da injeção de capital norte-americano (em particular na rede Globo), poderemos questionar se esse apoio financeiro não terá configurado as representações simbólicas do *Outro* no Brasil, intensificando as representações mediáticas da cultura norte-americana no país.

Pensando na abordagem à Lusofonia na rádio pública portuguesa, concluímos que a Lusofonia surge na Antena 1 não como uma manobra estratégica, mas sim como uma iniciativa individual dos quadros técnicos da empresa – e a prová-lo está o facto de o programa mais representativo de um olhar lusófono na principal estação da rádio pública portuguesa ser um programa de autor. Após uma análise de conteúdo aos produtos musicais transmitidos pelo programa de rádio mais diretamente dirigido à música lusófona, concluímos que o *Vozes da Lusofonia* não aparenta ser um programa de rádio verdadeiramente representativo do espaço lusófono, já que 80% das suas edições se focam na música portuguesa. Esta restringência deve-se sobretudo ao facto de o modelo de produção do programa se centrar em artistas que estão presencialmente em Portugal, fazendo com que as produtoras de espetáculos e os agentes destes artistas acabem por condicionar fortemente a linha programática delineada, limitando a origem dos convidados. Este ponto fraco do programa é também uma consequência da própria amplitude do espaço lusófono, já que a distância que separa Portugal dos restantes países de língua oficial portuguesa dificulta a presença de convidados de outros parapeiros da Lusofonia. Há ainda muito mar por navegar.

Ao longo das quase 50 entrevistas pessoais realizadas em quatro localizações distintas do espaço lusófono, observámos a repetição de uma missiva que não vemos concretizada na prática: os principais atores sociais da rádio pública estão “formatados” para afirmar que a Lusofonia é estratégica. Efetivamente, a rádio pública portuguesa trabalha sobre a Lusofonia, mas não pela Lusofonia. A Antena 1 centra-se, principalmente, na música do universo português e em matérias jornalísticas que marcam a atualidade em Portugal. Além disso, e ainda que não se trate de cultura

lusófona, consideramos que as transmissões futebolísticas da liga portuguesa, e de outras competições em que participam equipas portuguesas (transmitidas em emissão simultânea pela Antena 1, RDP África e RDP Internacional e retransmitidas, com entusiasmo, por rádios locais nos PALOP e em Timor-Leste) demonstram uma grande abertura do mundo lusófono à programação da rádio pública portuguesa, pois o futebol apresenta graus de aceitação muito expressivos nos países lusófonos. Este abraço ao desporto-rei transforma o futebol num produto radiofónico amplamente dirigido à comunidade lusófona.

Se o foco da análise for exclusivamente a Antena 1, o canal generalista da rádio pública portuguesa, não nos deparamos com uma abordagem estratégica para a Lusofonia. Mas, se olharmos para o serviço público de rádio em Portugal como um todo, incluindo RDP África e RDP Internacional, notamos uma série de tentativas de inclusão de conteúdos lusófonos e de extensão da radiodifusão aos territórios da Lusofonia. A representatividade sonora do que é a Lusofonia africana escuta-se na RDP África e as diásporas que compõem o espaço lusófono (de acordo com a definição inicial do que seria, na presente tese, a dimensão da Lusofonia) são o alvo da programação da RDP Internacional, que cobre também Brasil e África, em consonância com uma panóplia de fusos horários. Portanto, concluímos que a Lusofonia é um conteúdo estratégico do serviço público de rádio em Portugal no seu todo e cuja configuração se encontra estabelecida no CCSPRT (2015). No entanto, a Lusofonia enquanto conteúdo estratégico da rádio pública não abrange o espaço lusófono no seu todo, mas apenas o Brasil e os PALOP. Os média são um reflexo do esquecimento de determinados lugares da Lusofonia. O reflexo deste foco, e do esquecimento de economias de menor dimensão, encontra-se refletido nos média portugueses.

Em relação ao segundo modelo de programas de rádio sobre cultura lusófona – o da diáspora –, concluímos que os programas produzidos pela e para a comunidade portuguesa no Brasil apresentam uma linha de produção esquematizada e uma estrutura simples, que lhes permite uma execução de baixo custo, suportada pela própria comunidade. Dada a sua simplicidade de produção, são facilmente executáveis apenas por duas pessoas, como é o caso dos programas da Rádio Capital e Rádio Trianon em São Paulo. Destacamos neste modelo de programa o tom de elevação da cultura portuguesa, começando logo no título, como é o caso dos programas *Portugal, a saudade e você* e *Heróis do Mar*. Os programas das estações privadas

brasileiras estão ligados a elementos mais nacionalistas, revelando uma posição mais tradicionalista e um maior elo ao pensamento pós-colonialista moderno.

A relação com os ouvintes que constituem a diáspora é extremamente próxima, presente e importante para os produtores destes programas. Esta componente de proximidade e interatividade é consistente com o próprio meio rádio, cuja natureza sonora empola o carácter íntimo e afetivo da comunicação. A rádio é um dos meios de comunicação social que, historicamente, tem mantido uma relação de maior intimidade com o ouvinte, acusando também uma elevada interatividade no *feedback* habitual que obtém através dele. Assim, a rádio parece ser o meio mais capaz de retomar à distância os laços de afetividade para com o país de origem.

Os apresentadores destes programas são brasileiros com ascendência portuguesa, ou portugueses radicados no Brasil há décadas. O sotaque brasileiro, em conjunto com os conteúdos da cultura portuguesa, cria um produto de cultura híbrida: uma interpretação da forma como os brasileiros observam a atualidade cultural portuguesa. Aliás, a própria diáspora parece encontrar-se num meio-termo híbrido entre a cultura de partida e a cultura de chegada. O cantor Roberto Leal poderá ser observado como o protótipo da emigração portuguesa no Brasil, auto-dotado de um forte sentido de responsabilidade para com a divulgação da cultura portuguesa, partilhada pela generalidade dos profissionais de rádio de programas da comunidade portuguesa no Brasil. Para estes produtores de rádio, o sentimento de pertença converteu-se na missão de manter a cultura portuguesa presente no seio da sociedade brasileira e de construir laços de agregação dos membros da comunidade lusodescendente, sobretudo à medida que num tempo baumaniano em que as grandes instituições de referência do ser humano são votadas à liquidificadora da contemporaneidade.

Contudo, essa missão – exatamente pelo seu carácter de missionarismo e não de profissionalismo – tem vindo a materializar-se numa interpretação desfasada dos produtos culturais presentes no Portugal contemporâneo. A idade média dos apresentadores dos programas da diáspora encontra-se acima dos 50 anos, o que faz com que os conteúdos não estejam em linha com as novas tendências da cultura portuguesa e se restinjam apenas a uma franja da cultura popular tradicional, como é o caso do fado e do folclore. Então, o que à partida poderia apenas ser a representação de uma nostalgia da partida do passado e da distância presente,

parece ter-se constituído como uma aproximação ao conceito de “Lusofilia”, isto é, de um interesse passional pelo que é português. Por conseguinte, o discurso radiofónico da diáspora portuguesa nos média étnicos brasileiros apresenta uma menor presença da cultura lusófona e uma maior prevalência da cultura da vaidade e do enaltecimento.

Com menor preponderância da elevação da nação de origem, a RDP Internacional trabalha para a diáspora portuguesa munida de um tom mais sóbrio, conivente com a emissão da Antena 1, da qual retransmite noticiários completos, transmissões desportivas e debates parlamentares quinzenais. Trata-se de um projeto de serviço público direto do país de origem para as diásporas, sem produção externa nem local. Mas o que constitui uma das forças da RDP Internacional – a produção em solo português – transforma-se também numa fraqueza, porque torna-se difícil garantir a distribuição local em todos os países onde as comunidades emigrantes portuguesas têm uma presença relevante. Após análise da implementação da RDP Internacional para as diásporas, concluímos que o modelo de distribuição da RDP Internacional a torna dependente de estações de rádio locais e da sua predisposição para a transmissão de conteúdos da estação pública portuguesa através dos seus emissores. A única saída é mesmo contar com a emissão *online* e os vários tipos de plataforma multimédia disponíveis para acesso através da internet. Os novos meios digitais, de forte apelo para as gerações mais jovens, poderão ajudar a rádio a cativar novos públicos além dos descendentes de emigrantes do final do século XIX, do início do século XX ou da segunda metade do século passado; referimo-nos aos quadros técnicos e superiores que deixaram Portugal por causa da crise financeira ou porque encontraram no espaço lusófono melhores condições para o exercício das suas qualificações académicas no seio da língua portuguesa.

Mesmo enfrentando algumas questões na distribuição e no alcance, a rádio constitui um dos vínculos mais sólidos de expressão da cultura lusófona num espaço em que as diásporas permanecem atentas consumidoras de produtos mediáticos que cristalizam a memória coletiva do país que deixaram. A diáspora representa-se através de programas de rádio que assumem um papel de localização e realocização. Concretizando, a característica próxima, de afetividade, de proximidade para com o ouvinte por parte da rádio consegue reproduzir numa instância mediática a localidade procurada pelas comunidades ausentes do seu país de nascimento, assegurando

também a “relocalidade” do país onde se encontram. Esta “relocalidade” parece atribuir uma dupla ligação da comunidade emigrante tanto ao país de origem como ao país de acolhimento.

Considerámos que cada programa de rádio emitido num meio étnico ou multicultural poderá ser perfilado de acordo com o seu afastamento ou aproximação aos congéneres tradicionais, porque os meios étnicos, por norma, não constituem a referência padrão das indústrias mediáticas. Foi importante realizar esta comparação para entender que, tendo em conta o recorte realizado, a imigração não se encontra representada nas estações de rádio *mainstream* mas precisa de se isolar em meios que lhe garantam atenção e razão de existência no espectro eletromagnético. No caso da rádio pública portuguesa, encontrámos uma exceção: o programa *O Mundo Aqui e Agora*, na RDP Açores, dirigido estrategicamente à comunidade emigrante residente no arquipélago dos Açores, em especial à comunidade brasileira, já que o seu autor provém do Brasil e mantém um forte sotaque que denuncia a sua origem. Sendo o objetivo genérico dos meios multiculturais e étnicos o fomento do conhecimento sobre o mundo da emigração e o combate à imagem marginalizada dos imigrantes, afastados dos meios de comunicação convencionais, a sua missão será a de contribuir para uma descolonização cultural, para que a visão redutora e adulterada do mundo através do mapa Mercator não se reproduza nas indústrias culturais mediáticas.

Constatámos, ao longo dos três anos de recolha de dados e análise de conteúdo dos programas de rádio produzidos pela e para a diáspora que estes produtos mediáticos se encontram desfasados da cultura contemporânea portuguesa, estando cristalizados na época em que a maioria dos constituintes destas comunidades deixou o país, e concluímos, pois, que é esse desfasamento a razão pela qual têm uma audiência significativa. Os produtores destes programas, que com frequência acumulam as tarefas de apresentação, realização e financiamento, utilizam uma linha temporal desnivelada face à cultura contemporânea portuguesa que corresponde exatamente ao imaginário do Portugal abandonado no momento da saída. Julgamos que a escolha destes produtos culturais do passado resulta numa perceção de escuta mais familiar e com menor grau de estranhamento, logo, num processo de receção mais reconfortante porque tem por base os referentes simbólicos já conhecidos, em detrimento de novos signos que correspondem a um

país que já não sentem ser o mesmo, ou seja, que já não possui os elementos culturais que avivam sentimentos de pertença.

A rádio, na sua função social de “rádio-companhia”, tem um papel muito relevante num país do Sul Global como o Brasil, e na sua extensão territorial infindável, onde é normal demorar um dia inteiro numa viagem de carro para chegar ao destino de férias. Mas é ainda mais preponderante num país ainda abaixo da Divisão Digital, com milhões de pessoas sem acesso à internet, televisão ou rede de telemóvel. Na era dos *tablets* e das redes sociais, ainda chegam à sede da Rádio Nacional da Amazônia cartas escritas à mão, como nos foi relatado num grupo focal realizado em Brasília com elementos da Central do Ouvinte da EBC. O facto de os seus ouvintes participarem em programas de discos pedidos (como era antigamente prática habitual no relacionamento estação-ouvinte) e pedirem a veiculação de recados e informações sobre a chegada de familiares, medicamentos ou de outras encomendas pelos barcos que circulam na região é a prova de que, no Brasil de hoje, o papel social da rádio ainda é o de participação concreta e presente no dia-a-dia das populações como única forma de comunicação com o exterior, assemelhando-se à época que antecede o advento da televisão. Por todos estes motivos, concluímos que a rádio é o meio de comunicação mais universal – também porque se soube transfigurar na era digital e tirar partido das TIC para se reconfigurar, chegando a todo o mundo através das ondas hertzianas e da internet, na sua versão webrádio. A abrangência territorial e cultural da rádio evidencia ainda o poder do seu papel político (Leal Filho, 2014, entrevista pessoal).

Este papel social da rádio, de cunho imperativo no Brasil, parece ter sido gradualmente perdido em Portugal desde a era de ouro da rádio até à revolução digital. Poderia ainda existir nas rádios locais portuguesas, mais próximas das suas populações, e concomitantemente dos seus ouvintes, mas as suas dificuldades de sustentação económica fazem com que se padronizem, seguindo os moldes de produção dos meios comerciais. Ora esta estandardização do mercado mediático, de acordo com o desenho dos meios privados e dos interesses particulares, poderá estar a afastar certos desígnios da missão social dos média em democracias que se desejam mais participativas, e consequentemente, poderá também estar a recuar no cumprimento de determinados objetivos estratégicos do serviço público de rádio e televisão, como a aproximação

à Lusofonia – ainda que a Lusofonia seja um conceito abstrato e intangível para a maioria dos cidadãos, quase tão complexo de definir como de representar mediaticamente. Dada esta complexidade, e acrescentando o facto de, *per se*, o conceito de Lusofonia ser mais da ordem da abstração do que do comunicável (e, conseqüentemente, do “vendável”) é provável que o tema seja afastado dos conteúdos estratégicos da programação.

No Brasil, a comunidade linguística lusófona não influencia os critérios editoriais dos média porque não atrai o interesse das grandes empresas de comunicação. Vários autores advogam que, no âmbito do mundo lusófono, os média brasileiros estariam mais predispostos a divulgar a cultura dos PALOP do que a cultura portuguesa. Apesar de um dos nossos estudos de caso, o programa *Tanto Mar*, não o confirmar – já que, neste programa de suposta divulgação da música lusófona, cerca de 60% da *playlist* é de origem portuguesa –, vários são os autores que evidenciam um ressentimento latente no discurso cultural brasileiro, patente na frequente omissão do passado histórico português do Brasil e noutras manifestações de “antilusitanismo”. Na rádio brasileira, mais do que o ressentimento ou a mágoa, herdeiros de uma paternidade violenta e não isenta de culpa, encontramos na generalidade uma ausência dessa ligação familiar, como se o Brasil fosse filho de pai incógnito. Há, contudo, algumas exceções que, na rádio, se manifestam sobretudo em iniciativas da comunidade emigrante portuguesa que participa na programação de algumas estações privadas no Brasil através da compra de espaço na grelha. É, portanto, uma presença adquirida, imposta pela força do capital e não estratégica, já que o propósito destas estações privadas apenas se rege pela estratégia do lucro.

Esta relação fundamentada em estereótipos, em mundos que não se conhecem entre si, é alimentada por uma miríade de piadas sobre portugueses no Brasil; já em Portugal desenvolveram-se preconceitos que associam o povo brasileiro a preguiça e leviandade, imagens estereotipadas fabricadas na sequência da leva de emigrantes brasileiros dos anos 1990 e 2000. A incomunicação entre os dois países resultou na petrificação destes estereótipos, que são tão denegridores da imagem de um país perante o outro quanto difíceis de dissolver. Neste contexto de cristalização ideológica sobre os pontos em que a história dos dois países se toca, acreditamos que produtos culturais mediáticos poderiam contribuir para uma imagem mais objetiva e contemporânea de Portugal no Brasil.

Por todos estes motivos, classificamos a sonoridade do espaço lusófono como polifónica e (paradoxalmente) silenciadora. Polifónica no sentido melódico – soando aos diversos géneros musicais tradicionais que compõem os repertórios da música popular de cada país –, assim como no sentido fonético – através dos distintos sotaques do Português europeu, brasileiro, africano, timorense –, lembrando-nos de que não existe uma cultura lusófona nas médiapaisagens portuguesa e brasileira, mas sim várias culturas do espaço lusófono representadas através de uma presença amiúde no meio rádio nos dois países do Norte Global e do Sul Global.

Etimologicamente, a palavra “Lusofonia” indica a existência de um fonema luso – um fonema polimórfico, com múltiplos sotaques, diversas formas de escrita e, até, distintos significantes. O espaço da Lusofonia, enquanto espaço cultural, é multipolar e intrinsecamente descentrado, de acordo com Eduardo Lourenço. A própria “plurisonoridade” da língua portuguesa, falada nos vários sotaques da africanidade, da brasilidade ou do Galego, aliada à grande diversidade da cultura lusófona, remete para uma polifonia do sentido. Os sotaques, através das suas representações fonéticas distintas, tornam-se, portanto, na cor da diversidade do espaço lusófono.

O sotaque do Português europeu é dilacerantemente denunciador no Brasil e, por isso, a afloração do tema dos estereótipos ligados aos portugueses no Brasil foi uma constante no período de realização do trabalho de campo. Permanecem as imagens do Portugal explorador da história dos Descobrimentos, do português padeiro e iletrado pelo fechamento do regime salazarista que chegou ao Brasil durante a intensa vaga de imigração da primeira metade do século XX que deslocalizou milhares de portugueses de Aquém a Além-Mar.

Ainda que o fado, em Portugal, tenha sido continuamente associado ao regime colonista de Salazar no pós 25 de abril e até ao início dos anos 90, este género musical acaba por cumprir os designios de um produto cultural descolonizado, não só porque fez a viagem contrária ao colonialismo, isto é, saiu do Brasil para se fixar em Portugal, e porque se miscigenou no ambiente boémio do porto de Lisboa, reinventando-se para se enquadrar no habitat que foi encontrar nos bairros populares lisboetas. Também o folclore é, historicamente, um produto cultural fruto de uma intensa intertextualidade e miscigenação, apesar da sua associação a um segmento da

cultura popular de inspiração rural e pouco profissional, muito ligada ao amadorismo das artes musicais.

Quando falamos de silenciamento (paradoxal) da sonoridade lusófona, remetemo-nos para a impresença da cultura lusófona no meio rádio, como ilustram os resultados do estudo de caso da rádio pública brasileira. Apesar de *Tanto Mar* ser um programa estrategicamente direcionado para a promoção da música lusófona, consideramos que este programa não cumpre esse seu pressuposto, já que a grande maioria da sua programação musical é de origem portuguesa. O mesmo acontece com o programa *Vozes da Lusofonia*, que acaba por ser, em larga escala, um programa de entrevista com artistas portugueses, com cerca de 80% de presença portuguesa no alinhamento deste programa. Esta falta de pluralidade e diversidade quando se aborda sonoramente a música lusófona faz-nos concluir que os sons de certos cantos da Lusofonia são praticamente silenciados nas rádios públicas portuguesas, fazendo prevalecer a cultura portuguesa sobre este guarda-chuva da cultura lusófona. A Lusofonia é, por tudo isto, uma comunidade sonora tão polifónica quanto silenciada, pela diversidade de sotaques da língua portuguesa e pela rara pluralidade de origens dos produtos culturais transmitidos. Uma curiosa contradição em relação à história, já que foi com o grito do Ipiranga que o Brasil iniciou o seu caminho de independentização.

Na sua representação radiofónica, a cultura lusófona é uma cultura contrapontística, mas com severos desequilíbrios entre os seus produtos culturais. Na rádio, a expressão dessa cultura lusófona encontra-se muito centrada em Portugal e no Brasil, e pouco no restante mundo lusófono. O conceito de cultura lusófona é tão difuso quanto o próprio conceito de Lusofonia, um espaço que se julgaria anti-rizomático. O mundo, olhando para si próprio, transforma-se no rizoma de que falavam Deleuze e Guatarri (2004), isto é, num sistema aberto, num elemento pluriramificado, estruturado nas suas multiabordagens. A própria Lusofonia poderá ser entendida como um rizoma, um sistema descentrado, e portanto, a expressão máxima da multiculturalidade e da multiplicidade, resultado da distribuição de poder e autoridade no corpo social.

A dimensão política da Lusofonia é igualmente desequilibrada, pois as posições de legitimidade dos países envolvidos e suas respectivas relações de poder apresentam divergências históricas e profundas, ramificadas em preconceitos de países que valem mais do que outros,

países de primeira categoria e outros de segunda. A dimensão do Brasil é proporcional à sua capacidade de produção: apesar de o Brasil nunca ter ganho qualquer Nobel (surpreendentemente, nem sequer da Literatura), é reconhecido pela sua intensa produção intelectual nas várias dimensões da arte, tanto em quantidade como em qualidade. Também a música, a dança e a literatura de Cabo Verde atingiram desde a sua emancipação colonial um estatuto de produtor cultural de renome, graças a nomes como Cesária Évora, Tito Paris, Baltazar Lopes e a uma farta geração de criadores que se radicaram em Portugal, em França, na Holanda, nos Estados Unidos, na Guiné-Bissau e no Senegal, maioritariamente. Cabo Verde é o país do mundo cujo rácio entre a população que habita no seu território e a que tem fora das suas fronteiras é maior; de tal forma que a diáspora é apelidada de “a 11ª ilha de Cabo Verde”. A diáspora é uma das grandes fontes de receitas do país e está no imaginário coletivo do seu povo, patente nas canções, na literatura e nas conversas de esquina.

O serviço público de rádio no Brasil tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através do programa *Tanto Mar*, da Rádio Nacional de Brasília FM. Ainda que este programa construa uma representação atual da identidade lusófona conivente com os valores de serviço público de comunicação, é incompleto na sua representação da cultura lusófona, dando maior primazia à música portuguesa, assim como o seu compadre português *Vozes da Lusofonia*. Isto significa que o *Vozes da Lusofonia* sofre exatamente da mesma política de ausência do *Tanto Mar*, já que constrói uma representação atual da identidade lusófona, conivente com os valores de serviço público de comunicação, mas com um peso muito mais significativo da música portuguesa. Contudo, o *Vozes da Lusofonia* apresentou, no período de análise, um maior ecletismo ao nível dos géneros musicais presentes, o que faz cumprir um dos pontos-chave da missão de serviço público, relativa à emissão de programas que favoreçam uma representação pluralista da cultura portuguesa, assente em criadores nacionais e lusófonos (CCSPRT, 2015, cláusula 16ª, alínea b). O programa de autor de Edgar Canelas contribui ainda para o cumprimento do artigo 43º da Lei da Rádio, relativo às quotas de música portuguesa, já que esta legislação pressupõe a presença de música composta ou interpretada em língua portuguesa, integrando também artistas lusófonos que cantem em Português.

A estação Rádio Nacional de Brasília FM, através do programa *Tanto Mar*, contribui para o cumprimento de algumas das premissas universais do serviço público de rádio, enquanto que o serviço público de rádio em Portugal tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através das estações RDP África, RDP Internacional e do programa *Vozes da Lusofonia*, da Antena 1. Se na rádio pública brasileira, a promoção da música lusófona se reduz ao programa de rádio semanal *Tanto Mar*, com larga predominância da transmissão de música portuguesa, seguida da cabo-verdiana (estando os restantes PALOP presentes, ainda que residualmente), na rádio pública portuguesa encontramos produtos musicais originários dos países lusófonos distribuídos ao longo da programação, tanto inseridos fluidamente na *playlist* musical da Antena 1, como em segmentos radiofónicos mais específicos, como é o caso do programa *Vozes da Lusofonia*. Em 10 canções transmitidas na Antena 1, oito são portuguesas, uma pertence a um dos países lusófonos (especialmente a Brasil) e uma será do mundo anglófono.

O Brasil é o país a quem, musicalmente, é dada mais atenção na programação da Antena 1, mas ao analisar a presença da cultura lusófona no espaço hertziano, não podemos omitir o facto de a rádio pública portuguesa disponibilizar uma estação inteira de difusão da cultura africana de expressão portuguesa no espectro eletromagnético português e nos PALOP, com três emissores em Portugal (que cobrem as regiões da Grande Lisboa e península de Setúbal, de Coimbra e do sotavento algarvio), nove em Cabo Verde, quatro em Moçambique, três na Guiné-Bissau e dois em São Tomé e Príncipe. É notória a ausência de Angola no espaço de retransmissão da RDP África, explicando essa rota de incomunicação da parte da rádio pública portuguesa pelo facto de a legislação de Angola não autorizar a transmissão de estações estrangeiras no espectro eletromagnético angolano.

O caso angolano é paradigmático no que ao conceito de Lusofonia enquanto lugar de contrastes e desigualdades diz respeito. Angola foi o único país a não assinar o acordo ortográfico de 1991, cuja pretensão é a de uniformização da língua portuguesa nos países que nela se expressam; também não permitiu a instalação de antenas retransmissoras para emissão da RDP África, como nos restantes PALOP; e o seu governo até proíbe a difusão de qualquer estação de rádio estrangeira. Esta configuração política do sistema mediático angolano contraria a carta de

princípios dos meios públicos, onde a universalidade e a independência são paredes mestras da fundação do serviço público de comunicação.

A independência é uma das características mais distintivas dos meios de serviço público de modelo europeu e pretende gerar na esfera pública uma imagem de confiança através de critérios de imparcialidade, não manipulável por instituições políticas ou relações comerciais. Desta forma, a independência projeta-se também em liberdade de ação, de denúncia e de preocupação exclusiva com a qualidade dos produtos mediáticos, abrindo caminho para a excelência. Para a tornar palpável, o valor da responsabilidade perante o público (ouvindo, corrigindo e aprimorando) permite incrementar a participação cidadã no próprio sistema mediático e devolver-lhe o papel ativo que representa na garantia da existência do sistema, financiado por esse mesmo público. E na busca pela universalidade, as minorias serão contempladas, contribuindo para uma menor estandardização de conteúdos e uma maior diversidade da oferta. Esta busca contribui para padrões de inovação constantes, pois diversificar é superar-se. A universalidade deve concretizar-se tanto ao nível da seleção de conteúdos – temas que almejem interessar a todos, rejeitando a exclusão ou o elitismo – como da distribuição, visando diversas plataformas, abraçando também os meios digitais.

A nova era digital é um exemplo paradigmático de um consumo omnívoro de cultura mediatizada, de uma disposição para consumir tudo (Bauman, 2011). A rádio, por se encontrar menos fragmentada em multiplataformas, e os programas de rádio brasileiros sobre cultura portuguesa parecem encontrar-se mais próximos do conceito baumaniano de “univridade” (foco num número reduzido, ou até único, de produtos culturais) do que de omnivridade (ecletismo no consumo cultural). Mas a diáspora portuguesa consumidora das rádios mapeadas neste trabalho, uma comunidade de antigos emigrantes, que ainda pertence ao paradigma da era analógica, não parece estar disponível para consumir todos os produtos musicais da cultura do seu país de origem. Na verdade, vai preferindo os que associa diretamente ao seu imaginário do passado em Portugal (Monteiro, 2008), ainda que estes produtos culturais não sejam verdadeiramente representativos da realidade da cultura contemporânea portuguesa. Não afastamos a hipótese de ocorrer o distanciamento das diásporas do imaginário do seu país de origem, que não são capazes de – ou não se interessam por – atualizar as referências da sua cultura de partida. Gera-se, assim,

“guetos mediáticos” em que a cultura local se opõe à cultura “gringa”. Há por isso uma crescente necessidade de políticas públicas para a integração da diáspora, sobretudo com a crescente vaga de imigração qualificada forçada de Portugal, sob pena de as gerações subsequentes deixarem de ser portuguesas, pelo afastamento da cultura de origem.

Já o exclamámos várias vezes: o espaço da Lusofonia é um espaço de diversidade, mas fundamentalmente assente no contraste e, não raras vezes, na desigualdade. A Lusofonia e a rádio antagonizam na perspetiva da sua valorização e da relação desta com a sua relevância na sociedade civil. O primeiro argumento é o de que a Lusofonia parece ser sobrevalorizada em relação à sua real relevância na vida das pessoas e os estudos de caso analisados no presente trabalho demonstram-no: nos profissionais de rádio, tanto em Portugal como no Brasil, está programada a ideia feita de que a Lusofonia é um conceito estratégico no enquadramento dos moldes de produção do meio radiofónico. Concluimos que na RTP essa valorização não está longe da realidade (teórica), estando essa importância estratégica materializada na execução das estações RDP África, RDP Internacional e de alguns programas da Antena 1. O segundo argumento, que contrapõe o primeiro, é o de que a rádio, desvalorizada em relação a outros meios, como o televisivo e os novos meios digitais, ainda mantém grande preponderância na vida das pessoas, já que cerca de 80% dos portugueses ouvem rádio pelo menos uma vez por semana e cerca de 58% fazem-no todos os dias.

À luz das premissas da política externa, se pensarmos na preponderância geoestratégica internacional dos vários países lusófonos, podemos concluir que, na generalidade, a pirâmide do poder político lusófono converge com a pirâmide da representação mediática lusófona na rádio. São os países do Norte Global (neste caso, o único país do Norte Global que pertence categoricamente ao mundo lusófono – Portugal) e os do Sul Global economicamente mais fortes (Brasil e Angola) que prevalecem nos programas sobre cultura lusófona na rádio pública em Portugal e no Brasil. Porém, há uma exceção nesta linha de pensamento: Cabo Verde. A sua presença mais assídua na produção radiofónica voltada para a Lusofonia poderá ser explicada por duas hipóteses. Por um lado, pelo reconhecimento internacional da qualidade da sua produção musical, assente em autores universalmente consagrados como Cesária Évora e Tito Paris, ou mais recentemente, Lura e Mayra Andrade, que lograram divulgar a cultura cabo-verdiana um

pouco por todo o mundo. Por outro lado, pela força da sua diáspora, cujo estabelecimento em vários países do Norte Global (Holanda, França, Estados Unidos, Canadá e, naturalmente, Portugal) poderá ter contribuído para a divulgação da sua cultura além-mar. Esta divulgação dos produtos culturais do país de origem, rastilhados pelas comunidades emigrantes, faz com que sentimentos de pertença vividos à sombra da distância tomem a forma da promoção dessa cultura no país de destino, como forma de aumentar a sensação ilusória de proximidade.

Num mundo globalizado, e em que as crises financeiras têm feito circular muitos portugueses pelo mundo, em particular pelos países da CPLP (especialmente por Brasil, Angola e Moçambique), é preponderante o papel da diáspora na imagem dos portugueses aos olhos do resto do mundo. Numa dimensão económica, os cerca de 30 milhões de portugueses e lusodescendentes radicados fora de Portugal fazem já parte do plano estratégico do Governo português, com um crescente número de iniciativas voltadas para o investidor da diáspora. Em Portugal, entraram em 2015 cerca de 3.300 milhões de euros provindos de remessas de emigrantes portugueses no estrangeiro. O valor de mercado da emigração tem um impacto assinalável na economia portuguesa. Por este motivo, e porque os emigrantes deslocam os elementos simbólicos da cultura portuguesa para o seu país de destino, recolocando a imagem de Portugal no estrangeiro, transportando elementos semióticos para o lugar de acolhimento, é fundamental alimentar o imaginário desses emigrantes de dados atualizados sobre a cultura contemporânea portuguesa, atualizando as referências dessa emigração portuguesa que, como mencionado anteriormente, cada vez menos regressa a Portugal.

Provou-se redutora a hipótese levantada por Leal Filho (2014, entrevista pessoal) pela qual começámos a nossa recolha de dados em São Paulo, a hipótese de que não teríamos objeto de estudo para a presente investigação no Brasil. Trata-se sim de um objeto de delimitação complexa e de reduzida preponderância na programação das rádios públicas no Brasil. A análise crítica dos estudos de caso nas rádios públicas portuguesa e brasileira demonstrou-nos que a inexistência de dados pode ser pensada em duas perspetivas: a primeira é a de que não existe objeto de estudo; a segunda é a de que esta ausência significa esquecimento, insignificância ou desprezo. Chegando ao cume desta colina de investigação, acreditamos que a segunda hipótese é a justificativa para o

nosso ponto de partida, tendo sido necessário uma diversificação dos processos metodológico para chegar a grande parte das ramificações deste nosso objeto de estudo.

O esquecimento, insignificância ou irrelevância a que é remetida a cultura lusófona, de um modo geral, no Brasil ajuda-nos a concluir que a Lusofonia na rádio pública brasileira representa, não só, um objeto de estudo das Ciências da Comunicação e dos Estudos de Rádio, mas também da *sociologia das ausências* (Santos, 2002), já que a parca presença da cultura lusófona na rádio brasileira consiste num traço da realidade ignorado pelo pensamento hegemónico. A rádio, assente no universalismo da sua capacidade de chegar a todos, de ser produzida por todos, sem limitações nem grandes encargos financeiros (como, aliás, nos demonstraram no decurso do trabalho de campo do presente trabalho as rádios comunitárias no Brasil), desafiada pelas novas tecnologias, só poderá manter-se socialmente relevante se confrontar esse poder hegemónico e fugir das “rádio-fórmulas” que têm vindo a padronizar a *mediapaisagem* dos grandes grupos de comunicação. O grande desafio da rádio pública, inerente aos fundamentos da concessão do serviço público, é inventar a receita para uma rádio com audiência, mas sem renegar a realidade, sendo plural, diversa e justa.

Será com esta premissa sempre presente que a rádio, ainda que se trate de um meio invisual e marcadamente sonoro, se capacitará a produzir um retrato da cultura lusófona que contribua para a tangibilidade do conceito de Lusofonia, que para a maior parte dos ouvintes de rádio parece ser apenas uma pura abstração, algo que nos faz pertencer a algo de maior do que a portugalidade *per se*. A rádio poderá também ser convocada para a construção de um contacto mais resiliente da diáspora para com os elementos da sua cultura de origem, já que é um meio que, através da sua união à internet, se possibilita em qualquer canto do mundo. A rádio, em particular a rádio pública, pelas suas características de meio sonoro e pelos seus pressupostos de diversidade e pluralidade, é o meio de comunicação mais capaz de exprimir a diversidade dos sons da Lusofonia, sendo o meio que com maior sucesso tem representado o espaço cultural lusófono na esfera pública. No entanto, ao escolher não se descolonizar no ato de seleção da origem dos produtos musicais que emite, não é capaz de representar equitativamente os vários países do espaço lusófono.

Como nota final, desejamos destacar a preocupação da administração da RTP em cuidar da memória da empresa. Ao longo do período de investigação que deu origem a esta dissertação, foi encetado um processo de renovação da RTP Memória e disponibilizado o serviço RTP Arquivos, uma plataforma de acesso gratuito a mais de 6.500 registos de som e vídeo do arquivo da RTP. Além disso, permanece em constante atualização o serviço *on demand* do sítio RTP Play, onde estão disponíveis para consulta imediata a totalidade dos programas de rádio e televisão da RTP emitidos nos últimos anos. Sem este leque áudio disponível, nunca teria sido possível terminar o presente trabalho em tempo útil.

Para concluir, regressamos à questão de partida, desenhada no capítulo introdutório do presente trabalho: como se caracterizam os modelos de implementação do serviço público de rádio em Portugal e no Brasil e de que forma está neles inscrita (ou não) uma responsabilidade de promoção da cultura lusófona? Tendo esta pergunta como ponto de partida, prosseguimos o caminho para verificar as hipóteses formuladas nesse mesmo capítulo:

- A rádio, fazendo uso das suas características de meio invisual e marcadamente sonoro, é capaz de produzir um retrato sonoro da cultura lusófona no âmbito dos fundamentos do conceito de *mediapaisagem* de Appadurai (1996). A rádio nas suas mais diversas manifestações – rádio generalista, rádio produzida para a diáspora, rádio direcionada para a África lusófona, programas produzidos pela e para as comunidades emigrantes – contribuiu para a edificação sonora da *mediapaisagem* da Lusofonia, sendo essencial para a produção de imaginários em língua portuguesa por parte de comunidades lusófonas desterritorializadas em todo o mundo;
- A política de interculturalidade entre Portugal e o Brasil demonstra uma tentativa de abertura ao espaço lusófono que se tem vindo a intensificar. Contudo, essa abertura ainda é circunstancial e assenta apenas em três eixos: Portugal, Brasil e os PALOP. Esta formação triangular, com um vértice no Brasil, outro em Portugal e um terceiro em África, produz dois tipos de fatores de exclusão: por um lado, indiferencia os cinco países africanos, que não são um bloco homogéneo; por outro lado, exclui Timor-Leste e as restantes regiões lusófonas, como a Galiza, Macau ou Goa;

- O serviço público de rádio no Brasil tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através do programa *Tanto Mar*, da Rádio Nacional de Brasília FM; no entanto, este programa centra-se na música portuguesa e cabo-verdiana e aflora de forma breve a música dos outros países lusófonos. Assim, trata-se de um programa de afirmação da portugalidade na rádio pública brasileira e não um produto radiofónico verdadeiramente representativo do espaço lusófono, concordante com os valores da diversidade e pluralidade patentes na missão de serviço público;
- A estação Rádio Nacional de Brasília FM, através do programa *Tanto Mar*, constrói uma representação atual da identidade lusófona – ainda que desequilibrado, não propiciando lugares simbólicos à música produzida em Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, São Tomé, Timor-Leste ou noutras regiões lusófonas;
- O serviço público de rádio em Portugal tenta contribuir para o conhecimento intercultural entre Portugal, o Brasil e os restantes países lusófonos através das estações RDP África, RDP Internacional e do programa *Vozes da Lusofonia*, da Antena 1. Os dois serviços de programas, o primeiro para a África lusófona e o segundo correspondendo ao serviço internacional para as diásporas, cumprem os principais desígnios da missão de serviço público para a Lusofonia patentes no CCSPRT (2015). Contudo, há uma parte do espaço lusófono que a rádio pública portuguesa não escuta, nomeadamente Angola (pelo facto de o regime político impedir a entrada da RDP África no seu espectro eletromagnético), Timor-Leste e outras regiões de património histórico e cultural de língua portuguesa. Esses lugares da Lusofonia sem voz no serviço público de rádio em Portugal poderiam ser escutados no *Vozes da Lusofonia*, não fosse o programa refém do seu próprio modelo de produção, acabando por se consumir como um registo sonoro da portugalidade;
- O meio rádio contribui para um contacto mais frequente da diáspora portuguesa com os elementos da sua cultura de origem. A forma de contacto com as raízes portuguesas mais disseminada no seio da diáspora portuguesa no Brasil são os programas de rádio sobre Portugal nas estações de rádio privadas. Ainda que a RDP Internacional se esforce para, através de uma rede de parceiros locais, encontrar emissores de retransmissão dos seus conteúdos, os imigrantes portugueses no Brasil contactam sobretudo com programas

produzidos pelos seus pares. Estes programas não representam uma visão contemporânea e atualidade dos produtos culturais portugueses, mas antes uma ideia tradicional e antiquada de cultura popular. Esta aceção folclórica da forma como o país de origem é representado na rádio corresponde muito mais às referências culturais do Portugal que deixaram, no momento em que o deixaram, do que ao Portugal de hoje, e é o retrato do Portugal de outrora que desencadeia sentimentos de pertença. Importante, daqui por diante, pensar e produzir para a nova geração de emigrantes portugueses que se tem vindo a sedimentar nos últimos anos pelo mundo fora e que nem sempre se reconhece no reviver dos ranchos folclóricos e na repetição sem imaginação de elementos estereotipados da cultura popular, cansada da miragem revivalista da saudade.

Para concluir, olhamos para as pedras do caminho trilhado e para as rotas ainda em aberto, desbravadas pela investigação em curso. Sabemos que, como todo o labor científico na área das ciências sociais, este trabalho não estará completo e apresentará algumas fragilidades do ponto de vista metodológico, tornando-se importante notar que:

i) o facto de termos desenvolvido um grupo de foco no Brasil, e não em Portugal, explica-se pelo carácter exploratório do grupo focal no Brasil; sem mais ambições, era apenas nosso objetivo compreender a relação de proximidade entre os ouvintes brasileiros e o meio rádio, dados esses já auferidos em Portugal, na sequência de mais de uma década a trabalhar profissionalmente em rádio;

ii) o facto de termos aplicado o inquérito apenas em Portugal, mas não no Brasil, deve-se à legislação relativa ao serviço público que é distinta nos dois países: no Brasil, a atenção dada ao espaço lusófono não se encontra contratualizada, como acontece no CCSPRT da RTP; por isso, preterimos a aplicação de um inquérito extensível a toda a equipa de produção sobre a presença do espaço lusófono nas opções estratégicas da programação, em detrimento da realização de entrevistas pessoais mais específicas e aprofundadas, resultando em dados mais detalhados sobre o tema da Lusofonia junto dos poucos elementos da EBC que com ele contactam;

iii) em Portugal, além da Antena 1, estendemos a análise às estações RDP África e da RDP Internacional porque, pela extrema atenção dada à música portuguesa na Antena 1, verificámos que compete sobretudo à RDP África e RDP Internacional operar como garantia de presença da

Lusofonia na rádio pública portuguesa; e a inexistência de estações semelhantes na EBC impossibilitou-nos de ir além da análise realizada à Nacional Brasília FM;

iv) o facto de termos organizado a nossa análise aos programas e rubricas da grelha de programação da Antena 1 em fichas audiométricas, mas não termos sistematizado essa informação também para a grelha da Rádio Nacional de Brasília, prende-se com a inexistência de um leque alargado de produtos radiofónicos dedicados à música dos países lusófonos na programação da Rádio Nacional de Brasília (exceção feita para o *Tanto Mar*, sobre o qual nos debruçámos com uma certa profundidade).

Sinalizadas as fraquezas, gostaríamos de, a partir das conclusões anteriormente enunciadas, aprofundar alguns temas, nomeadamente focar a nossa lente de investigação para outros elementos sonoros da rádio, além da música, como por exemplo o sotaque: qual o impacto nacional, regional e local do sotaque do país de origem na receção da *mediapaisagem* lusófona? De que forma contribui o sotaque para a cristalização de sentimentos de pertença da diáspora portuguesa em programas de rádios étnicas? E aprofundando ainda mais o tema da diáspora, qual é o papel da rádio na vida quotidiana da comunidade emigrante? Será esse papel mais relevante ou menos relevante do que na comunidade local? Como promover a atualização dos referentes culturais da diáspora através de dispositivos mediáticos em geral e da rádio em particular? E como manter, ou até estimular, através de relações políticas, diplomáticas e mediatizadas, a relação das diásporas com o seu país de origem? Por fim, gostaríamos ainda de chegar a uma definição da portugalidade através da rádio – serão os elementos sonoros da cultura portuguesa capazes de construir uma identidade sonora eminentemente lusa?

Importa também refletir sobre as possibilidades da Lusofonia na era digital, tendo presente o facto de que a cultura lusófona no serviço público poderá beneficiar do incremento dos recursos digitais e da renovação de uma aposta na internacionalização da língua portuguesa. O CCSPT (2015) veio autonomizar as obrigações relativamente a conteúdos multimédia, e nele destacou a necessidade de criação de um portal da Lusofonia (cláusula 17^a, n.º 4). Talvez na era digital a cultura lusófona possa tornar-se verdadeiramente um elemento de união dos povos que comunicam em língua portuguesa, já que na era dos média tradicionais não passou apenas de um conjunto fragmentado de objetos culturais provenientes de países de expressão portuguesa.

Sugeridos novos caminhos de investigação, terminamos no ponto de partida geográfico do presente trabalho: no oceano que separa Portugal e Brasil, que foi navegado de Aquém a Além-Mar. No período de trabalho de campo no Brasil, chegámos à conclusão de que a política de interculturalidade existente entre Portugal e o Brasil consiste numa tentativa frágil de abertura ao espaço lusófono que revela uma ausência de estratégia de políticas públicas para a sua edificação, com um Portugal mais em bicos de pés, a tentar mostrar a um Brasil de uma tal extensão que parece ver Portugal bem ao longe, numa miragem do que é a Lusofonia. A comparação entre os dois cenários mediáticos levou-nos a destacar algumas características do modelo brasileiro que acreditamos serem de valor se implementadas em Portugal. Primeiramente, a criação de um grupo de vozes ativas pela democratização da comunicação, como o Intervozes ou o Donos da Mídia, estimulando a participação cidadã e a reflexão crítica sobre o jornalismo, as instituições públicas e, de certo modo, incentivando a um sentido de responsabilização pelos órgãos de comunicação social financiados pelos próprios cidadãos. Depois, a agregação de um representante dos trabalhadores da empresa nos órgãos de gestão e concelhia, como acontecia com o representante dos trabalhadores da EBC até à dissolução do Conselho Curador, em 2016, por parte de Michel Temer.

Terminando, a relação entre Portugal e Brasil é tão líquida quanto o oceano que os separa. A cultura portuguesa dilui-se na chegada ao Brasil, de forma que o oceano que separa Portugal do Brasil até parece ser mais curto – ou mais navegável – do que o oceano que separa Brasil de Portugal. Reiteramos a esperança, a mesma com que introduzimos este trabalho de investigação, de que as ideias aqui dispostas possam contribuir para uma navegabilidade mais equidistante, sem sobressaltos nem indisposições. Com base nestas conclusões, prosseguiremos para novas rotas de investigação levados pela inspiração de uma expressão idiomática recolhida durante o período de coleta de dados em Cabo Verde: “Dificuldades, mas sempre a favor” (anónimo, 2016); uma frase que resume o processo de investigação: trabalhar para encontrar respostas para as perguntas, métodos para os problemas, processos para as dificuldades.

Referências

- Abert, Associação Brasileira de Emissora de Rádio e Televisão. (2014, 18 de agosto). Retirado de <http://www.abert.org.br/web/index.php/clippingmenu/item/23164-plenario-fara-nova-tentativa-de-votar-mp-que-flexibiliza-voz-do-brasil-em-setembro>
- Abert, Associação Brasileira de Emissora de Rádio e Televisão. (2016, 5 de agosto). Com a abertura das Olimpíadas Rio 2016, começa a flexibilização da Voz do Brasil. Retirado de <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/25120-com-a-abertura-das-olimpiadas-rio-2016-comeca-a-flexibilizacao-da-voz-do-brasil>
- Abert, Associação Brasileira de Emissora de Rádio e Televisão. (2016, 19 de outubro). Comissão Mista aprova MP que flexibiliza Voz do Brasil de forma permanente. Retirado de <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/25284-comissao-mista-aprova-mp-que-flexibiliza-voz-do-brasil-de-forma-permanente>
- Abramson, B. D. (2001). Media policy after regulation? *International Journal of Cultural Studies*, 4 (3), 301-326.
- Adami, A. (2015). *O Rádio com Sotaque Paulista: Pauliceia Radiofônica*. São Paulo: Mérito Editora.
- Agência Câmara de Notícias. (2005, 26 de setembro). Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel). Retirado de <http://www2.camara.leg.br/agencia/noticias/75389.html>
- Aguilar, L. (2005) Luso-Afonias e Cultura da Língua Portuguesa. *Continente*, 29 (2), 1-15.
- AIPA, Associação dos Imigrantes nos Açores (2013, 30 de abril). O programa de rádio *O Mundo Aqui* celebra este ano o décimo aniversário. Retirado de <http://www.aipa-azores.com/noticias/ver.php?id=1917>
- Albornoz, L. (Eds.) (2011) *Poder, médios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

- Almeida, A. (2005). Ondas lusitanas: a comunidade brasileira no AM carioca. Texto apresentado no 3º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Retirado de www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-/encontros...1/Ondas%20lusitanas.doc
- Almeida, C. & Barreto, A. (1970). *Capitalismo e emigração em Portugal*. Lisboa: Prelo.
- Alves, D. (1995). A comunidade dos países de língua portuguesa. Conferência incluída no programa do Curso de Defesa Nacional (CDN 95), proferida no Instituto da Defesa Nacional, na Delegação do Porto e em Lisboa a 20 de janeiro e 2 de fevereiro de 1995. Retirado de http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/1611/1/NeD74_DariodeCastroAlves.pdf
- Alves, T. C. (2014). A afetividade na comunicação radiofónica: do processo de produção de rádio à intimidade da relação locutor/ouvinte. *Revista Sonora*, 9 (5), 1-9.
- Alves, T. C. (2015a). Rádio, cultura e diáspora: Portugal e Brasil no espaço lusófono da rádio. In Oliveira, M. & Prata, N. (ed.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 205-218). Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Alves, T. C. (2015b). Migrações sonoras em Português: representações culturais da diáspora portuguesa na rádio brasileira. *Comunicação e Sociedade*, 28, 109-128. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2273/2189>
- Alves, T., Rocha, F., Portela, P. & Ibiálpina, D. (2016). Serviço público de comunicação e cultura: coproduções musicais e cinematográficas em Portugal e no Brasil. *Comunicação e Sociedade*, 30, 367-385. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2503/2416>
- Amaral, A. (1920). *O Dialeto Caipira*. São Paulo: Anhembi.
- ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. (2015). Missão, Visão e Valores. Retirado de http://www.anatel.gov.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=696&Itemid=553
- Anderson, B. (2005). *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo*. Lisboa: Edições 70.
- Andrade, M. (2013). *Música, doce música*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Angop, Agência Angola Press. (2014) “Governo destaca crescimento económico da CPLP”. Retirado de <http://expansao.sapo.ao/Artigo/Geral/51261> [já não está disponível online]
- Aporfest, Associação Portuguesa de Festivais de Música. (2015, 13 de dezembro). 1 milhão e 869 mil espectadores presentes nos festivais de música | 210 festivais de música em 2015. Retirado de <http://www.aporfest.pt/single-post/2015/12/13/1-milh%C3%A3o-e-869-mil-espectadores-presentes-nos-festivais-de-m%C3%BAsica-210-festivais-de-m%C3%BAsica-em-2015-dados-finais>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*, Lisboa: Teorema.

- Aranha M. N. I. (2005). *Direito das telecomunicações: estrutura institucional regulatória e infraestrutura das telecomunicações no Brasil*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Araújo, E. (2014, 29 de outubro). Sistema público de comunicação: o Brasil na contramão da história. *Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação*. Retirado de <http://www.fndc.org.br/noticias/sistema-publico-de-comunicacao-o-brasil-na-contramao-da-historia-924480/>
- Araújo, F. (2013). A Lei de Meios e o fim da propriedade cruzada. Retirado de <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed772-a-lei-de-meios-e-o-fim-da-propriedade-cruzada>
- Arnold, M. (1869). *Culture and anarchy: an essay in political and social criticism*. Londres: Smith, Elder & Company. Retirado de https://is.muni.cz/el/1421/podzim2008/MVKK_07/um/03_A_Arnold_1869_Culture_and_Anarchy.pdf
- Arroteia, J. (1983). *A emigração portuguesa - suas origens e distribuição*. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.
- Arruda, J. (2011). Lusofonia: Cabo Verde e a Língua Portuguesa. *XI Congresso Luso Afro- Brasileiro de Ciências Sociais Diversidades e (Des)Iguerdade*. Universidade da Bahia.
- Avancini, M. (2000). Independência afastou as culturas. *Folha Online*. Retirado de http://www1.folha.uol.com.br/fof/brasil500/500_20.htm
- Azinheira, N. (2017, 4 de março). Gonçalo Reis: “A relevância da RTP não se mede só pelas audiências”. Retirado de <http://www.dn.pt/media/interior/goncalo-reis-a-relevancia-da-rtp-nao-se-mede-so-pelas-audiencias-5703220.html>
- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel-Comunicación.
- Bagno, M. (2011). O português não procede do latim: uma proposta de classificação das línguas derivadas do galego. *Revista Á Busca do Tesouro*, 34-39. Retirado de https://issuu.com/castroforte/docs/marcos_bagno_classifica_o_variantes_pt
- Bakhtin, M. (1999). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: HUCITEC.
- Baptista, M. M. (2006). A lusofonia não é um Jardim: ou da Necessidade de “Perder o Medo às realidades e os mosquitos. In M. L. Martins; H. Sousa & R. Cabecinhas (eds.) *Comunicação e Lusofonia* (pp. 23-44). Porto: Campo das Letras.
- Baptista, M. M. (2013). Apresentação. Re-imaginar a Lusofonia ou da necessidade de descolonizar o conhecimento. Retirado de <http://estudosculturais.com/congressos/ivcongresso/apresentacao>
- Barbosa, B. (2017, 7 de fevereiro). Senado aprova MP de Temer que desmonta a EBC. *Carta Capital*. Retirado de <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/senado-vota-esta-semama-mp-que-desmonta-empresa-publica-de-comunicacao>

- Barbosa Filho, A. (2003). *Gêneros Radiofônicos*. São Paulo: Paulinas.
- Barthes, R. (1984). *O Rumor da Língua*. Lisboa, Edições 70.
- Bastos, N. & Brito, R. (2007). Lusofonia: políticas linguísticas e questões identitárias. In M. de L. Martins; H. Sousa; & R. Cabecinhas (eds.). *Comunicação e lusofonia. Para uma abordagem crítica da cultura dos media* (pp. 111-122). Porto: Campo das Letras e Universidade do Minho.
- Bastos, R. J. M. (2016). Para a construção de um modelo histórico-antropológico das relações musicais Brasil/Portugal/África: o sistema de transformações lundu-modinha-fado. *El oído pensante*, 4 (1). Retirado de <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/oidopensante/article/download/8009/9043>
- Baudrillard, J. (1983). The ecstasy of communication. In H. Foster, (Ed.), *The anti-aesthetic: essays on postmodern culture* (pp. 127-135). Port Townsend: Bay Press.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2011). *A cultura no mundo líquido moderno*. São Paulo: Zahar.
- Belau, A. (1981). *La radio. Introduccion a un medio desconocido*. Madrid: Editorial Latina.
- Bertotti, R. (2015, 5 de fevereiro). Eleitores poderão assinar Lei da Mídia Democrática na Internet. Retirado de <http://www.bancariosdf.com.br/~banca827/site/index.php/outros-assuntos-2015/eleitores-poderao-assinar-lei-da-midia-democratica-na-internet>
- Betts, R. & Bly, L. (2004). *A history of popular culture*. Londres: Routledge.
- Bhambra, G.; Shilliam, R. & Orrells, D. (2014). Contesting Imperial Epistemologies: Introduction. *Journal of Historic Sociology*, 27(3), 293-301. doi: 10.1111/johs.12059
- Bianco, N. d. (2014, 27 de agosto). Seminário Políticas de comunicação, radiodifusão pública e cidadania: subsídios para o desenvolvimento sociocultural em Portugal e no Brasil. Auditório Pompeu de Sousa, Faculdade de Comunicação da UnB, Brasília.
- Bianco, N. d., Esch, C. E & Moreira, S.V. (2015). Mudanças e permanências na radiodifusão pública da América Latina. *Revista Latino-americana de Ciencias de la Comunicación*, 12(22), 31-42.
- Blois, M. (1996). *Florescem as FM Educativas no Brasil. Radiografia do radioeducativo no Brasil e os fatores favoráveis à ocupação dos canais de FM educativos*. Tese de doutoramento, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, Brasil.
- Boal, M. E. (2011). Ciclo de Conferências do Observatório da Língua Portuguesa: “O Valor Económico Da Língua Portuguesa” – intervenção inaugural. Retirado de <https://observinguaportuguesa.org/ciclo-de-conferencias-do-olp-o-valor-economico-da-lingua-portuguesa-2/>
- Bolaño, C. (2002, dezembro). Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, 11.

- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1991). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press. Retirado de https://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf
- Bondoso, A. (2013). *Lusofonia e CPLP: desafios na globalização: “ângulos e vértices” ou “defeitos & virtudes” de um processo intemporal*. Viseu: Edições Esgotadas.
- Botelho, I. (2017). Portugal, a Saudade e Você. Retirado de <https://www.capital1040.com/programas/programa.php?p=23>
- Bourdieu, P. (1987). What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. *Berkeley Journal of Sociology*, 32, 1-49.
- Brandão, M. (2016, 31 de outubro). A Voz do Brasil estreia hoje em novo formato. Agência Brasil. Retirado de <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-10/voz-do-brasil-estrea-hoje-em-novo-formato>
- Brandes, S. D. (1976). *American welfare capitalism, 1880-1940*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brittos, V. C. & Bolaño, C. (2005). *Rede Globo: quarenta anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.
- Buarque, C. (1978). Tanto Mar. In *Chico Buarque* [CD]. Rio de Janeiro: Philips Records.
- Buarque, C. (1975/1978). Tanto Mar, 1975 (primeira versão) e 1978 (segunda versão). Retirado de http://www.chicobuarque.com.br/letras/tantomar_75.htm
- Cabecinhas, R. & Macedo, I. (2014). Diasporic identity(ies) and the meaning of home in autobiographical documentary films. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 2 (1), 54-71.
- Cabral, F. S. (2011). Ciclo de Conferências do Observatório da Língua Portuguesa: “O Valor Económico Da Língua Portuguesa” – comentário. Retirado de <https://observalinguaportuguesa.org/ciclo-de-conferencias-do-olp-o-valor-economico-da-lingua-portuguesa-2/>
- Cádima, F. (2012). A televisão pública face aos novos ambientes web. In *Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación* – III Congreso Internacional Comunicación 3.0 (pp. 1-12). Salamanca: Universidade de Salamanca. Retirado de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/056.pdf>
- Cádima, F. (2016). O “Public Service Media”, a RTP e os desafios da era digital. *Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Cahen, M. (2001). *Pays lusophones d’Áfrique. Sources d’information pour le développement*. Bourdeaux: Ibiscus.
- Câmara dos Deputados. (2015). Votação. Retirado de <http://www2.camara.leg.br/comunicacao/assessoria-de-imprensa/votacao>
- Cardoso, P. (1942). *Cadernos Luso-Caboverdianos: Ritmos de Morna, 2*. Praia: não disponível.
- Cardoso, G. (2013) *A Sociedade dos Ecrãs*. Lisboa: Tinta da China.

- Carlyle, T. (1840). The hero as man of letters. Johnson, Rousseau, Burns. [Palestra]. Retirado de <http://victorianweb.org/authors/carlyle/heroes/hero5.html>
- Carvalho, A. M. (2009). *Português em contato*. Franquefurte/Madrid: Vervuert/Iberoamericana.
- Carvalho, A., Baptista, M. M., Carvalho, M. & Graça, I. (2010). Estado e políticas públicas Brasil e Portugal: novas configurações e desafios do presente. *Revista de Políticas Públicas*, 14 [Vol. Especial], 233-256. doi: 10.18764/2178-2865.v18n1
- Castells, M. (2002a). *A era da informação: economia, sociedade e cultura, I: A sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2002b). *The internet galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. & Cardoso, G. (2005). *The network society: from knowledge to policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Castelo, C. (2004). Trânsitos coloniais: diálogos críticos luso-brasileiros. *Análise Social*, 171, 439-445. Retirado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0003-25732004000300011&lng=pt&tlng=pt
- Castiñeira, A. (2001). Sociedad de la información, globalización y desarrollo humano. *Dhial Magazine*, 84. Barcelona: Instituto Internacional de Gobernabilidad de Cataluña.
- Castro, V (2006). *A Resistência de Traços do Dialeto Caipira: Estudo com Base em Atlas Lingüísticos Regionais Brasileiros*. Tese de Doutoramento, Unicamp, Campinas, Brasil. Retirado de <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000430167>
- César, C. (2005). *Rádio: a mídia da emoção*. São Paulo: Summus.
- CETIC, Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. (2016). TIC Domicílios – 2015. Acedido em <http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>
- CGI, Conselho Geral Independente da RTP. (2015). Relatório de Avaliação Intercalar do cumprimento do Projecto Estratégico para a RTP – 1.º Semestre de 2015. Retirado de http://media.rtp.pt/institucional/wp_content/uploads/sites/31/2015/11/relatorio_intercalar_cgi-1_semestre_2015.pdf
- Chaparro, C. (1999). A lusofonia tem de ser descoberta no outro. *Jornal do Ribatejo*, sem data. Disponível na Biblioteca da ECA/USP.
- Chaparro, C. (2000). O Brasil oficial pouco liga à lusofonia. *Jornal do Ribatejo*, sem data. Disponível na Biblioteca da ECA/USP.
- Cintra, L. (1971). Nova proposta de classificação dos Dialectos Galego-Portugueses. *Boletim de Filologia*, 22, 81-116.
- Condesso, F. (2007). *Direito da Comunicação Social*. Coimbra: Almedina.
- Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. Londres/Nova Iorque: Routledge.

- Cristóvão, F. (Ed.) (2012). *Ensaio Lusófonos*. Coimbra: Almedina.
- Coelho, A. L. (2013). *Vai, Brasil*. Lisboa: Tinta da China.
- Coelho, E. (2000, 6 de maio). A oportunidade. *Público*. Retirado de www.publico.pt/leituras
- Comissão Europeia. (2014). Standard Eurobarometer 82 Media Use – Autumn 2014. Retirado de http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb82/eb82_media_en.pdf
- CO, Conselho de Opinião da RTP (2015a). Relatório de Avaliação do Cumprimento do Projeto Estratégico para a RTP e Parecer sobre as Obrigações Legais de Investimento em Produção Audiovisual e Cinematográfica Independente 2015. Retirado de <http://media.rtp.pt/institucional/wp-content/uploads/sites/31/2015/11/Relatorio-de-Avalia%C3%A7%C3%A3o-do-CGI-2015.pdf>
- CO, Conselho de Opinião da RTP. (2015b). Parecer. Retirado de <http://img.rtp.pt/mcm/pdf/336/336a6dcf99c3fae7b7f88867a7bb040b1.pdf>
- Cordeiro, A. D. (2014, 27 de março). Os valores da CPLP são quotidianamente violados na Guiné Equatorial. *Público*. Retirado de <http://www.publico.pt/politica/noticia/os-valores-da-cplp-sao-quotidianamente-violados-na-guine-equatorial-1629974>
- Cordeiro, P. (2004). A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>
- Cordeiro, P. (2016, 22 de julho). *Em Nome do Ouvinte, IV Série*. Retirado de <http://www.rtp.pt/play/p933/e244399/em-nome-do-ouvinte-iv>
- Couto, J. (2000). Portugueses diluem história do Brasil. *A Folha de S. Paulo*. Retirado de http://www1.folha.uol.com.br/fof/brasil500/500_18.htm
- Couto, M. (2007, 22 de junho). O nosso idioma. O Português de Moçambique. Conferência proferida na Conferência Internacional sobre o Serviço Público de Rádio e Televisão no Contexto Internacional: A Experiência Portuguesa, no âmbito dos 50 anos da RTP. Centro Cultural de Belém, Lisboa, 19 de junho de 2007. Retirado de <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/artigos/rubricas/idioma/lingua-portuguesa-cartao-de-identidade-dos-mocambicanos/1279>
- Couto, M. (2009) *E se Obama fosse africano?*. Lisboa: Caminho.
- CPLP, Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. (2017). Objectivos. Retirado de <http://www.cplp.org/id-2763.aspx>
- Cunha, C. & Cintra, L. (1996). *Os dialectos da língua portuguesa. Nova gramática do português contemporâneo*. Lisboa: Edições João Sá da Costa.
- Curran, J. (1980). *Power Without Responsibility*. Londres: Routledge.
- Cymbron, L. (2015). Camões in Brazil: Operetta and Portuguese Culture in Rio de Janeiro, circa 1880. *The Opera Quarterly. Oxford Journals*, 30(4), 330-361. doi: <https://doi.org/10.1093/oq/kbu031>
- Da Matta, R. (1984). *O que faz o Brasil Brasil?* Rio de Janeiro: Editora Rocco.

- de Carvalho, A. A. (2009). *A RTP e o serviço público de televisão*. Lisboa: Edições Almedina.
- Débord, G. (2012). *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Antígona.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2004). *O Anti-Édipo: Capitalismo e Esquizofrenia 1*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Deuze, M. (2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. *Journal The Information Society: An International Journal*, 22 (2), 63-75. doi: 10.1080/01972240600567170
- Detoni, M. (2015). Os meios públicos de comunicação e construção da esfera pública. *Comunicação e Sociedade*, 30, 21-37. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2483/2396>
- DGACCP, Direção Geral dos Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas. (2014). *Consulados portugueses no estrangeiro e Sistema de Gestão Consular*. Retirado de <http://observatorioemigracao.pt/np4/paises.html?id=31>
- Dias, C. A. (2005). *Terrorismo e Multiculturalismo*. Coimbra: Instituto Superior Miguel Torga.
- Duque, L. (Ed.). (2011). Relatório do Grupo de Trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social. Retirado de http://static.publico.pt/docs/media/relatorioGTCS_141111.pdf
- EBC, Empresa Brasil de Comunicação. (2013). *Manual de Jornalismo da EBC*. Brasília: EBC.
- EBC, Empresa Brasil de Comunicação. (2015a). O Conselho Curador. Retirado de <http://www.conselhocurador.ebc.com.br/pagina/conselho-curador>
- EBC, Empresa Brasil de Comunicação. (2015b). Ouvidoria. Retirado de <http://www.ebc.com.br/ouvidoria>
- EBU, European Broadcast Union. (2012). *The Gateway to Europe's Public Service Media*. Bruxelas: EBU.
- EBU, European Broadcast Union. (2015). Public Service Media. Retirado de <http://www3.ebu.ch/about/public-service-media>
- EBU, European Broadcast Union. (2016, 22 de março). Trust In Media 2016. *EBU Publication*. Retirado de <https://www.ebu.ch/publications/trust-in-media>
- Eco, U. (2015). *Apocalípticos e Integrados*. Lisboa: Relógio D'Água.
- EDP, Eletricidade de Portugal. (2016). Contribuição para o Audiovisual. Saiba o que é. Retirado de <https://energia.edp.pt/particulares/apoio-cliente/contribuicao-audiovisual>
- EGEAC, Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural. (2012). Relatório e Contas 2011. Retirado de http://www.egeac.pt/wp/wp-content/uploads/2015/09/EGEAC_Relat%C3%B3rio_e_Contas_2012.pdf
- EGEAC, Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural. (2016). Relatório e Contas 2015. Retirado de http://www.egeac.pt/wp/wp-content/uploads/2016/05/EGEAC_Relat%C3%B3rio_e_Contas_2015.pdf

- Ekman, P. (2009). *Intervezes: Levante Sua Voz* [vídeo]. Retirado de <http://www.intervezes.org.br/direitoacomunicacao/?p=23550>
- Emm, A. (2002). *Researching for Television and Radio*. Londres: Routledge.
- Epcom, Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação. (2006). Retirado de www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf
- ERC, Entidade Reguladora da Comunicação. (2007). Deliberação nº 1/IND/2007. Retirado de <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJlJtzOjM4OiJtZWRpYS9kZW50cm9kcy9vYm9iY3RvX29mZmxpbmUvNzUxLnBkZiI7czo2Oj0aXR1bG8iO3M6MjE6ImRlIGliZXJhY2FvLTETAW5kMjAwNyl7fQ==/deliberacao-1-ind2007>
- ERC, Entidade Reguladora da Comunicação. (2014). Relatório de regulação – 2013. Retirado de <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao>
- ERC, Entidade Reguladora da Comunicação. (2016). Relatório de regulação – 2015. Retirado de <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao>
- Ertel, L. (2015, 28 de agosto). 20 maiores bilionários do Brasil. *Forbes Brasil*. Acedido em <http://www.forbes.com.br/listas/2015/08/20-maiores-bilionarios-do-brasil>
- Esch, C. E. (1997). *Do passado ao presente: o rádio e seus comunicadores ganhando novos significados*. São Paulo: Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Esch, C. E. & Bianco, N. d. (2016). Radiodifusão pública brasileira: o desafio de conquistar credibilidade e representatividade social. *Revista Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público*, 2, 115-131 doi: 10.14195/2183-6019_2_9
- Escobar, A. (2003). Mundos y conocimientos de otro modo: el programa de investigación de modernidad/colonialidad Latinoamericano. *Tabula Rasa*, 1, 51-86.
- Espadinha, M. A. & Teixeira e Silva, R. (2008). O português de Macau. In M. C. Lima-Hernandes, M. J. Marçalo, G.; Micheletti & V. L. d. R. Martin (Eds.), *A língua portuguesa no mundo*. São Paulo: FFLCH-USP.
- Esperança, J., Sousa, A., Soares, E. & Pereira, I. (2011). *Corporate Governance no Espaço Lusófono*. Lisboa: Texto Editores/Leya
- Expresso. (2016, 28 de julho). Conselho de redação da RTP chumba André Macedo para diretor adjunto de informação. Retirado de <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-07-28-Conselho-de-redacao-da-RTP-chumba-Andre-Macedo-para-diretor-adjunto-de-informacao>
- Expresso. (2017, 6 de fevereiro). João Paulo Guerra vai mesmo ser provedor do Ouvinte. Retirado de <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2017-02-06-Joao-Paulo-Guerra-vai-mesmo-ser-provedor-do-Ouvinte>
- Faria, A., Guedes, A. L. & Wanderley, S. (2015). Resgatando o Nexa Governança Gestão Internacional: por uma nova ordem em Gestão. *Revista de Administração de Empresas*, 55 (2). doi: 10.1590/S0034-759020150204

- Feldman-Bianco, B. (2001). Colonialism as a continuing project: The Portuguese experience. *Journal Identities*, 8 (4), 477-482. doi: 10.1080/ 1070289X.2001.9962705
- Férin, I. (2006). Media e imaginários: estratégias de apropriação de conteúdos pelas brasileiras em Portugal. *Revista Media & Jornalismo*, 8, 7-33.
- Férin, I. (2007). Identidade e Reconhecimento nos Media portugueses. *Revista Matrizes*, 1, 187-208.
- Férin, I. (2009). A Lusofonia face à Globalização. *Livros de Actas do IV Congresso da Sopcom* (pp. 135-145). Lisboa: Universidade Lusófona.
- Ferraretto, L. & Klöckner, L. (2010). *E o rádio? Novos Horizontes Mediáticos*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Ferreira, A. B. (2016, 18 de março). Brasileiros são a maior comunidade de imigrantes. *Diário de Notícias*. Retirado de <http://www.dn.pt/mundo/interior/brasileiros-sao-a-maior-comunidade-de-imigrantes-5083295.html>
- Ferreira, D. T. (2005, 20 de junho). Cá sou brasileiro e lá sou português. Entrevista a Roberto Leal. *Mundo Universitário*, pp. 10-11.
- Ferreira, S. (2016). A emigração portuguesa e os seus meios de comunicação social: breve caracterização. *OEm Working Papers*, 2. doi: 10.15847/CIESOEMWP022016
- Ferreira, T. (2009). Entrevista a Appadurai. Retirado de http://cc.bond.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/07_07_Entrevista_Arjun_Appadurai.pdf
- Feuerbach, L. (2007). *A essência do Cristianismo*. Petrópolis: Vozes.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Finotti, I. (s.d.). Leal se sente estrangeiro em sua terra. *Folha de São Paulo*. Retirado de http://www1.folha.uol.com.br/fol/brasil500/500_16.htm
- FNDC, Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. (2015, 17 de setembro). Mídia brasileira é controlada por apenas 11 famílias. Retirado de <http://www.fndc.org.br/noticias/midia-brasileira-e-controlada-por-apenas-11-familias-924625/>
- FNDC, Fórum Nacional para a Democratização da Comunicação. (2011). Plataforma para um novo Marco Regulatório das Comunicações no Brasil. Retirado de <http://fndc.org.br/noticias/plataforma-para-um-novo-marco-regulatorio-das-comunicacoes-no-brasil-736321/>
- Folha de São Paulo. (2014, 30 de março). Editorial. Retirado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/158906-1964.shtml>
- Fonseca, H. S. (2013, 5 de julho). Portugal-Brasil – Separados por uma língua comum ou unidos por uma relação especial? [Post em blogue]. Retirado de <http://abemdanacao.blogs.sapo.pt/964944.html>
- Frazão, A. (2014, 12 de junho). Trocar a Lusofonia pela Galeguia. *Rede Net*. Retirado de <http://www.redeangola.info/opiniao/trocar-a-lusofonia-pela-galeguia-2>
- Freire, P. (1987). *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

- Freitas, H. (2010, outubro/dezembro). Pacote de Oliveira e Adelino Gomes no balanço do cargo de provedores. *Jornalismo & Jornalistas*, 44. Acedido em <http://www.clubedejornalistas.pt/wp-content/uploads/2010/12/JJ44.pdf>
- Freyre, G. (1947). *Uma interpretação do Brasil*. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional.
- Fróes, M. (2000) *Jovem Guarda: em ritmo de aventura*. São Paulo: Editora 34.
- Fundação Mário Soares (2002). Exposições Temporárias: *Cultura e Tradição em Timor-Leste*. Centro de Documentação e Divulgação da Cultura de Timor. Retirado de http://www.fmsoares.pt/casa_museu/expo_temp_timor_leste_apresenta
- Fundação Padre Anchieta. (1989). *Cultura 20 anos*. São Paulo: IMESP.
- Gandin, L. A. & Hypolito, A. M. (2003, julho/dezembro). Dilemas do nosso tempo: globalização, multiculturalismo e conhecimento. Entrevista a Boaventura Sousa Santos. *Currículo Sem Fronteiras*, 3(2), 5-23.
- Georgiou, M. (2005). Diasporic Media Across Europe: Multicultural Societies and the Universalism – Particularism Continuum. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31 (3), 481-498. doi: 10.1080/13691830500058794
- Giron, L. A. (2004, 19 de julho). O rap salva a palavra. Entrevista com José Ramos Tinhorão. *Época*. Retirado de <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,,EPT761353-1661,00.html>
- GMCS, Gabinete para os Meios de Comunicação Social. (2011). Relatório do Grupo de Trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social. Retirado de http://www.gmcs.pt/gmcs2008/download.php?dir=138.594&file=rel_spcs_2011.pdf
- GMCS, Gabinete para os Meios de Comunicação Social. (2014a). Imprensa. Breve Retrospectiva Histórica. Retirado de <http://www.gmcs.pt/pt/imprensa-20121212-160235>
- GMCS, Gabinete para os Meios de Comunicação Social. (2014b). Rádio. Panorama do Setor. Retirado de <http://www.gmcs.pt/pt/panorama-do-setor-20130314-115342>
- Godinho, V. M. (1978). L'émigration portugaise (XVe-XXe siècles), une constante structurale et les réponses aux changements du monde. *Revista de História Económica e Social*, 1, 5-32.
- Gomes, R. (2016, 31 de dezembro). Conheça os CDs e DVDs mais vendidos no Brasil em 2016. *Jornal de Commercio*. Retirado de <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2016/12/31/conheca-os-cds-e-dvds-mais-vendidos-no-brasil-em-2016-265326.php>
- Gorgen, J. (2009). *Sistema central de mídia: proposta de um modelo sobre os conglomerados e comunicação no Brasil*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Retirado de <http://hdl.handle.net/10183/17166>
- Grosfoguel, R. (2006). La descolonización de la economía política y los estudios postcoloniales. Transmodernidad, pensamiento fronterizo y colonialidad global. *Tabula Rasa*, 4, 17-48.

- Grosfoguel, R. (2008). Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: Transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 80, 115-147. Retirado de www.ces.uc.pt/rccs/includes/download.php?id=982
- Hagemeyer, T. & Ogie, O. (2011). Édó influence on Santome: evidence from verb serialization and beyond. In E. Lefebvre (Ed.), *Creoles, their substrates, and language typology* (pp. 37-60). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies* (pp. 128-138). Londres: Hutchinson.
- Hall, S. (2003). Pensando a Diáspora (Reflexões Sobre a Terra no Exterior). In L. Sovik. (Ed.) *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Harcup, T. (2014). *A Dictionary of Journalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Haussen, D. (2005). Escutando radio através do livro. *Comunicação & Sociedade*, 38(1), 210-214.
- Hendy, D. (2013). *Noise. A human history of sound and listening*. London: Profile Books.
- Henriques, J. G. (2016, 3 de janeiro). Cabo Verde: "Ser africano em Cabo Verde é um tabu". *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/mundo/noticia/ser-africano-em-cabo-verde-e-um-tabu-1718673>
- Herreros, M. C. (2001). Aprender a ver y a analizar la información audiovisual. *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, 17, 15-20.
- Herreros, M. C. (2011). O rádio no contexto da comunicação multiplataforma. *Radio-Leituras*, 11(2), 69-105 Retirado de <https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herreros-pt.pdf>
- Herz, D. (1987). *A História Secreta da Rede Globo*. Porto Alegre: Tche.
- Herzog, B. (2013). Anticolonialism, decolonialism, neocolonialism. *The Encyclopedia of Global Human Migration*. Nova Jérnia: Blackwell Publishing. doi: 10.1002/9781444351071
- Hicks, A. (1999). *Social Democracy & Welfare Capitalism: A Century of Income Security Politics*. Ithaca: Cornell University Press.
- Holanda, S. (1936). *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras.
- Hull, G. (2001). *Timor-Leste: identidade, língua e política educacional*. Lisboa: Instituto Camões.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). Censos demográficos. Retirado de <http://observatorioemigracao.pt/np4/paises.html?id=31>
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2015). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Domicílios com Rádio e TV. Retirado de <http://www.teleco.com.br/nrtv.asp>
- IBOPE. (2013, 8 de julho). Rádio atinge 73% da população brasileira. *Notícias ibope.com*. Retirado de <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Radio-atinge-73-da-populacao-brasileira.aspx>

- IBOPE. (2014, outubro) Rádio Recall, EasyMedia4, Rádio Capital AM, Grande São Paulo, agosto de 2014 a outubro de 2014, audiências de domingo entre as 8h e as 9h. Fornecido por Regina Barbosa (Gerente de Operações Comerciais da Rádio Capital) a 12/11/2014 via correio eletrônico.
- INE, Instituto Nacional de Estatística. (2010). *As Edições do Anuário Estatístico de Portugal: 1875-2008*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, IP.
- INE, Instituto Nacional de Estatística. (2012). Censos - Resultados definitivos. Portugal 2011. Retirado de http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=73212469&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1&pcensos=61969554
- Infopédia, Dicionários Porto Editora. (2017a). Endogamia. In *Artigos de apoio Infopédia*. Retirado de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/endogamia>
- Infopédia, Dicionários Porto Editora. (2017b). Gerardus Mercator. In *Artigos de apoio Infopédia*. Retirado de [https://www.infopedia.pt/\\$gerardus-mercator](https://www.infopedia.pt/$gerardus-mercator)
- Infopédia, Dicionários Porto Editora. (2017c). Grito do Ipiranga. In *Artigos de apoio Infopédia*. Retirado de [https://www.infopedia.pt/\\$grito-do-ipuranga](https://www.infopedia.pt/$grito-do-ipuranga)
- Infopédia, Dicionários Porto Editora. (2017d). Self-made man. In *Artigos de apoio Infopédia*. Retirado de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/self-made-man>
- Infopédia, Dicionários Porto Editora. (2017e). Marrabenta. In *Artigos de apoio Infopédia*. Retirado de <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/marrabenta>
- Ingelhart, L. E. (1987). *Press Freedoms: a descriptive calendar of concepts, interpretations, events, and court actions, from 4000 B.C. to the Present*. Westport: Greenwood Press.
- Intervezes, Coletivo Brasil de Comunicação Social. (2009). *Sistemas públicos de comunicação no mundo*. São Paulo: Paulus.
- Intervezes, Coletivo Brasil de Comunicação Social. (2010). Conferência Nacional de Comunicação: um marco para a democracia no Brasil. Retirado de <http://intervezes.org.br/conferencia-nacional-de-comunicacao-um-marco-para-a-democracia-no-brasil>
- Intervezes, Coletivo Brasil de Comunicação Social. (2014). Oficinas Formativas Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação (Material de Estudo). *Comunica DH - Projeto de Comunicação em Direitos Humanos*. São Paulo: Prefeitura de São Paulo. Retirado de http://www.intervezes.org.br/direitoacomunicacao/?wpfb_dl=8
- IPM, Instituto Paulo Montenegro (2016, fevereiro). Alfabetismo no Mundo do Trabalho. Habilidades de Leitura, Escrita e Matemática são limitadas em muitos setores da economia brasileira, podendo restringir produtividade e capacidade de inovação. Retirado de http://download.uol.com.br/educacao/2016_INAF_%20Mundo_do_Trabalho.pdf
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Júdice, N. (2008). *A matéria do poema*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

- Kantar IBOPE Media (2016). Book de Rádio 2016. Retirado de <https://www.kantaribopemedia.com/book-de-radio-2>
- Karanfil, G. (2008). The Message of Transnational Media: Changing Notions of 'Threat' and Opportunities for Cultural Diversity. *GMJ: Mediterranean Edition*, 3(1), 24-34.
- Kennedy, M. (1980). *The Oxford Dictionary of Music*. Oxford: Oxford University Press.
- Kerswill, P. (2006). Migration and language. In K. Mattheier, U. Ammon & P. Trudgill (Eds.), *Sociolinguistics/Soziolinguistik. An international handbook of the science of language and society*, 3 (pp. 2271-2285). Berlin: De Gruyter.
- Ki-moon, B. (2015). Message from United Nations Secretary-General Ban Ki-moon. [vídeo]. Retirado de <http://www.diamundialradio.org/2015/en/content/message-united-nations-secretary-general-ban-ki-moon.html>
- Klein, H. (1993). A integração social e económica dos imigrantes portugueses no Brasil nos finais do século XIX e no século XX. *Análise Social*, 28(121), 235-265. Retirado de <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/122329054578cUY2rh7Lu99TE5.pdf>
- Kristeva, J. (1969). *Séméiotikè: recherches pour une sémanalyse*. Paris: Seuil.
- Kuhn, F. (2007). Fluxos radiofónicos em países lusófonos. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, 2007, 123-132. Retirado de <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/anuario/article/view/722/643>
- Labov, W. (2007). Sociolinguística: uma entrevista com William Labov. *Revista Virtual de Estudos da Linguagem – ReVEL*, 5(9). Retirado de http://www.revel.inf.br/files/entrevistas/revel_9_entrevista_labov.pdf
- Lameiras, M. (2016). *Regulação dos Media em Democracia: Experiências e Modelos no Caso Português*. Tese de doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/42574/1/Mariana%20Lameiras%20de%20Sousa.pdf>
- Laranjeira, P. (2001). *Ensaio Afro-Literários*. Lisboa: Novo Imbondeiro.
- Lazarsfeld, P. F. (1940). *Radio and the printed page*. Nova Iorque: Duell, Sloan and Pearce. Retirado de <https://archive.org/details/radiotheprintedp00lazarich>
- Leal Filho, L. L. (2014, 21 de abril). O rádio, uma força esquecida. *Revista do Brasil*. Retirado de <http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/94/o-radio-uma-forca-esquecida-6675.html>
- Ledo-Andión, M. (2005). Dialéctica da identidade, dialéctica da alteridade. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 3(1), 1-30.
- Ledo-Andión, M. (2011). La variante lusófona. In Valle, C.; Moreno, F. J.; Caballero, F. S. (Eds.) *Cultura latina y revolución digital: Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación* (pp. 95-130). Barcelona: Editorial Gedisa

- Leite, J. (1987). Emigração portuguesa: a lei e os números (1850-1914). *Análise Social*, 23 (97), 463-480.
- Lepetri, P. (2011). O rádio e a relação migratória Brasil e Portugal. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2011*, 321-330.
- Lévi-Strauss, C. (1978). *Mito e Significado*. Lisboa: Edições 70.
- Levy, M. S. F. (1974). O papel da migração internacional na evolução da população brasileira (1872 a 1972). *Revista de Saúde Pública*, 8, 49-90.
- Lewis, P. M. (2000). Private passion, public neglect: The cultural status of radio. *International Journal of Cultural Studies*, 3 (2), 160 - 167. doi: 10.1177/136787790000300203
- Lewis, P. M. & Booth, J. (1989). *The invisible medium: Public, commercial and community radio*. Basingstoke: Macmillan Llosa.
- Liedtke, P. (2003). Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 1 (1), 39-69. Retirado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13681>
- Lima, V. d. (2006). *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Lima, V. d. (2010, 11 de novembro). Marco regulatório vs. liberdade da imprensa. *Carta Capital*. Retirado de <https://www.cartacapital.com.br/politica/marco-regulatorio-vs-liberdade-da-imprensa>
- Lispector, C. (1998). *A hora da estrela*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Livingstone, S. (2005) On the relation between audiences and publics. In *Audiences and publics: when cultural engagement matters for the public sphere. Changing media - changing Europe series* (pp. 17-41). Bristol: Intellect Books. Retirado de <http://eprints.lse.ac.uk/437>
- Llosa, M. (2012). *A Civilização do Espetáculo*. Porto: Quetsal.
- Lobo, E. (1978). *História do Rio de Janeiro: do capital comercial ao capital industrial e financeiro*. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais.
- Lopes, B. (1949). O folclore poético da ilha de S. Tiago. *Clareza*, 7, 43-51.
- Lopes, F. (1944). *Fado na Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira - vol. X*. Lisboa: Texto Editora
- Lopes, M. (2014, 30 de janeiro). RTP Internacional renova grelha com produção própria. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2014/01/30/portugal/noticia/rtp-internacional-renova-grelha-com-producao-propria-1621784>
- Lopes-Graça, F. (1978). *Reflexões sobre a música*. Lisboa: Edição Cosmos.
- Lourencetti, G. (2014). A baixa remuneração dos professores: algumas repercussões no cotidiano da sala de aula. *Revista de Educação Pública de Cuiabá*, 23 (52), 13-32.
- Lourenço, B. (2017, 2 de março). Lei que reestrutura EBC já está em vigor [áudio]. *Rádio Senado*. Retirado de <http://www12.senado.leg.br/noticias/audios/2017/03/lei-que-reestrutura-ebc-ja-esta-em-vigor>
- Lourenço, E. (1999a). *A Nau de Ícaro seguido de Imagem e Miragem da Lusofonia*. Lisboa: Gradiva.

- Lourenço, E. (1999b). *Portugal como Destino seguido de Mitologia da Saudade*. Lisboa: Gradiva.
- Lourenço, E. (2015). *Do Brasil. Fascínio e Miragem*. Lisboa: Gradiva.
- Machado, I. (2004a, julho/dezembro). Afetividade e poder entre os imigrantes brasileiros no Porto. *Cadernos Pagu*, 23, 257-278. Retirado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000200009.
- Machado, I. (2004b). *Um Mar de Identidades: Imigração brasileira em Portugal*. São Carlos: Edufscar.
- Machado, I. (2007). Reflexões sobre a imigração brasileira em Portugal. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos, Débats*. doi: 10.4000/nuevomundo.5889
- Maldonado-Torres, N. (2006) Pensamento crítico desde a subalteridade: os estudos étnicos como ciências descoloniais ou para a transformação das humanidades e das Ciências Sociais no século XXI. *Afro-Ásia*, 34, 105-129. Retirado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77003404>
- Maldonado-Torres, N. (2011). Thinking through the Decolonial Turn: Post-continental Interventions in Theory, Philosophy and Critique – An Introduction. *Transmodernity: Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World*, 1(2), 1-15. Retirado de <http://escholarship.org/uc/item/59w8j02x>
- Malheiros, J. (2007). *Imigração Brasileira em Portugal*. Lisboa: ACIME.
- Maluly, L. (2008). O Rádio Democrático - alternativas para a Ciência do Jornalismo. In *Livro de atas do XXXI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação*, 1 (pp. 1-10). São Paulo: INTERCOM.
- Maneri, M. & Meli, A. (2007) *Un diverso parlare: il fenomeno dei media multiculturali in Italia*. Roma: Carocci Editore.
- Mangabeira-Unger, R. (2014). O Futuro das Ciências Sociais no Brasil [palestra vídeo]. Retirado de https://www.youtube.com/watch?v=NorUp1TX_BI
- Manovich, L. (2003). New Media from Borges to HTML. In N. Wardrip-Fruin & N. Montfort (Eds.), *The New Media Reader* (pp. 1-29). Cambridge: The MIT Press. Retirado de http://manovich.net/content/04-projects/033-new-media-from-borges-to-html/30_article_2001.pdf
- Margarido, A. (2000). *A Lusofonia e os lusófonos: novos mitos portugueses*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Marktest. (2012, 17 de abril). Bareme Rádio divulga resultados do 1º trimestre 2012. Retirado de <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~196b.aspx>
- Marktest. (2016). Glossário de termos. Retirado de <http://www.marktest.com/wap/a/glossary.aspx>
- Marktest. (2017, 7 de fevereiro). Portugueses ouvem 3 horas e 13 minutos de rádio por dia. Retirado de <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~21c6.aspx>
- Marktest. (2017, 23 de março). Bareme Rádio disponibiliza primeira vaga de 2017. Retirado de <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~21f4.aspx>

- Martín-Barbero, J. (2014). Tudo o que sabemos, sabemos-lo entre todos: “aquela segunda oportunidade sobre a terra - algumas palavras para não faltar completamente”. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 2(1), 4-6.
- Martins, A., Gomes, S. & Cá, V. (2016, outubro-dezembro). Letramento(s)/Alfabetização em contextos multilíngues de Angola e Guiné-Bissau. *Educação em Revista*, 32(4), 391-412.
- Martins, C. (2016, 14 de outubro). Falantes de português vão duplicar até ao final do século. E a maioria estará em África. *Expresso*. Retirado de <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-10-04-Falantes-de-portugues-vaao-duplicar-ate-ao-final-do-seculo.-E-a-maioria-estara-em-Africa>
- Martins, H. (2014, 25 de setembro). Comunicação: TV e rádio enfrentam novos e velhos desafios. *Agência Brasil*. Retirado de <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-09/comunicacao-tv-e-radio-enfrentam-novos-e-velhos-desafios>
- Martins, M. L. (2004). Lusofonia e Luso-tropicalismo. Equívocos e possibilidades de dois conceitos hiperidentitários (palestra). X Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa, São Paulo. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/1075>
- Martins, M. L. (2006). A lusofonia como promessa e o seu equívoco lusocêntrico. In M. L. Martins, H. Sousa & R. Cabecinhas (Eds.), *Comunicação e lusofonia* (pp. 79-90). Porto: Campo das Letras. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2119/2038
- Martins, M. L. (2015). Lusofonias – Reinvenção de Comunidades e Combate Linguístico-Cultural. In Martins, M. L. (Ed.) (2015). *Lusofonia e interculturalidade. Promessa e travessia*. Famalicão: Húmus. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/181/showToc
- Martins, M. L. (2016). Os estudos lusófonos como campo de investigação. In Bastos, N. (Org.) *Língua Portuguesa e Lusofonia: história, cultura e sociedade* (pp. 29-46). São Paulo: EDUC - IP-PUC.
- Martins, M. L., Sousa, H. & Cabecinhas, R. (Eds.) (2007). *Comunicação e Lusofonia*. Porto: Campo das Letras.
- Massaro, C. (2014, 9 de setembro). Inter-Meios aponta crescimento de 18%; Rádio avança 12%. *Tudoradio.com*. Retirado de <http://tudoradio.com/noticias/ver/11718-inter-meios-aponta-crescimento-de-18-radio-avanca-12>
- Matsaganis, M., Katz, V. & Ball-Rokeach, S. (2011). *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. Londres, Thousand Oaks, Nova Deli: SAGE Publications.
- Medeiros, A. (2003). Discurso Nacionalista e Imagens de Portugal na Galiza. *Etnográfica*, 7(2), 321-349.
- Meditsch, E. (1999). *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva.
- Meditsch, E. (2014). Semelhanças e diferenças do rádio brasileiro e português. Apresentação na mesa nove do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação sobre Pesquisas e Experiências do Rádio Brasil-Portugal. 5 de setembro de 2014 às 14h na sala 23 do UDC – União Dinâmica de Faculdades Cataratas.

- Melman, C. (2000). O complexo de Colombo. In *Um inconsciente pós-colonial, se é que ele existe*. Porto Alegre: Artes e Ofícios.
- Melo, J. M. d. (1994). Lusofonia midiática: a cooperação Brasil-Portugal. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-lusofonia-midiatica.pdf>
- Melo, J. M. d. (1995). Uma comunidade cultural sem fronteiras físicas ou Tecendo a identidade cultural luso-afro-brasileira. *Comunicação & Sociedade*, 23 (pp. 3-14) São Bernardo do Campo: UMESP.
- Melo, J. M. d. (2011). Cidadania glocal, identidade nordestina: ética da comunicação na era da Internet.
- Memmi, A. (1989). *Retrato do colonizado precedido pelo retrato do colonizador*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Mendel, T. (2011). *Public Service Broadcasting: a comparative legal survey*. Paris: UNESCO.
- Mendel, T. & Salomon, E. (2011). O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros. *Série Debates CI Unesco*, 7, 1-78. Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191622por.pdf>
- Meunier, O. & Pires, J. (2010). Considerações epistemológicas em educação intercultural. *Revista Educação em Questão*, 37(23) 9-47.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place*. Oxford: Oxford University Press.
- Michaels, F. (2011). *Monoculture: How One Story Is Changing Everything*. Toronto: Red Clover Press
- Mignolo, W. (2009) Epistemic disobedience, independent thought and de-colonial freedom. *Theory, Culture & Society*, 26(7/8), 1-23.
- Mignolo, W. (2011) *The darker side of western modernity: global futures, decolonial options*. London: Duke University Press.
- Mignolo, W. (2013) Geopolitics of sensing and knowing: on (de)coloniality, border thinking, and epistemic disobedience. *Confero*, 1(1), 129-150.
- Mignolo, W. (2014, 6 de novembro) The North of the South and the West of the East: A Provocation to the Question. *Ibraaz Essays*. Retirado de <http://www.ibraaz.org/essays/108>
- Ministério das Comunicações do Brasil. (2010). *Caderno 1ª Confecom – Conferência Nacional de Comunicação*. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.
- Ministério das Comunicações do Brasil. (2014). Dados sobre a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em 2009. Retirado de <http://www.mc.gov.br/acessoainformacao/servico-de-informacoes-ao-cidadao-sic/respostas-a-pedidos-de-informacao/25143-dados-sobre-a-1-conferencia-nacional-de-comunicacao-confecom-realizada-em-2009>
- Ministério das Relações Exteriores do Brasil (2016). Nota 268: 20 anos da CPLP. Retirado de <http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/notas-a-imprensa/14463-20-anos-da-cplp>
- Monteiro, H. (2014, 2 de dezembro). Nem futebol nem piscadelas de olho. *O Expresso*. Retirado de <http://expresso.sapo.pt/rtp-nem-futebol-nem-piscadelas-de-olho=f900862#ixzz3KzOiGAlf>

- Monteiro, M. A. (2015, 24 de março). O fim da Rádio Nacional. *Observatório da Imprensa*. Retirado de http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed843_o_fim_da_radio_nacional
- Monteiro, T. J. L. (2008). Cartografias do imaginário navegante: reflexões sobre a identidade narrativa diaspórica, o “senso comum mítico” e o (des)conhecimento da cultura portuguesa contemporânea no Brasil. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 21-35.
- Monteiro, T. J. L. (2015). Roberto Leal, o mediador: identidades imigrantes e engajamentos afetivos no filme Milagre, o poder da fé. *Livro de atas do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*. Retirado de <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/indiceautor.htm#T>
- Morais, C. (2016, 2 de fevereiro). Rádio Miúdos: de Portugal para os cinco continentes. *Diário de Notícias*. Retirado de <http://www.dn.pt/media/interior/radio-miudos-de-portugal-para-os-cinco-continentes-5009941.html>
- Morbey, J. (2008). Os Excluídos da Lusofonia: As Cristandades Crioulas Lusófonas do Oriente. In A. M. Correia & I. C. Sousa (Eds.), *Lusofonia: Encruzilhadas Culturais*. Hong Kong: Saint Joseph Academic Press. Retirado de <https://issuu.com/axiusdesigns/docs/lusofoniabook>
- Moreira, S. V. (1991). *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo.
- Morier-Genoud, E. & Cahen, M. (2013) *Imperial Migrations: Colonial Communities and Diaspora in the Portuguese World*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Morin, E. (2015). *O espírito do tempo*. Lisboa: Edições Piaget.
- Mosco, V. (1999) Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. *Comunicação e Sociedade*, 12, (1/2), 97-120.
- Moura, A. (2013, 16 de agosto). “Uma das coisas que mais me entusiasma...”. [Publicação de Facebook]. Página de fãs Ana Moura. Retirado de <https://www.facebook.com/anamoura>
- Moura, F. (2010). *A Construção da Identidade de uma comunidade imigrante portuguesa na Argentina (Escobar) e a comunicação social*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Moutinho, R. (2010). O ensino da língua portuguesa em Macau/China: fatos e perspectivas. *SIPLE, Sociedade Internacional do Português como Língua Estrangeira*. Retirado de http://www.siple.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=149:o-ensino-da-lingua-portuguesa-em-macauchina-fatos-e-perspectivas&catid=53:edicao-1&Itemid=91
- Mozzicafreddo, J. (1994). O Estado-Providência em transição. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 16, 11-40.
- Munanga, K. (2009). *Origens africanas do Brasil contemporâneo: histórias, línguas, culturas e civilizações*. São Paulo: Global.
- Mundo Lusiada. (2007, 22 de junho). Programa Navegar é Preciso comemora 7 anos e 100 mil ouvintes. Retirado de <http://www.mundolusiada.com.br/acontece/programa-navegar-e-preciso-comemora-7-anos-e-100-mil-ouvintes>

- Mundo Lusíada. (2011, 20 de dezembro). Em seis meses, mais de 50 mil portugueses decidiram morar no Brasil. *Jornal Mundo Lusíada*. Retirado de <http://www.mundolusiada.com.br/acontece/em-seis-meses-mais-de-50-mil-portugueses-decidiram-morar-no-brasil>
- Mustafá, I. (2015). Rádio pública cá e lá: o conteúdo da Antena 1 (Portugal) e da Rádio Nacional de Brasília (Brasil). In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 85-98). Braga: CECS. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2146/2064
- Nascentes, A. (1961). *Bases para a elaboração do atlas lingüístico do Brasil*. Rio de Janeiro: MEC.
- Neres, T. (2015, 30 de dezembro). Os sites mais acessados do Brasil e do mundo [Post em blogue]. Retirado de <http://bit.blog.br/os-sites-mais-acessados-do-brasil-e-do-mundo-3076>
- Nery, R. V. (2004). *Para uma História do Fado*. Lisboa: Público/Corda Seca.
- Neves, F. (2000). *Para uma crítica da razão lusófona: 11 teses sobre a CPLP e a lusofonia*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Nidel, R. (2005). *World Music*. Nova Iorque: Routledge.
- Nsehe, M. (2012, 9 de fevereiro). The Five Worst Leaders In Africa. *Revista Forbes*. Retirado de <http://www.forbes.com/sites/mfonobongnsehe/2012/02/09/the-five-worst-leaders-in-africa/#5ab9c2825516>
- Nunes, J. (2013, janeiro/junho). *Frame e identidade coletiva: uma perspectiva interacionista de análise dos movimentos sociais*. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, 3(1), 143-172.
- Nunes, M. (2012). Rádio e fado: biografias de sons e lembranças. *ArtCultura*, 14(25), 173-183.
- Observatório do Direito à Comunicação. (2017). Regulação da Radiodifusão. Retirado de http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?page_id=28556
- Observatório da Emigração. (2015). *Portuguese Emigration Factbook 2015*. Lisboa: Observatório da Emigração. doi: 10.15847/CIESOEMFB2015.
- Observatório da Emigração. (2017). Brasil – Séries anuais. Retirado de <http://observatorioemigracao.pt/np4/paises.html?id=31>
- Observatório da Língua Portuguesa. (2011). Quanto vale um idioma? Retirado de <https://observalinguaportuguesa.org/quanto-vale-um-idioma>
- Observatório da Língua Portuguesa. (2016). Utilização da internet nos países CPLP. Retirado de <https://observalinguaportuguesa.org/utilizacao-da-internet-nos-paises-cplp-2000-a-2014>
- Observatório da Radiodifusão Pública da América Latina. (2017). Modelo de Gestão. Retirado de <http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php/modelo-de-gestao-sp-652969200>
- Oliveira, M. (2013a). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Revista Significações*, 39, 71-87.

- Oliveira, M. (2013b). Colonies of Sounds: The role of radio in the sound expression of lusophony. In Baptista, M. M. & Vidal, S. (2014), *Livro de atas do 4º Congresso Internacional em Estudos Culturais – Colonialismo, Pós-Colonialismo e Lusofonia*. Aveiro: Universidade de Aveiro. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/43345>
- Oliveira, M., Stachyra, G. & Starkey, G. (Eds.) (2013). *Radio the resilient médium*. Londres: Centre for Research in Media and Cultural Studies.
- Organização Internacional para as Migrações. (2010). *Perfil migratório do Brasil 2009*. Retirado de http://publications.iom.int/system/files/pdf/brazil_profile_2009.pdf
- Ortega y Gasset, J. (1958). La rebelión de las masas. *Revista de Occidente*, 52-54.
- Ortega y Gasset, J. (2001). *Historia Como Sistema*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Ortriwano, G. S. (1985). *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus.
- Pacheco, N. (2016, 2 de dezembro). O mar ainda é muito, mas já se consegue atravessar. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2016/12/02/culturaipsilon/noticia/o-mar-ainda-e-muito-mas-ja-se-consegue-atravesar-1752991#>
- Pacheco, N. (2017, 30 de março). Dois tempos desortografados. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2017/03/30/culturaipsilon/noticia/dois-tempos-desortografados-1766939>
- Padilla, B. (2006) Integração dos “imigrantes brasileiros recém-chegados” na Sociedade Portuguesa: Problemas e Possibilidades. In I. J. R. Machado (Ed.) *Um Mar de Identidades: Imigração brasileira em Portugal*. São Carlos: Edufscar.
- Pasetti, F. (2010). Immigration and New Media: “Diasporic Radio”: A Preliminary Case Based in Milan. *ESA RN Sociology of Culture Midterm Conference*. doi: 10.2139/ssrn.1692718
- Paz, G. B. (1975). *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*. Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pease, E. & Dennis, E. (1995). *Radio – the forgotten medium*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Paulino, F., Guazina, L. & Oliveira, M. (2016). Serviço público de média e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. *Comunicação e Sociedade*, 30, 55-70. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2485/2398>
- Peirce, C. S. (1931). *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University Press.
- Pereira, J. P. (2014, 18 de janeiro). Acordo ortográfico: acabar já com este erro antes que fique muito caro. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2014/01/18/culturaipsilon/noticia/acordo-ortografico-acabar-ja-com-este-erro-antes-que-fique-muito-carro-1620079>
- Pereira, M. H. (2002). *A política portuguesa de emigração (1850-1930)*. Bauru: EDUSC.

- Pereira, S. (2010). Sistema público de comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios. Observatório do Direito à Comunicação. Retirado de www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=485
- Peruzzo, C. (1998). *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis: Vozes.
- Pessoa, F. (1979). *Sobre Portugal - Introdução ao Problema Nacional*. Lisboa: Ática.
- Pew Research Center (2016). News attitudes and practices in the digital era. Retirado de <http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer>
- Philippesen, M. (2007). As agências reguladoras como meio de ampliação da democracia na prestação dos serviços públicos. *Revista dos Estudantes de Direito da UnB*, 6. Retirado de <http://www.red.unb.br/index.php/redunb/article/view/2916/2520>
- Pina-Cabral, J. d. P. (2002). Agora podes saber o que é ser pobre: identificações e diferenciações no mundo da lusotopia. *Lusotopie*, 10, 215- 224.
- Pochman, M. (2014, 15 de maio). Desenvolvimento e Mudanças Sociais em Contexto de Crise (palestra). V Seminário Nacional de Sociologia e Política, Curitiba.
- Pontes, L. (2004, julho/dezembro). Mulheres brasileiras na mídia portuguesa. *Cadernos Pagu*, 23, 229-256. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n23/n23a08.pdf>
- Portela, P. (2011). *Rádio na Internet em Portugal: A abertura à participação num meio em mudança*. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus.
- Portela, P. (2014). *A Voz do Utilizador na Mediamorfose da Rádio: A Interactividade e os Consumos Radiofónicos do Início do Séc. XXI*. Tese de doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/35828/3/Pedro%20Jos%C3%A9%20Ermid%20Figueiredo%20Fernandes%20Portela.pdf>
- Prata, N. (2005). Charaudeau e o discurso radiofônico. In E. Meditsch & V. Zuculoto (Eds.), *Teorias do Rádio – Textos e contextos*, 1, (pp. 231-247), Florianópolis: Editora Insular.
- Prisco, J. & Hancock, C. (2015). Dance until you break: Exploring Mozambique's "Marrabenta". Retirado de <http://edition.cnn.com/2015/01/27/world/marrabenta-music-of-mozambique>
- Pronça, J. D.; Costa, P. V. d. & Montagner, P. (2009). *Desafios da Regulação*. Brasília: ENAP.
- Público. (2013, 23 de fevereiro). Brasil podia assumir liderança da cultura lusófona e levar "de carona" outros países. Retirado de <https://www.publico.pt/2013/02/23/culturaipsilon/noticia/brasil-podia-assumir-lideranca-da-cultura-lusofona-e-levar-de-carona-outros-paises-1585527>
- Quijano, A. (2012). "Bien vivir": entre el "desarrollo" y la des/colonialidad del poder. Retirado de http://www.vientosur.info/IMG/pdf/VS122_A_Quijano_Bienvivir-.pdf

- REINO UNIDO. (2002). Office of Communications Act 2002 – Office of Public Sector Information. Acedido em <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/11/contents>
- Reis, A. I. (2011). *O áudio no jornalismo radiofónico na Internet*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/19749>
- Reto, L. (2012). *Potencial Económico da Língua Portuguesa*. Lisboa: Texto Editora.
- Reto, L. A.; Machado, F. L. & Esperança, J. P. (2016). *Novo Atlas da Língua Portuguesa*. Lisboa: INCM – Imprensa Nacional Casa da Moeda
- Ribeiro, G. S. (2006). Perfil do imigrante português nos códigos de legitimação e apresentação de passaportes na polícia – Arquivo Nacional do Rio de Janeiro. In I. L. Martins & F. Sousa (Eds.) *Portugueses no Brasil: migrantes em dois atos*. Rio de Janeiro: Muiraquitã.
- Ribeiro, J. (2013, 21 de outubro). Adeus lusofonia. *Jornal de Angola*. Retirado de <http://www.angola24horas.com/index.php/opiniao1/item/230-adeus-lusofonia>
- Rieffel, R. (2003). *Sociologia dos Média*. Porto: Porto Editora.
- Robertson, R. (1992). *Globalização: teoria social e cultura global*. Petrópolis: Vozes.
- Rodero, E. (2010). See it on a Radio Story: Sound Effects and Shots to Evoked Imagery and Attention on Audio Fiction. *Communication Research*, 39, 458-479.
- Rodero, E. (2011). ¿Veo cuando oigo? Recursos sonoros para estimular la creación de imágenes mentales en el oyente. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*, pp.???
- Rodrigues, E. (2014, 13 de fevereiro). Lusofalante: aproximando falantes de uma língua comum através da rádio. *Global voices*. Retirado de <http://pt.globalvoicesonline.org/2014/02/13/lusofalante-aproximando-falantes-de-uma-lingua-comum-atraves-da-radio>
- Rodrigues, J. N. & Devezas, T. (2009) *Portugal: o pioneiro da globalização*. Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico.
- Rodrigues, M. & Lobo, I. (1996). *A morna na literatura tradicional: fonte para o estudo histórico-literário e a sua repercussão na sociedade*. Praia: ICLD.
- Romaine, S. (1994). *Language in Society. An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Rosário, L. (2007). Lusofonia: cultura ou ideologia? Retirado de <http://port.pravda.ru/cplp/mocambique/10-06-2007/17576-lusofonia-0>
- Ruak, T. M. (2001). A importância da língua portuguesa na resistência contra a ocupação indonésia. *Revista Camões*, 14. Retirado de <http://cvc.instituto-camoes.pt/conhecer/biblioteca-digital-camoes/revistas-e-periodicos/revista-camoes/revista-no14-timor-lorosae.html>
- RTP, Rádio e Televisão de Portugal. (2017). Relatório e Contas RTP – 2002-2015. Retirado de <http://media.rtp.pt/institucional/informacao/informacao-anual/>

- Salgado, P. (2015). Projeto Visto: ligando o Brasil a Portugal sem qualquer fronteira. [Entrevista concedida a Priscila Roque]. *Cultuga*. Retirado de <http://www.cultuga.com.br/2015/02/projeto-visto-ligando-brasil-a-portugal-sem-qualquer-fronteira/>
- Salim, I. C. (2008). Os meios de comunicação étnicos em Portugal: dinâmica organizacional dos media das comunidades de imigrantes. *Estudos OI*, 29. Retirado de http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/177157/OI_29.pdf/52441259-01b4-4813-8987-8501f26da20f
- Salim, I. C. (2015). Meios de Comunicação Étnicos em Portugal em entrevista à Rádio Afrolis [áudio]. *SoundCloud*. Retirado de <https://soundcloud.com/r-dio-afrolis>
- Samuel, N. T. (2012, 16 de maio). Angola não é um país lusófono (II). *Club-K, Notícias Imparciais de Angola*. Retirado de http://club-k.net/index.php?option=com_content&view=article&id=11154:angola-nao-e-um-pais-lusofono-ii-n-talapaxi-s&catid=17:opinio&Itemid=124
- Sandmann, M. (2003). As comemorações do tricentenário de Camões no Brasil. *Revista Letras*, 59, 197-205. Retirado de http://www.letras.ufpr.br/documentos/pdf_revistas/shadman59.pdf
- Santaella, L. (2011). *Percepção: fenomenologia, ecologia, semiótica*. São Paulo: Cengage.
- Santos, B. S. (1996). *Pela Mão de Alice - O Social e o Político na Pós-modernidade*. Porto: Afrontamento.
- Santos, B. S. (2002). Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 63, 237-280. doi: 10.4000/rccs.1285
- Santos, B. S. (2006). *A Gramática do Tempo: para uma Nova Cultura Política*. Porto: Edições Afrontamento.
- Santos, B. S. (2007). Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos estudos – CEBRAP*, 79, 74-91. doi: 10.1590/S0101-33002007000300004
- Santos, B. S. (2014a). Porquê as Epistemologias do Sul? [vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=svprXT8AjPw>
- Santos, B. S. (2014b, 1 de fevereiro). Palestra inaugural do XII Congresso Luso-Afro-Brasileiro | 1.º Congresso da Associação Internacional de Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Santos, R. (2005). Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade. *Comunicação e Sociedade*, 7, 137-152. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1214/1157>
- Santos, S. C. (2012). *Serviço Público de Radiodifusão em Portugal: do controlo ideológico ao fim da representatividade social*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10316/20291>
- Santos, S. C. (2013). *Os Media de Serviço Público*. Covilhã: Livros Labcom. Retirado de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/99>

- Sarró, R. (2008). ¿Qué es un lugar? Reflexiones antropológicas sobre lo cercano y lo remoto. In R. Cabecinhas & L. Cunha (Eds.). *Comunicação Intercultural: Perspectivas, Dilemas e Desafios* (pp. 135-146). Porto: Campo das Letras.
- Sauvy, A. (1952, 14 de agosto). Trois Mondes, Une Planète. *L'Observateur*, 118, 14. Retirado de <http://www.homme-moderne.org/societe/demo/sauvy/3mondes.html>
- Secom, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República do Brasil. (2016). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: Hábitos De Consumo De Mídia Pela População Brasileira*. Retirado de <http://www.pesquisademidia.gov.br/#/Rádio>
- SEF, Serviço de Estrangeiros e Fronteiras da República Portuguesa. (2013). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, ano de 2012*. Retirado de <https://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa%202012.pdf>
- Serrão, J. (1977). *A Emigração Portuguesa*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Sierra, F. (2011) Consumo cultural y poder mediático. In L. Albornoz (Ed.). *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Silva, A. S. & Ribeiro, M. J. (2013). Serviço público de comunicação social como recurso da política cultural – A experiência portuguesa, 2002-2012. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1(1), 183-205. Retirado de <http://www.rlec.pt/index.php/rlec/article/view/15/14>
- Silva, C. (2015). *O Fado como instrumento de apoio à internacionalização portuguesa*. Dissertação de mestrado, Instituto Superior de Gestão, Lisboa, Portugal.
- Silva, E. C. (2012). *Pluralismo e diversidade nos média em Portugal – A blogosfera política em rede*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24540>
- Silva, S. P. d. (2010). *Rádio Comunitária. Os desafios do ambiente educativo da rádio Heliópolis FM*. Dissertação de mestrado, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, Brasil.
- Simis, A. (2010). Conselho de Comunicação Social: Uma válvula para o diálogo ou para o silêncio?. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 25(72), 59-71. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v25n72/v25n72a05.pdf>
- Skuse, A. (2011). Radio Sound and Social Realism: in the terrain of drama for development production. *The International Communication Gazette*, 73(7), 595-609.
- Soares, A.A. (2014, 13 de junho). António Sartini: “A língua portuguesa está vivendo um momento muito interessante”. *Público*. Retirado de <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/antonio-sartini-1639608>
- Soares, M. (2003, janeiro/junho). Eduardo Lourenço e as Labirínticas Relações Brasil-Portugal. *Revista Letras*, 59, 215-223.
- Sodré, M. (1991). *O Brasil simulado e o real*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora.

- Sousa, F. d.; Matos, I. L. & Matos, I. (Eds.) (2009). *Nas Duas Margens. Os Portugueses No Brasil*. Porto: Edições Afrontamento.
- Sousa, H. (2006a). Comunicação e Lusofonia: do lugar acritico ao lugar da procura. In M. L. Martins, H. Sousa & R. Cabecinhas (Eds.), *Comunicação e Lusofonia: para uma abordagem crítica da cultura e dos media* (pp. 9-14). Porto: Campo das Letras.
- Sousa, H. (2006b). A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP. In M. L. Martins, H. Sousa & R. Cabecinhas (Eds.), *Comunicação e lusofonia* (pp. 165-183). Porto: Campo das Letras. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2119/2038
- Sousa, V. (2013). O difícil percurso da lusofonia pelos trilhos da “portugalidade”. *Configurações*, 89-104.
- Stone, P. J. (1978). A análise de conteúdo da mensagem. In G. Cohn (Ed.), *Comunicação e indústria cultural – leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade* (pp. 287-295). São Paulo: Cia Editora Nacional.
- Tapscott, D. & Williams, A. (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Penguin.
- Tavares, E. (1932). *Mornas - Cantigas Crioulas*. Lisboa: J. Rodrigues & Ca.
- Tagg, P. (2003, dezembro). Analisando a música popular: teoria, método e prática. *Em Pauta*, 14(23), 5-42.
- Tagg, P. (1979). Popular music and affect. In *Kojak - 50 Seconds of Television Music: Toward the Analysis of Affect in Popular Music* (pp. 15-24). Uppsala: Musikvetenskapliga Institutionen.
- Taylor, T. (1997). *Global Pop: World Music, World Markets*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Teleco, Inteligência em Telecomunicações. (2016, 22 de dezembro). Seção: Rádio e TV. Estatísticas de Rádio e TV [Post em blogue]. Retirado de <http://www.teleco.com.br/nrtv.asp>
- Timothy, T. (1997). *Global Pop: World Music, World Markets*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Tinhorão, J. R. (1994). *Fado, dança do Brasil, cantar de Lisboa: o fim de um mito*. Lisboa: Caminho.
- Thompson, J. B. (1995). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Toffler, A. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. Nova Iorque: Bantam.
- Torres, E. C. (2016, 20 de julho). A RTP não tem uma elite com coragem para fazer diferente. *O Observador*. Retirado de <http://observador.pt/especiais/a-rtp-nao-tem-uma-elite-com-coragem-para-fazer-diferente>
- Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.

- Trappel, J. & Maniglio, T. (2008). *Media and Democracy*. Department of Media and Communication, Londres, Reino Unido.
- Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (1980). *Many Voices, One World*. Londres, Nova Iorque, Paris: Kogan Page, Unipub, Unesco. Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
- Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (2001). *Public Broadcasting: Why? How?*. Montréal: Conseil Mondial de la RadioTelevision (CMRTV). Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf>
- Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (2016). World Radio Day 2016. Retirado de <http://www.diamundialradio.org/2016/home>
- Uricchio, W. (2004). Beyond the great divide: collaborative networks and the challenge to dominant conceptions of creative industries. *International Journal of Cultural Studies* 7(1), 79-90. doi: 10.1177/1367877904040607
- Valdés, G. (2005). Bilingualism, Heritage Language Learners, and SLA Research: Opportunities Lost or Seized? *The Modern Language Journal*, 89(3), 410-426. doi:10.1111/j.1540-4781.2005.00314.x
- Valente, H. (Ed.) (2008). *Canção d'além mar - o fado e a cidade de Santos*. São Paulo: Realejo.
- Valente, H. & Nunes, M. (2011). Trago o Fado nos sentidos: Canção, memória portuguesa na rádio paulista. *Logos* 35: *Mediações sonoras*, 18(2) Retirado de http://www.logos.uerj.br/PDFS/35/06_logos35_valente_fado.pdf
- Vasconcelos, J. (2001). Estéticas e políticas do folclore. *Análise Social*, 36(158/159), 399-433. Retirado de <http://www.jstor.org/stable/41011510>
- Vega, C. (1997, julho). Mesomúsica: un ensayo sobre la música de todos. *Revista musical chilena*, 51 (188), 75-96. doi: 10.4067/S0716-27901997018800004
- Veloso, C. (1984). *Língua*. In Vêlo [CD]. Rio de Janeiro, Philips Records.
- Wiley, T. G. (2001). On defining heritage languages and their speakers. In j. K. Peyton, D. A. Ranard & X. McGinnis (Eds.), *Heritage languages in America: Preserving a national resource* (pp. 29-36). Washington, DC & McHenry, IL: Center for Applied Linguistics & Delta Systems.
- Winocur, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos: La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Xavier, L. G. (2008). Sobre a polifonia cultural de língua portuguesa. *E-Cadernos CES*, 2. doi: 10.4000/eces.1296
- Zuculoto, V. (2008). As grandes fases do rádio público brasileiro: em busca de uma periodização para pesquisas históricas deste segmento da radiofonia nacional. *Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Natal, Brasil, 2 a 6 de setembro de 2008.

Zuculoto, V. (2012). *A programação de rádios públicas brasileiras*. Florianópolis: Editora Insular.

Zuculoto, V. (2015). O rádio público no Brasil: resgate histórico e transformações contemporâneas das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 65-82). Braga: CECS. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2145/2063

Referências jurídicas

Angola

Lei nº 7/2006 de 15 de maio de 2006. Lei de Imprensa. Governo de Angola.

Brasil

Constituição da República Federativa do Brasil. República Federativa do Brasil

Emenda constitucional nº 8/1995, de 15 de agosto. República Federativa do Brasil

Lei nº 4.117/1962, de 27 de agosto de 1962. Institui o código brasileiro de telecomunicações. República Federativa do Brasil

Lei nº 5.070/1966, de 7 de julho de 1966. Cria o Fundo de Fiscalização das Telecomunicações e dá outras providências República Federativa do Brasil

Lei nº 7.783/1989 de 28 de junho de 1989. Dispõe sobre o exercício do direito de greve, define as atividades essenciais, regula o atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade, e dá outras providências. República Federativa do Brasil

Lei nº. 9472/1997 de 16 de julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. República Federativa do Brasil

Lei nº 11.652/2008, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. República Federativa do Brasil

Lei nº 12.024/2009, de 27 de agosto de 2009. Dá nova redação aos arts. 4o, 5o e 8o da Lei no 10.931, de 2 de agosto de 2004, que tratam de patrimônio de afetação de incorporações imobiliárias; dispõe sobre o tratamento tributário a ser dado às receitas mensais auferidas pelas empresas construtoras nos contratos de construção de moradias firmados dentro do Programa Minha Casa, Minha Vida - PMCMV, atribui à Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL as atribuições de apurar, constituir, fiscalizar e arrecadar a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública; altera as Leis nos 11.196, de 21 de novembro de 2005, 11.652, de 7 de abril de 2008, 10.833, de 29 de

dezembro de 2003, 9.826, de 23 de agosto de 1999, 6.099, de 12 de setembro de 1974, 11.079, de 30 de dezembro de 2004, 8.668, de 25 de junho de 1993, 8.745, de 9 de dezembro de 1993, 10.865, de 30 de abril de 2004, 8.989, de 24 de fevereiro de 1995, e 11.941, de 27 de maio de 2009; e dá outras providências. República Federativa do Brasil

Portaria nº 112/2013, de 22 de abril de 2013. República Federativa do Brasil.

Portugal

CCSPRT, Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e TV. (1999).

CCSPRT, Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e TV. (2015).

Despacho nº 10254/2011 Constituição de um grupo de trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social. República Portuguesa

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Regulamento nº 495/2008 de 5 de setembro – Quotas de música portuguesa – Regime de exceção

Lei Constitucional nº 1/2005, de 12 de agosto, República Portuguesa.

Lei nº 43/1998 de 6 de agosto de 1998. Lei da Alta Autoridade para a Comunicação Social. República Portuguesa

Lei nº 53/2005 de 8 de novembro de 2005. Cria a ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação) extinguindo a Alta Autoridade para a Comunicação Social. República Portuguesa

Lei nº 8/2007 de 14 de fevereiro de 2007. Aprova a lei que procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão. República Portuguesa

Lei nº 54/2010 de 24 de dezembro de 2010. Lei da Rádio. República Portuguesa

Lei nº 39/2014, de 9 de julho de 2014. Aprova a segunda alteração à Lei nº 8/2007, de 14 de fevereiro, que procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão, bem como os novos estatutos da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.. República Portuguesa

Lei nº 40/2014 de 9 de julho de 2014. Procede à segunda alteração à Lei nº 27/2007, de 30 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido) República Portuguesa

Lei nº 78/2015 de 29 de julho de 2015. Regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e altera a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão e a Lei da Rádio. República Portuguesa

Lei nº 7/2016 de 30 de março de 2016. Orçamento do Estado para 2016. República Portuguesa

Projeto de Contrato de Concessão da RTP. (2013). Retirado de http://www.portugal.gov.pt/media/1216862/projeto_de_contrato_de_concess_o_da_rtp.pdf

Entrevistas pessoais

Adelino Gomes, 1 de agosto de 2016

Adriana Braga, 30 de junho de 2014

Adriana Cambaúva, 28 de junho e 7 de dezembro de 2014

Alberto Arons de Carvalho, 12 de julho de 2016

Álvaro Aguiar, 30 de abril de 2015

Antônio Adami, 18 de abril de 2013

Antônio Santos (grupo focal exploratório – Central do Ouvinte da EBC), 24 de março de 2014

Baptista Lemos, 30 de abril de 2015

Bruna Alves (grupo focal exploratório – Central do Ouvinte da EBC), 24 de março de 2014

Carlos Chaparro, 29 de novembro de 2014

Carlos Senna, 5 de dezembro de 2014 (entrevista telefônica)

Carlos Sequeira, 25 de fevereiro de 2016

Deolinda Adão, 20 de março de 2015

Edgar Canelas, 7 de dezembro de 2016

Eduardo Weber, 30 de junho de 2014

Fernando Oliveira Paulino, 25 de março de 2014

Fonseca Soares, 25 de fevereiro de 2016

Francisco Paes Barros, 11 de novembro de 2014

Gaby Hertha (grupo focal exploratório – Central do Ouvinte da EBC), 24 de março de 2014

Gil Noro, 25 de fevereiro de 2016

Heloísa Valente, 1 de dezembro de 2014

Isabel Botelho, 30 de junho e 21 de novembro de 2014

João Barreiros, 27 de fevereiro de 2017

João Govern, 4 de agosto de 2016

Jussara Mendonça, 23 de março de 2014 e 30 de agosto de 2014

Laurindo Leal Filho, 18 de fevereiro de 2014

Leão Lopes, 15 de abril de 2015

Luciano Maluly, 6 de maio de 2014
Márcia Brasil, 30 de abril de 2015
Marco Ribeiro, 19 de janeiro de 2017
Mariana Martins de Carvalho, 26 de novembro de 2013
Mário Sartorello, 28 de agosto de 2014
Martins de Araújo, 28 de junho e 7 de dezembro de 2014
Moacyr Rodrigues, 27 de julho de 2016 (entrevista por correio eletrónico)
Mónica Mendes, 27 de agosto de 2014 (entrevista por correio eletrónico)
Nelia Del Bianco, 26 de março de 2014
Nereide Beirão, 27 de março de 2014
Nuno Sardinha, 15 de julho de 2016
Ricardo Soares, 31 de outubro de 2016
Rui Pêgo, 14 de junho de 2016
Santos Nascimento, 26 de fevereiro de 2016
Sara Pereira, 19 de abril de 2016
Sueli Silva (grupo focal exploratório – Central do Ouvinte da EBC), 24 de março de 2014
Tony Mendonza, 8 de junho de 2015
Zenildo Ribeiro, 9 de maio de 2014

Sítios

<http://donosdamidia.com.br>
<http://meiosepublicidade.pt>
<http://radios.ebc.com.br/nacionalfmbrasil>
<http://www.anacom.pt>
<http://www.brasil.gov.br>
<http://www.capital1040.com/programas/programa.php?p=31>
<http://www.erc.pt>
<http://www.fndc.org.br>
<http://www.gmcs.pt>
<http://www.jornalbriefing.iol.pt>

<http://www.marktest.com>

<http://www.metropolitana1090.com.br>

<http://midianinja.org>

<http://observatorioemigracao.pt>

<http://www.portugal.gov.pt>

<http://www.presidencia.pt>

<http://radios.ebc.com.br/acervo-origens>

<http://www.rtp.pt>

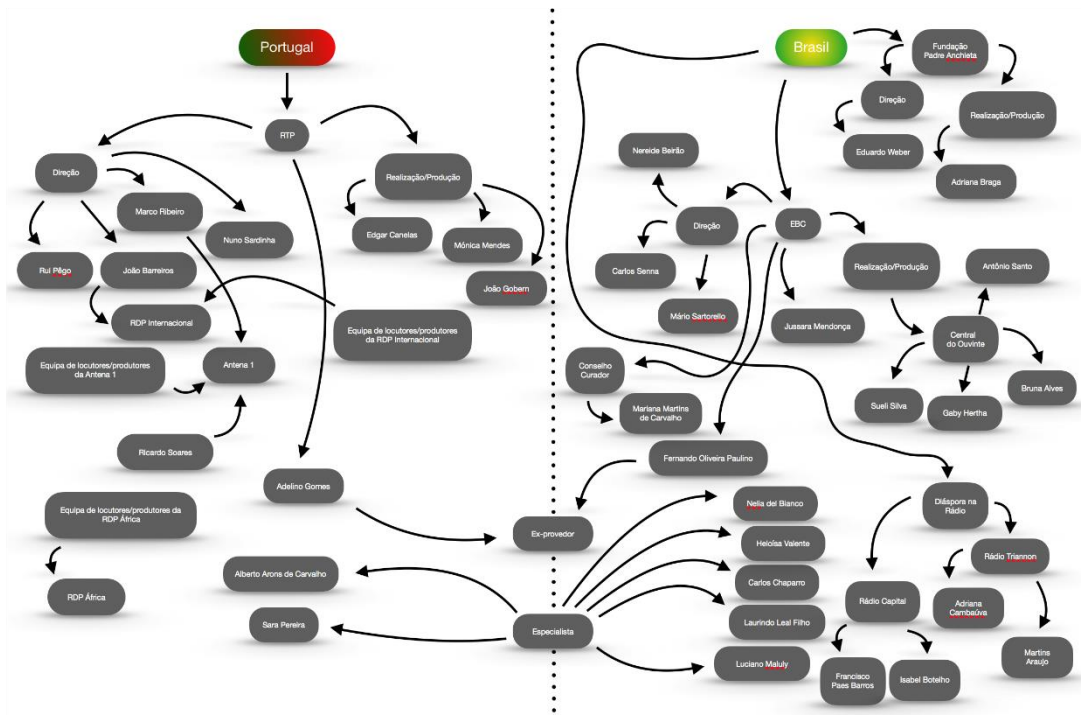
<https://www.rtp.pt/play>

<https://www.rtp.pt/play/p1420/o-mundo-aqui>

<https://www.rtp.pt/play/p276/vozes-de-lusofonia>

Apêndices

Apêndice 1 – Relação dos entrevistados com o objeto de estudo



Apêndice 2 – Breves notas biográficas dos principais entrevistados

Adelino Gomes

Jornalista e antigo Provedor do Ouvinte da RDP entre 2008 e 2010. Destacou-se no jornalismo na cobertura da Revolução dos Cravos. Foi um dos fundadores do jornal *Público*, em 1989. Foi docente na Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, na Escola Superior de Jornalismo do Porto, na Universidade Autónoma de Lisboa e no CENJOR - Centro de Formação Protocolar para Jornalistas. Doutorou-se em Sociologia em 2011 pelo ISCTE com uma tese intitulada “O telejornal e o zapping na era da Internet. Estudo do comportamento de editores e telespectadores nos jornais televisivos das 20 horas da RTP1, SIC e TVI (2006-2010)”.

Adriana Braga

Produtora na Rádio Cultura FM (São Paulo) desde 2000. Responsável pelo programa *Brasilis*, um programa de música instrumental brasileira.

Adriana Cambaúva

Produtora e copresentadora do programa *Heróis do Mar*, na Rádio Trianon. Casada com o radialista luso-descendente Martins de Araújo, com ele partilha a condução deste programa cujo público-alvo é a diáspora portuguesa. Não sendo radialista de profissão, dedica-se há nove anos à produção deste programa por influência do marido.

Alberto Arons de Carvalho

Professor universitário na Universidade Nova de Lisboa e membro do Conselho Regulador e Vice-Presidente da ERC desde 9 de novembro de 2011. Entre 1995 e 2002 foi Secretário de Estado da Comunicação Social, nos XIII e XIV Governos Constitucionais. Tem obras publicadas na área do Direito para a Comunicação Social, nomeadamente: “Da Liberdade de Imprensa” (em coautoria com António Monteiro Cardoso, datado de 1971), “A Censura e as Leis de Imprensa” (1973) e “A Liberdade de Informação e o Conselho de Imprensa” (1985).

Carlos Chaparro

Jornalista e professor universitário. Com 57 anos de carreira no jornalismo, o professor português vive no Brasil desde 1961. É doutor em Ciências da Comunicação e professor de Jornalismo na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Foi galardoado por quatro vezes com o Prémio Esso de Jornalismo.

Carlos Senna

Coordenador técnico da Rádio Nacional FM da EBC. Responsável pela gestão de recursos humanos afetos à programação da estação e pela delimitação da sua grelha de programação. Coordena o programa *Tanto Mar*, além dos restantes programas musicais da EBC.

Central do Ouvinte da EBC

A Central do Ouvinte é responsável por receber os contatos dos ouvintes da Rádio Nacional da Amazônia, Rádio Nacional de Brasília e Rádio Nacional FM Brasília, fazendo a ponte entre o público e os apresentadores e produtores de programas. Esta equipa recebe contatos via telefone, e-mail, SMS, carta, *WhatsApp* e organiza as participações dos ouvintes nos programas. Antônio Santos, Bruna Alves, Gaby Hertha e Sueli Silva são os elementos que compõem a Central do Ouvinte da EBC.

Edgar Canelas

Realizador na Antena 1 desde 1989. Licenciado em Engenharia pela Universidade de Coimbra, é autor, produtor e apresentador do programa *Vozes da Lusofonia* desde 2007.

Eduardo Weber

Radialista desde 1980, é coordenador de produção de rádio da Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e TV Educativas. É também professor adjunto da Fundação Armando Álvares Penteado. Dois programas de sua autoria foram premiados pela APCA - Associação Paulista dos Críticos de Artes: o *Programa do Estudante* (2005) e *Solano Ribeiro e a Nova Música Do Brasil* (2006).

Fernando Oliveira Paulino

Professor universitário e diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) desde 2016. Investigador do Laboratório de Políticas de Comunicação e Diretor de Relações Internacionais da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC) entre 2014 e 2016. Foi Provedor do Ouvinte da EBC entre 2008 e 2009.

Francisco Paes Barros

Diretor geral da Rádio Capital AM em São Paulo. Foi diretor comercial da Rádio Record em 1970 e exerceu funções de direção nas rádios Globo, América e 9 de Julho.

Heloísa Valente

Investigadora na Universidade Paulista (Unip) na área da música e média. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC) e pela École de Hautes Études en Sciences Sociales de Paris. Coordena o Grupo de Estudos sobre Música e Média da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música.

Isabel Botelho

Luso-descendente, autora e apresentadora do programa de rádio *Portugal, a Saudade e Você* na rádio Capital e proprietária da agência de turismo Vila Real, em São Paulo. Apesar de apresentar este programa há mais de 30 anos, nunca

João Barreiros

Atual diretor adjunto da RDP Internacional e realizador do programa *Contraditório* na Antena 1. Entre 2004 e 2012 foi diretor de informação da Antena 1.

João Govern

Jornalista, crítico de música e comentador desportivo português. Foi diretor do jornal *Se7e* entre 1991 e 1994, editor da revista *Visão* entre 1995 e 1999, ano em que integrou a equipa fundadora da revista *Focus*, e em 2001 tornou-se diretor da revista *TV Guia*. Em 2004 dirige a revista *Sábado*. Atualmente, é coapresentador do programa semanal de cultura *Hotel Babilónia* na Antena 1, com Pedro Rolo Duarte, e colabora também com a RTP Informação.

Jussara Mendonça

Produtora e apresentadora do programa sobre cultura lusófona *Tanto Mar*, além dos programas *Almas Blues* (sobre jazz e blues) e *Nossa América* (géneros musicais oriundos de países do continente ame). Radialista há mais de 20 anos, transitou da equipa da Radiobrás aquando da sua aquisição por parte do Governo brasileiro, para fundação da EBC.

Laurindo Leal Filho

Jornalista e professor aposentado da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Apresentador do programa *VerTV* exibido pela TV Brasil e pela TV Câmara e colunista da *Revista do Brasil* e do site *Carta Maior*. Foi Secretário do Desporto, Lazer e Recreação da Câmara Municipal de São Paulo e Provedor da EBC entre 2009 e 2011.

Luciano Maluly

Professor Associado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Leciona disciplinas nas áreas do Jornalismo, Fotojornalismo e Rádio. Coordenou, entre 2008 e 2010, o projeto “A radioreportagem – o universo sonoro do Brasil”, financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

Marco Ribeiro

Coordenador musical da Antena 1, responsável pela programação musical e pela elaboração da *playlist* da estação.

Mariana Martins de Carvalho

Doutora em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB), com estudos na área de políticas de comunicação e cultura e ênfase na comunicação pública. Pesquisadora do Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB e gestora em Comunicação Pública da EBC.

Mário Sartorello

Foi membro do Conselho Consultivo da Rádio Digital da EBC entre 2011 e 2014 e diretor da Rádio Nacional da Amazônia de 2014 a 2016. Atualmente é produtor musical na EBC e realizador do programa *Deguste Cultura* na Rádio Cultura em Brasília.

Martins de Araújo

Produtor e coapresentador do programa *Heróis do Mar*, na Rádio Trianon, com a sua mulher Adriana Cambaúva. Luso-descendente, dedica-se há mais de 50 anos a realizador programas de rádio para a diáspora portuguesa.

Mónica Mendes

Ex-colaboradora da Antena 3, onde realizou durante 20 anos programas de rádio de cariz musical. Foi também voz de estação da Antena 1. Saiu da RTP em 2015, em desacordo com a direção de programação.

Nelia Del Bianco

Jornalista, professora na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e investigadora do Laboratório de Políticas de Comunicação da UnB. Em 2009 recebeu o Prémio Luiz Beltrão na categoria Liderança Emergente. Foi vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação entre 2008 e 2011 e diretora de documentação da instituição entre 2011 e 2014.

Nereide Beirão

Jornalista e atual diretora de informação da EBC. Trabalhou em órgãos públicos e empresas jornalísticas regionais e nacionais, onde exerceu funções como as de diretora de jornalismo da Rede Globo Minas e chefe de redação da Rede Globo Brasília e da Rede Manchete. Foi professora da Faculdade de Jornalismo da Estácio de Sá, assessora-chefe de comunicação da Câmara Municipal de Belo Horizonte e diretora de Divulgação e Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais.

Nuno Sardinha

Licenciado em Comunicação Social pelo ISCSP, é coordenador de programas da RDP África desde a sua fundação, em 1996.

Ricardo Soares

Radialista e atual diretor-adjunto de programas da Antena 1. Foi programador da *playlist* da Antena 1 entre outubro de 2006 e janeiro de 2010.

Rui Pêgo

Atual diretor de programas da Antena 1, Antena 2, RDP África e RDP Internacional. Começou a trabalhar em Luanda na Rádio Eclésia e em 1977 chega à Rádio Renascença. Em 1987 foi um dos fundadores do Correio da Manhã Rádio, que dirige até 1993. Entre 1993 e 1997 dirige a Rádio Nostalgia e a Rádio Comercial. Entre 1997 e 2002 a Rádio Paris Lisboa. Entre 2003 e 2005 exerce funções como diretor de programas da Rádio Renascença e a partir de 2005 muda-se para a RTP, até aos dias de hoje.

Sara Pereira

Diretora do Museu do Fado desde 1999 e doutora em Arte, Património e Restauro pela Universidade de Lisboa. Foi uma das principais mentoras da candidatura do fado a Património Imaterial da UNESCO em 2011.

Apêndice 3 – Guião para a realização de entrevistas semiestruturadas

Nota: tendo em conta a diversidade dos atores sociais entrevistados, nem todos foram alvo da totalidade das questões sintetizadas neste guião. A seguinte grelha resume as questões principais abordadas nas entrevistas realizadas.

Eixos	Temáticas	Questões
Serviço Público de Rádio	Modelo de SPR	Quais os pressupostos fundamentais do SP? Quais os modelos de implementação do SPR? Quais as diretrizes estratégicas para a sua configuração?
	Legislação e regulação	Que leis configuram o SPR? Qual a entidade de regulação dos média e como atua?
	Lusofonia enquanto conteúdo estratégico no SP	De que forma está a Lusofonia contemplada na estratégia da rádio pública? Quais os programas de rádio que contemplam a cultura lusófona?
	Debate atual sobre SPR	Quais os temas mais discutidos presentemente no âmbito da execução do SPR?
Espaço lusófono na rádio pública	A Lusofonia na programação musical	Qual a percentagem de música lusófona na <i>playlist</i> da RTP? Quais os programas de rádio cuja temática principal é a música lusófona?
	Programas de rádio sobre cultura lusófona	Qual dos países lusófonos apresenta o maior nível de presença no programa? De que forma é que este programa representa a cultura lusófona de uma forma geral e a cultura portuguesa em particular?
	Relação Portugal-Brasil	De que forma está Portugal presente na cultura brasileira? Quais os estereótipos mais associados a portugueses/brasileiros?
Presença da diáspora na rádio	Programas de rádio produzidos pela diáspora	Quais os objetivos do programa? Qual o interesse estratégico de ter um programa sobre Portugal? Quais os critérios de seleção musical e de conteúdos para o programa? Quais as principais fontes consultadas na pré-produção e produção do programa? É importante estabelecer uma relação de proximidade com os ouvintes?
	Descolonização do pensamento pela rádio	Poderá a rádio contribuir para um pensamento descolonizado sobre a Lusofonia? Será a abordagem dos programas que versam a cultura lusófona baseada em fenómenos de reocidentalização ou desocidentalização?
Perspetivas de futuro	Futuro do SP	O que poderá vir a ser alterado no modelo de SP num futuro próximo?
	Futuro do meio rádio	Quais os desafios de convergência digital que o meio rádio terá de enfrentar a médio e longo prazo?

Apêndice 4 – Guião para inquérito *online* sobre a presença da Lusofonia na rádio pública portuguesa

Destinatários: Elementos da equipa de programação da Antena 1 (31), da RDP África (22) e da RDP Internacional (13)

Título: A Lusofonia na Rádio Pública

Nota introdutória: O presente inquérito procura conhecer o peso e a importância da Lusofonia na programação da rádio pública, bem como conhecer as avaliações e perceções dos profissionais da Antena 1, RDP África e RDP Internacional relativas ao lugar estratégico (ou não) da cultura lusófona. Trata-se de um breve questionário cujos resultados serão usados apenas para fins académicos, sendo que todas as respostas serão anónimas.

Registo de dados pessoais:

- Sexo
- Idade
- Nacionalidade
- Categoria profissional/função
- Programa(s) em que exerce funções

Questões:

1. Em que âmbito(s) âmbito(s) temático(s) se enquadra(m) ao(s) programa(s) de rádio em que trabalha direta ou indiretamente?

(Esta pergunta permite resposta múltipla)

Música

Jornalismo

Política

Cultura

Educação

História

Outro: _____

2. Qual a frequência de conteúdos (podem ser conteúdos jornalísticos, de entretenimento, musicais ou convidados para segmentos de entrevista) provenientes dos seguintes países no(s) programa(s) de rádio em que trabalha mais diretamente?

PORTUGAL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

BRASIL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

ANGOLA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

MOÇAMBIQUE

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

GUINÉ-BISSAU

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

CABO VERDE

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada frequente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito frequente

SÃO-TOMÉ

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

Nada frequente Muito frequente

TIMOR-LOROSAE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada frequente Muito frequente

MACAU

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada frequente Muito frequente

OUTRO(S): QUAL/QUAIS? _____

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada frequente Muito frequente

3. Na sua opinião, qual a relevância estratégica que a Lusofonia tem na programação da rádio pública?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada relevante Muito relevante

4. Na sua opinião, em que domínio(s) se fala mais de Lusofonia na programação da rádio pública? (classificar os domínios de acordo com 1º, 2º e 3º lugares)

Política

Economia

Desporto

Cultura

Música

História

Outro: _____

5. Na sua opinião, quais os programas de rádio que, na RDP, mais atenção dedicam aos países da Lusofonia? (numa perspetiva mais quantitativa)

6. Na sua opinião, quais os programas de rádio que, na RDP, melhor representam a Lusofonia? (numa perspetiva mais qualitativa)

7. No caso de trabalhar diretamente com conteúdos provenientes da Lusofonia, a que fontes recorre para obtenção de informação?

8. Para terminar, como definiria (em breves palavras) o conceito de Lusofonia?

Apêndice 5 – Grelha de análise do programa de rádio *Tanto Mar* (EBC)

Tabela 1: notas de observação crítica sobre o programa *Tanto Mar* de janeiro de 2014 a junho de 2017

Data	Artista(s) principal(ais)	Álbum versado	País(es) versado(s) <small>200</small>	Outros artistas presentes	Notas descritivas ²⁰¹
2014					
05/01	Rui Veloso	"Rui Veloso & Amigos"	Portugal Cabo Verde	Jorge Palma Camané Tito Paris Dany Silva	Rui Veloso interpreta canções ao lado de convidados ilustres e apresenta um disco recheado de estrelas portuguesas.
12/01	Carmen Souza	"Protegid"	Cabo Verde	n/a	A compositora e cantora de descendência cabo-verdiana, Carmen Souza, interpretando temas do seu terceiro álbum.
19/01	Ary dos Santos	Vários	Portugal	Fernando Tordo Paulo de Carvalho Nuno Nazareth Fernandes	No programa assinalam-se os trinta anos do falecimento do poeta Ary dos Santos, através das suas parcerias.
26/01	Madredeus Mariza Dulce Pontes Nicole Borger	Vários	Portugal Brasil	Orquestra de Ennio Morricone; orquestra de Jaques Morelenbaum	Referência aos artistas presentes no programa, com destaque para Madredeus, Mariza, Dulce Pontes com a orquestra de Ennio Morricone; canções destacadas: poema musicado de Florbela Espanca por Nicole Borger (Brasil), "Chuva" de Mariza com a orquestra de Jaques Morelenbaum (Brasil).
02/02	JP Simões	"Roma"	Portugal Brasil	Francis Hime Chico Buarque	O compositor e cantor português JP Simões interpretando canções de sua autoria e uma versão de "Valsa

²⁰⁰ A negrito encontra-se o país a que corresponde a nacionalidade do artista principal versado em cada uma das edições do *Tanto Mar*. Quando um mesmo programa apresenta artistas de várias nacionalidades de forma equitativa, isto é, sem ser conferido um destaque particular a nenhum deles, abstemo-nos de colocar essa indicação a negrito, entrando esses países na contabilização de país secundário/complementar.

²⁰¹ Tópicos baseados na descrição da secção "Sobre" no sítio da EBC e nas nossas notas pessoais aquando da escuta dos próprios programas.

					Rancho" de Francis Hime e Chico Buarque de Holanda.
09/02	Lorico Timor Mário Lúcio Maria Tereza Cleiton Cladir Cristina Branco Rodrigo Leão Real Companhia Waldemar Bastos Rui Veloso Joel Xavier Ildo Lobo Joel Xavier	Vários	Cabo Verde Portugal Angola Bélgica	Toots Thielemans Real Companhia	Nome do artista e disco; contextualização histórica; dados biográficos; referências ao responsável pelos arranjos da canção ("musica tradicional portuguesa e rearranjos de música do mundo"); menção ao atual ministro da cultura de Cabo-Verde (Mário Lúcio); canção instrumental sem referência no final do programa para completar o topo de hora.
16/02	Kim Alves	"Dança das Ilhas"	Cabo Verde	n/a	De Cabo Verde o multi-instrumentista Kim Alves e seu disco de estreia, em que toca violão, cavaquinho, violino, contrabaixo, flauta e percussão, além de ser responsável pelos arranjos das suas composições.
23/02	Stewart Sukuma	"Nkhuvu"	Moçambique e Brasil Angola África do Sul	Lokua Kanza Artur Maia Thiago Espirito Santo Bonga Jimmy Dlundu	Tanto Mar traz de Moçambique Stewart Sukuma, que interpreta canções do disco "Nkhuvu" com participações especiais.
02/03	Césaria Évora Tabanka Djaz	Especial música de Carnaval	Cabo Verde Guiné-Bissau Angola	n/a	Referências à celebração do Carnaval africano.
09/03	Amália Rodrigues, Maria João, Marisa, Né Ladeiras, Manuela Azevedo, Amélia Muge, Filipa Pais, Marisa Pinto, Celina Pereira, Maria Alice	Especial Dia Internacional da Mulher	Portugal Cabo Verde	n/a	Contextualização histórica do Dia da Mulher; dados biográficos sobre as artistas eleitas.
16/03	Deolinda	"Mundo Pequenino"	Portugal	n/a	Tanto Mar apresenta o novo disco do quarteto português Deolinda. 14 canções de autoria de Pedro da Silva Martins e interpretadas pela cantora Ana Bacalhau.

30/03	Artistas portugueses cantam autores brasileiros	Vários	Portugal Brasil	José Peixoto Fernando Júdice Manuela Azevedo (Pixinguinha) Eugenia Mello e Castro (Chico Buarque) Kátia Guerreiro (Vinicius de Moraes)	Os portugueses José Peixoto, Fernando Júdice e Manuela Azevedo interpretam Pixinguinha; Eugenia Mello e Castro cantando Chico Buarque; e Kátia Guerreiro interpretando Vinicius de Moraes, em particular a canção "Saudades do Brasil em Portugal".
06/04	Cesária Évora Luis Morais Gregório Gonçalves Arminda Sousa	Especial coladeiras de Cabo Verde	Cabo Verde	n/a	Tanto Mar traz 'coladeras' de Cabo Verde. A coladeira é um gênero musical e de dança de salão de Cabo Verde.
13/04	Yami	"Aloelela"	Angola	n/a	O angolano Yami interpreta canções do álbum "Aloelela" do compositor, baixista, violonista e cantor angolano, Yami.
20/04	Camané Bernardo Sassetti Silence 4 Ornatos Violeta Madredeus Rodrigo Leão	Especial artistas portugueses	Portugal	n/a	Nota de abertura sobre o facto de este programa se tratar da reposição de uma edição passada
27/04	Amália Rodrigues Fernando Tordo Brigada Victor Jara, Luiz Goes José Afonso Vieira da Silva Paco Bandeira Fernando Alvim Ermelinda Duarte Vitorino	"Aromas de abril"	Portugal	Carlos Paredes Jorge Palma	Especial dedicado ao 25 de abril. Nota de abertura sobre o facto de este programa se tratar da reposição de uma edição passada; referência aos anos de edição das canções; menção ao "Poema do homem só" de António Gedeão; menção à orquestração de Jorge Palma.
11/05	Pedro Abrunhosa	"Contramão"	Portugal	n/a	O compositor, pianista e cantor português, Pedro Abrunhosa interpretando canções do disco "Contramão", lançado em dezembro de 2013.
25/05	Bonga Eneida Marta	n/a	Cabo Verde Moçambique Angola Guiné-Bissau	n/a	Edição especial de celebração do Dia da África, comemorado neste dia. Referência a performances antológicas dos africanos Bonga, Eneida, entre outros.

01/06	Ricardo Parreira	"Cancionário"	Portugal	Celeste Rodrigues	A guitarra portuguesa de Ricardo Parreira Ricardo Parreira apresenta temas do disco "Cancionário" com a fadista portuguesa Celeste Rodrigues.
08/06	Ângela Maria Carlos Charlie Hide Célia Barroca Sérgio Godinho Helder Gonçalves Sara Tavares Dom Quicas Lura Paulo Gonzo Pedro Abrunhosa Carlos do Carmo José Mário Branco Mariza Jacques Morelembaum Sara Tavares Ana Moura	Coletânea Divas do Fado Novo	Portugal Brasil Cabo Verde	n/a	Referência aos álbuns; biografia de Sara Tavares; curtas biografias dos restantes artistas. Jingles: "Tanto Mar toda a tradição e beleza da música de Portugal" "Tanto Mar e o som pop de Paulo Gonzo" "A linguagem sonora dos países de língua portuguesa" "Tanto Mar com Mariza, Jacques Morelembaum e Luís Guerreiro" "Toda a tradição e beleza da música de Portugal"
22/06	Carminho	"Alma"	Portugal Brasil	Chico Buarque Nana Caymmi Milton Nascimento	A fadista portuguesa Carminho Carminho interpreta temas do álbum "Alma" disco "Alma" da fadista Carminho revelando encontros da cantora com artistas brasileiros.
29/06	Nuno da Câmara Pereira	"Lusitânia"	Portugal	n/a	A voz do fadista Nuno da Câmara Pereira Nuno da Câmara Pereira, compositor e cantor português.
13/07	Mário Lúcio	"Kreol" (2010)	Cabo Verde Portugal Guiné Bissau Senegal Mali	Cesária Évora Gorée Afro Djembe Milton Nascimento Ralph Tamar + Mário Kanonji Toumani Djabate	Programa produzido e transmitido uma semana depois da entrega do prémio literário Miguel Torga a Mário Lúcio; dados biográficos e citações ("o multi-instrumentista de Cabo Verde – ele conta que pisou em 3 continentes, percorreu 92 mil quilómetros de avião"); referências ao disco ("ele

				Tereza Salgueiro	dedica este disco ao Oceano Atlântico, maternidade da língua portuguesa”).
27/07	Eneida Marta	"Lôpe Kai"	Guiné-Bissau	n/a	Toda a vibração da cantora de Guiné Bissau, Eneida Marta, interpretando temas nos dialetos Mandinga, Fula, Criolo, Fula-Fula e na língua portuguesa.
02/08	Quarteto Romançal	"Ancestral"	Brasil Portugal São Tomé e Príncipe	Anabela Quinteto Maria João Tonecas	Homenagem ao escritor brasileiro Ariano Suassuna pelo Quarteto Romançal. A música armorial do Quarteto de Câmara Romançal de Pernambuco, dirigido por António Madureira. A música armorial começou a ser feita nos anos 70 com o Movimento Armonial, que teve como fundador o dramaturgo e escritor Ariano Suassuna.
10/08	Ala dos Namorados	"Razão de Ser"	Portugal	Carlos do Carmo Jorge Palma António Zambujo	Manuel Paulo e Nuno Guerreiro interpretam temas da celebrada banda portuguesa Ala dos Namorados, ao lado de convidados.
17/08	Tabanka Djaz	"Depois do Silêncio"	Guiné-Bissau	n/a	Comemoração dos 25 anos de carreira da banda com este álbum de 2013
24/08	Paulo de Carvalho	"Do Amor"	Portugal	n/a	o compositor e cantor português Paulo de Carvalho interpretando temas do álbum "Do Amor" acompanhado de grandes nomes como Mariza e Ivan Lins. Veja no player acima um trecho de "Marcha dos Protegidos da Noite" com Paulo de Carvalho
14/09	Maria João	"João" (2007)	Portugal Brasil	Jorge Palma Marcelo Camelo Carlinhos Brown + Marisa Monte + Nando Reis	Jingle de fecho: "Tanto Mar, uma produção Radiobrás"
21/09	Clã	"Corrente"	Portugal Brasil	Sérgio Godinho Carlos Tê	A banda de rock portuguesa Clã: Manuela Azevedo e Hélder

				Arnaldo Antunes Nuno Prata Samuel Úria John Ulhoa	Gonçalves apresentam temas do novo álbum "Corrente", revelando parcerias de Hélder Gonçalves com Sérgio Godinho, Carlos Tê, Arnaldo Antunes, John Ulhoa, Nuno Prata e Samuel Úria.
28/09	Filipe Mukenga	"O meu lado Gumbi"	Angola	n/a	Dados biográficos do autor; dados sobre o álbum; estúdio de gravação do disco (Portugal); influências musicais; número de faixas do disco; línguas usadas no disco; participações de músicos portugueses e brasileiros.
05/10	António Zambujo Carlos Martins + Bernardo Sassetti Sérgio Godinho Clã Os Elétricos Os Azeitonas Deolinda Rui Veloso Carminho Carminho + Carlos do Carmo	n/a	Portugal	n/a	Nota de abertura, posicionando este programa como um especial dedicado a artistas portugueses consagrados ("astros portugueses"). Jingle "A linguagem sonora dos países de língua portuguesa" "Tanto Mar e o fado"
12/10	Banda do Mar	"Banda do Mar"	Portugal Brasil	n/a	Tanto Mar traz de Lisboa a Banda do Mar, um trio formado pelos brasileiros Marcelo Camelo, Mallu Magalhães e o português Fred Ferreira. O programa destaca a música e a cultura dos países de língua portuguesa.
19/10	António Chainho	"Cumplicidades - 50 anos de carreira"	Portugal Brasil Cabo Verde País Basco	Vanessa da Mata Pedro Abrunhosa Ana Bacalhau Paulo Flores Sara Tavares Kepa Junkera	António Chainho: mestre da guitarra portuguesa celebra 50 anos de carreira. O papa da guitarra portuguesa António Chainho apresentando temas do álbum "Cumplicidades - 50 anos de carreira", ao lado de artistas de renome internacional.

02/11	Nancy Vieira	"No Amá" (2011)	Cabo Verde	Luís Moraes (clarinetista) Mário Lúcio Amândio Cabral Teófilo Chantre	Programa repetido (ou mesmo conteúdo de 06/07/2014) "Tanto Mar – a linguagem sonora dos países de língua portuguesa" "Tanto Mar e o canto de Nancy Vieira"
09/11	André Mingas Filipe Mukenga Sandra Cordeiro Pérola Paulo Flores	Banda sonora da novela angolana "Windeck"	Angola	n/a	Na semana de estreia da novela novela angolana "Windeck", o programa apresenta temas da banda sonora da novela africana "Windeck", filmada em Luanda.
16/11	Samuel Úria	"O Grande Medo do Pequeno Mundo"	Portugal	António Zambujo Márcia Manuel Cruz	O compositor, músico e cantor português Samuel Úria interpretando temas do disco "O Grande Medo do Pequeno Mundo", lançado em 2013.
23/11	Carlos do Carmo	Vários	Portugal	Camané Mafalda Arnauth Ana Moura Mariza Aldina Duarte Cristina Branco Raquel Tavares	Tanto Mar celebra 50 anos de carreira de Carlos do Carmo. Biografia do artista. Levou o fado a diversas partes do mundo e contribuiu para colocar o gênero musical na lista de Patrimônio Imaterial da Humanidade da Unesco, em 2011. Referência ao Grammy, obtido em 2014 na categoria "Lifetime Achievement". Edição na semana em que o fadista recebeu o Grammy Latino de Carreira no Hollywood MGM de Theatre, em Las Vegas, onde foi homenageado com um vídeo de "Lisboa Menina e Moça" a 35 vozes.
30/11	Fernando Pessoa	Vários	Brasil Portugal Inglaterra	Edu Lobo Tom Jobim Nana Caymmi Ritchie Milton Nascimento Arrigo Barnabé Vânia Bastos Olivia Byington Francis Hime	Neste programa comemora-se a efeméride dos 80 anos da morte de Fernando Pessoa. Referências biográficas do poeta.

				Vanessa Bumagny Mariza Misia Raúl Ferrão Mário Pacheco Alfredo Marceneiro	
14/1 2	A Naifa	Vários	Portugal	n/a	O quarteto português "A Naifa" interpretando temas de vários discos , entre eles "As Canções d'A Naifa"
21/1 2	Luís Morais	"Boas Festas"	Cabo Verde	n/a	O programa celebra o Natal com o clarinetista e saxofonista de Cabo Verde Luís Morais, interpretando temas do álbum "Boas Festas" lançado em 1967.
2015					
11/01	Waldemar Bastos	"Classics of my Soul"	Angola Inglaterra	London Symphony Orchestra	O astro angolano Waldemar Bastos, compositor, violonista e cantor angolano interpretando temas do álbum "Classics of my Soul" com a participação especial da London Symphony Orchestra.
18/01	Grandes destaques da música portuguesa	Vários	Portugal Brasil	Madredeus Mariza Dulce Pontes Nicole Borger Jacques Morelembau Enio Morricone	Grandes destaques da música portuguesa. O grupo musical Madredeus e a fadista Mariza estão na seleção musical, assim como um poema musicado de Florbela Espanca interpretado pela cantora paulista Nicole Borger. Outro destaque é portuguesa Dulce Pontes, que canta acompanhada da orquestra de Ennio Morricone.
25/01	Os Eléctricos	"Os Eléctricos"	Portugal	n/a	Tanto Mar traz o quinteto português Os Eléctricos, interpretando clássicos dos anos 40 e 50, do disco de estréia do grupo, lançado em 2011. Em destaque, temas de Miguel Castro integrante do

					quinteto e temas antigos, americanos e portugueses com uma nova roupagem.
01/02	Ismaël Lô Gabriela Mendes Socorro Lira Fausto Teófilo Xandre, Rui Veloso Manuela Azevedo Jorge Palma Paulo Gonzo Cristina Branco Tereza Salgueiro Cesária Évora	Vários	Portugal Senegal Cabo Verde Brasil	Cesária Évora Vitorino José Carreras Pedro Abrunhosa (como compositor)	Apresentação dos autores; nome dos intérpretes; canção; álbum; data do álbum; músicos; intérpretes.
15/02	Césaria Évora Totinho Tito Paris Elisa Gomaraçaia Carlitos Vieira Dias Tabanka Djaz Ferro Gaita Carlos Burity Banda Maravilha	Especial música de Carnaval	Cabo Verde Guiné-Bissau Angola	n/a	Referências à celebração do Carnaval. O programa celebra o Carnaval com astros africanos, vozes do continente africano cantando músicas de carnaval, fazendo a folia deste domingo.
03/03	Toy Vieira	“Gratidão”	Cabo Verde	Cesária Évora Tazinho Dondeti Dona	Referências musicais à sonoridade do artista principal; referências sobre os vários instrumentos tocados pelo autor do disco (piano, guitarra, cavaquinho, banjo, etc.); referência ao álbum; Jingles: “o astro de Cabo Verde”, “Tanto Mar e todo o virtuosismo de Toy Vieira”.
15/03	Cristina Branco	“Kronos”	Portugal	n/a	Cristina Branco interpreta canções do álbum "Kronos", interpretando fados tradicionais e canções de novos artistas portugueses.
22/03	Márcia	“Casulo”	Portugal	Samuel Úria, Filipe Monteiro (arranjos)	A cantora portuguesa Márcia interpretando temas de sua autoria do álbum "Casulo", com participação especial do parceiro Samuel Úria.
29/03	Carminho	“Canto”	Portugal Brasil	Carlinhos Brown, Jaques Morelenbaum, Naná Vasconcelos e	Referências aos duetos no disco (“Encontro memorável de Carminho e Marisa Monte, com Arnaldo Antunes na percussão”); menção ao poema

				Marisa Monte, António Zambujo, Trio Madeira Brasil, Roberta Sá, João Afonso; Caetano Veloso e Tom Veloso (como compositores)	de Fernando Pessoa musicado no disco
05/04	Clássicos da Música Portuguesa e de Cabo Verde	Vários	Portugal Cabo Verde Brasil Estados Unidos	Francisco José Joana Pedro Jóia Fagner Zeca Baleiro, Teófilo Chantre Joel Xavier Ron Carter	Tanto Mar apresenta clássicos da Música Portuguesa e o som de Cabo Verde. Parcerias em clássicos da música portuguesa interpretados por Francisco José, brasileiros evocando a cultura portuguesa como Joana e Pedro Jóia e Fagner e Zeca Baleiro, Teófilo Chantre cantando as belezas de Cabo Verde.
12/04	Teté Alinhho	"Voz"	Cabo Verde	Simenteira Mário Lúcio Rendal	Notas sobre o género musical da morna ("as mornas e boladeiras de Cabo Verde"); dados sobre o compositor do disco; referência ao grupo Simenteira ("grupo que visa preservar os sons de Cabo Verde"); menção ao trabalho criativo de Mário Lúcio ("variação sobre um tema de Rendal, um tema popular de Cabo Verde).
19/04	Camané, Bernardo Sassetti, Silence 4, Ornatos Violeta, Madreus, Rodrigo Leão	Especial artistas portugueses	Portugal	n/a	REPETIÇÃO Nota de abertura sobre o facto de este programa se tratar da reposição de uma edição passada. ("O programa deste domingo é uma reprise")
26/04	José Afonso Amália Rodrigues Fernando Tordo Luiz Goes	"Aromas de Abril"	Portugal	n/a	Tanto Mar lembra Revolução dos Cravos de Portugal em disco dedicado ao 25 de abril de 1974.
10/05	Bana	Vários	Cabo Verde	n/a	As Mornas de Cabo Verde em performances de Bana - o Rei da Morna. Astros de Cabo

					Verde interpretando mornas, um gênero cultuado nas ilhas de Santiago e São Vicente.
17/05	Carlos Martins	"Do Outro Lado"	Portugal Brasil Cabo Verde	Bernardo Sasseti, Mayra Andrade, Camané, Carlos do Carmo, Ney Matogrosso, Sinfonietta de Lisboa, Luiz Filipe Castro Mendes Tom Jobim, Vinicus de Moraes, Ney Matogrosso, Sergio Bettencourt, Carlos do Carmo	Referências biográficas, nomeadamente ao Alentejo; sobre a canção de homenagem ao pai; participações especiais do pianista saxofonista português; breve referência ao gênero musical do jazz; várias referências aos artistas convidados; dados sobre uma canção composta para a mãe. Programa 6' mais curto do que o habitual, seguido de uma referência da produtora a um especial sobre B.B. King, na semana da sua morte.
14/06	António Zambujo	"Rua da Emenda"	Portugal	n/a	Tanto Mar deste domingo (14) traz o compositor e cantor português, António Zambujo, interpretando temas do sexto álbum solo "Rua da Emenda", lançado em dezembro de 2014.
21/06	Companhia de Música Tradicional da Beira Dionísio Meira Rui Veloso Carlos T. António Pinho Vargas Carlos Paredes Tom Waits	Vários	Portugal Moçambique Estados Unidos	n/a	Jingle: "A música dos países da comunidade de língua portuguesa"
05/07	Fernando Alvim	"Fado e canções do Alvim"	Portugal Brasil	Ana Moura Filipa Pais Rui Veloso Hélder Moutinho Rodrigo Cristina Branco Manuel Freire	Curta biografia do artista principal (Fernando Alvim); Algumas referências ao instrumento predilecto do artista ("A guitarra portuguesa encontra o jazz")

				Fafá de Belém Mafalda Taborda Vânia Conde Micaela Vaz António Zambujo Marta Dias Ricardo Ribeiro Vicente da Câmara	Jingle: "A linguagem sonora dos países de língua portuguesa"
27/07	Pedro Jóia	"À Espera de Armandinho" (2007)	Portugal Brasil	Armandinho Mariza Custódio Castelo	Dados biográficos do autor das canções ("o mago da guitarra portuguesa"); referências ao lugar de gravação do disco ("gravado no Teatro de São Luiz") em 2007; comparação entre duas versões da mesma canção, uma de Pedro Jóia e outra original de Armandinho. Jingle "A linguagem sonora dos países de língua portuguesa"
10/08	João Afonso	"Sangue Bom"	Portugal Moçambique Angola	n/a	O compositor e cantor luso-moçambicano João Afonso interpretando poemas musicados do angolano José Eduardo Agualusa e do moçambicano Mia Couto.
16/08	Tabanka Djaz	"Depois do Silêncio"	Guiné-Bissau	n/a	Tabanka Djaz comemoram 25 anos de carreira. O quarteto africano temas do álbum "Depois do Silêncio", lançado em 2013.
23/08	Paulo de Carvalho	"Do Amor"	Portugal Brasil	Mariza e Ivan Lins	Tanto Mar traz o lendário compositor português Paulo de Carvalho, que interpreta temas do álbum "Do Amor" lançado em 2008.
06/09	Dany Silva	"Caminho Longi"	Cabo Verde Estados Unidos	Toy Vieira Zézé Di Nha Reinalda Philip Hamilton	O compositor e cantor de Cabo Verde Dany Silva apresentando temas do seu disco "Caminho Longi", de sua autoria, de Toy Vieira e Zézé Di Nha Reinalda, com destaque para um dueto com o americano Philip Hamilton.

20/09	Mário Lúcio Lura Sara Tavares Quim Alves Ana Maria Dias Amândio Cabral Teófilo Xantri	Vários	Brasil Cabo Verde Portugal	n/a	Uma combinação de parcerias entre artistas de música em língua portuguesa.
27/09	Ana Cláudia	“João Pé de Feijão”	Portugal Brasil	Danças Ocultas Dom La Nena	Referências biográficas ao quarteto português de concertinas Danças Ocultas e à violoncelista e cantora gaúcha Dom La Nena.
11/10	Luísa Sobral	“Lu-pu-i-pi-sa-pa”	Portugal Inglaterra	Orquestra Clássica do Sul António Zambujo Mário Laginha Jamie Cullum	A compositora, multinstrumentista e cantora portuguesa Luísa Sobral, interpretando temas de dois discos solo com participações da Orquestra Clássica do Sul, do cantor António Zambujo, do pianista português Mário Laginha e do pianista e cantor inglês Jamie Cullum.
09/11	Hélder Moutinho	“Que fado é este que trago?”	Portugal	Ricardo Parreira	O fadista Hélder Moutinho interpreta temas do seu álbum solo lançado em 2008 com direção musical de Ricardo Parreira.
13/12	Mariza	“Mundo”	Portugal	Jorge Fernando Pedro Jóia José Manuel Neto	O Tanto Mar traz performances antológicas da portuguesa Mariza com participações do violonista Pedro Jóia e da guitarra portuguesa de José Manuel Neto
27/12	Cesária Évora	“Mãe Carinhosa”	Cabo Verde	n/a	Disco póstumo de Cesária Évora, lançado em 2013, pelo selo Lusáfrica e editado no Brasil no ano de 2015 com o selo Sesc.

2016

24/01	Mísia	“Para Amália I e II”	Portugal Itália	Fabrizio Romano Luís Guerreiro Carlos Gonçalves	Portuguesa Mísia faz disco em homenagem a Amália Rodrigues. É um disco duplo, “Para Amália”, lançado em 2015. Acompanhada pelo
-------	-------	----------------------	---------------------------	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				Afonso Lopes Vieira	pianista Fabrizio Romano e a guitarra portuguesa de Luís Guerreiro.
21/0 2	Maria João Quadros	"Fado Mulato"	Portugal	Pedro Jóia	A fadista Maria João Quadros interpreta temas do álbum "Fado Mulato", idealizado e produzido pelo poeta português Tiago Torres da Silva, lançado em 2009. Em "Fado Mudo", com Maria João Quadros acompanhada de Pedro Jóia no alaúde.
20/0 3	Anaquim	"Desnecessariamente Complicado"	Portugal	n/a	O quinteto de Coimbra Anaquim apresenta temas do álbum "Desnecessariamente Complicado", lançado em 2012.
12/0 6	Maria João Pires e Carlos do Carmo	n/a	Portugal	n/a	Tanto Mar traz o piano de Maria João Pires e o fadista Carlos do Carmo, numa apresentação de nove performances impecáveis da pianista Maria João Pires com o fadista Carlos do Carmo.
03/0 7	Sérgio Godinho	"Caríssimas Canções"	Portugal Estados Unidos Brasil	n/a	O compositor, poeta, ator e cantor português Sérgio Godinho interpreta temas do álbum "Caríssimas Canções", lançado em 2013.
24/0 7	Rodrigo Leão	"A Vida Secreta das Máquinas"	Portugal	n/a	O teclista, guitarrista e baixista português Rodrigo Leão apresenta temas do álbum "A Vida Secreta das Máquinas" lançado em 2015.
04/0 9	Camané	Infinito Presente	Portugal	Vitorino Salomé, José Mário Branco, Manuela de Freitas	Prestes a completar 50 anos, o fadista Camané interpreta temas do álbum "Infinito Presente", disco em 2015, recheado de temas dos mais variados compositores.
11/0 9	Deolinda	"Outras Histórias"	Portugal	n/a	Quarteto português apresenta temas do álbum "Outras Histórias", lançado em fevereiro de 2016.
25/0 9	Ana Moura	"Moura"	Portugal Cabo Verde	Samuel Úria, Jorge Cruz	A fadista portuguesa Ana Moura interpretando 13 temas

			Angola	Edu Mundo Sara Tavares Toty Sa ' Med	do seu sexto álbum de estúdio "Moura", lançado em novembro de 2015.
13/1 1	Anaquim	"Um dia Destes"	Portugal	Jorge Palma, Luísa Sobral	Lançado em 2016, com participação especial de Jorge Palma e Luísa Sobral.
27/1 1	Três Tristes Tigres	"Visita de Estudo"	Portugal	n/a	A banda portuguesa Três Tristes Tigres interpreta temas da coletânea, uma compilação de temas dos anos noventa, da banda portuguesa. Disco lançado em 2001.
04/1 2	Capitão Fausto	"Gazela" e "Têm os Dias Contados"	Portugal	n/a	Banda portuguesa interpreta temas do álbum de estreia "Gazela", lançado em 2011, e do mais recente "Têm os dias Contados", de abril de 2016.
18/1 2	António Zambujo	"Até Pensei que Fosse Minha"	Portugal Brasil	Carminho, Marcello Gonçalves, Roberta Sá	António Zambujo interpreta clássicos de Chico Buarque de Holanda, prestando uma homenagem ao compositor carioca. Disco com produção musical do violão 7 cordas Marcello Gonçalves e participações especiais das cantoras Carminho e Roberta Sá.
2017					
01/0 1	Élida Almeida	"Ora Doci Ora Margos"	Cabo Verde	n/a	A cantautora Élida Almeida interpreta temas do seu álbum de estreia, lançado em 2015.
08/0 1	Carminho	Carminho Canta Tom Jobim	Portugal Brasil	Paulo Jobim, Daniel Jobim, Chico Buarque, Jaques Morelenbaum, Maria Bethânia, Marisa Monte, Paulo Braga	Cantora portuguesa lembra 90 anos de Tom Jobim, interpretando clássicos do mestre da MPB, acompanhada por Paulo Jobim, Daniel Jobim, Jaques Morelenbaum, Paulo Braga e convidados especiais como Maria Bethânia, Marisa Monte e Chico Buarque. Considerado um disco imperdível pela radialista.
15/0 1	Fausto	"Por Este Rio Acima"	Portugal	n/a	Fausto Bordalo Dias apresenta o álbum "Por Este Rio Acima",

					traz o compositor, cantor e poeta português Fausto Bordalo Dias apresentando um disco clássico da Música Popular Portuguesa, "Por Este Rio Acima", lançado em 1982.
19/02	João Pedro Pais	"Desassossego"	Portugal	n/a	O português João Pedro Pais apresenta temas do álbum "Desassossego", traz o compositor, guitarrista e cantor de rock português João Pedro Pais apresentando temas do álbum "Desassossego", lançado em 2012.
19/03	Amor Electro	"Cai o Carmo e a Trindade"	Portugal	n/a	Banda portuguesa apresenta temas do álbum "Cai o Carmo e a Trindade" lançado em 2011. Destaque para a vocalista Marisa Liz.
26/03	Ricardo Ribeiro	"Largo da Memória"	Portugal Líbano	Rabih Abou-Khalil Pedro Jóia Ricardo Rocha Pedro Caldeira Cabral	O fadista Ricardo Ribeiro apresenta temas do álbum "Largo da Memória" acompanhado pelo alaúde de Rabih Abou-Khalil, por Pedro Jóia na guitarra, Ricardo Rocha na guitarra portuguesa e pelo multi-instrumentista Pedro Caldeira Cabral.
02/04	Fausto	"Em Busca das Montanhas Azuis"	Portugal	n/a	O compositor, cantor e poeta Fausto Bordalo Dias apresenta canções do seu álbum "Em Busca das Montanhas Azuis", lançado em 2011.
09/04	Sérgio Godinho	"Pré-Histórias"	Portugal	n/a	-
25/06	Estudantina de Braga	"Ao Vivo Vila Real"	Portugal	n/a	Estudantina de Braga, clássicos portugueses e temas autorais.

Apêndice 6 – Grelha de análise do programa de rádio *Vozes da Lusofonia* (RTP)

Tabela 2: Grelha de análise de conteúdo ao programa *Vozes da Lusofonia*, entre 1 de janeiro de 2015 e 31 de dezembro de 2016

Data	Artista(s) convidado(s)	País de origem	Género musical	Conteúdos explorados²⁰²
2015				
04/01	Filipe Catto	Brasil	MPB	O músico brasileiro Filipe Catto vem a Portugal para uma série de concertos.
11/01	Alceu Valença	Brasil	MPB	O cantautor brasileiro Alceu Valença, apresentado como “um grande músico da Lusofonia”, sobre o disco mais recente que celebra 40 anos de canções.
18/01	Amélia Muge	Portugal Moçambique	Fado Música de intervenção	Conversa com Amélia Muge sobre o CD Amélia com versos de Amália.
25/01	Fernando Fernandes	Portugal	Pop	FF (Fernando Fernandes) apresenta o disco “Saffra”, o primeiro disco de um novo percurso do artista pop português.
01/02	António Pelarigo	Portugal	Fado	Conversa sobre o novo disco “Quem me quiser” no contexto da longa carreira do fadista.
08/02	Ala dos Namorados	Portugal	Pop rock	Sobre o disco mais recente da banda, “Felicidade”, com letras de José Fialho Gouveia.
08/03	Rodrigo Costa Félix	Portugal	Fado	Rodrigo Costa Félix conta a história do disco “Brincar aos Fados”
15/03	Anabela	Portugal	Fado Musical (show tune)	Anabela apresenta o disco “Casa Alegre” no ano em que comemora 30 anos de carreira.
22/03	Eneida Marta	Guiné-Bissau	Gumbé Jazz	Por muitos considerada uma das vozes mais criativas da Lusofonia, apresenta o novo disco “Nha Sunhu”, gravado em Cabo Verde.
29/03	Cristina Nóbrega	Portugal	Fado	Apresenta o CD/DVD “Ao vivo no Mosteiro dos Jerónimos”, em homenagem a José Luis Tinoco. Rodeia-se dos melhores

²⁰² Tópicos baseados na descrição da designação “Disco Antena 1” no sítio da RTP e nas nossas notas pessoais aquando da escuta dos próprios programas.

				poetas, dos melhores músicos na construção de canções de fado.
12/04	Kátia Guerreiro	Portugal	Fado	“Até ao fim”, o novo disco da fadista, numa conversa sobre a paixão do fado.
19/04	José Cid	Portugal	Pop rock	Conversa sobre a cronologia de produção do novo disco “Menino Prodígio”.
26/04	Pedro Mestre	Portugal	Cante alentejano	Conversa com uma das referências da viola campaniça, também designada por viola alentejana, sobre o novo disco “Campaniça do Despique”. Também sobre a colaboração com o artista brasileiro Chico Lobo.
03/05	Dora Maria	Portugal	Fado	Dora Maria apresenta o CD “Encontros”.
10/05	Afonso Pais	Portugal	Jazz	O novo disco “Terra Concreta”, cujas gravações foram feitas em 2012, sem intenção de o editar. Foi registado com recurso a sons da natureza, gravados em reservas naturais portuguesas. Lançado em 2015.
17/05	Castello Branco	Brasil	Pop rock	Com o seu disco de estreia, o muitíssimo celebrado “Serviço”, Castello Branco tornou-se numa das vozes mais entusiasmantes da nova música brasileira. O jornal <i>O Globo</i> considerou-o como um dos cinco nomes a ter debaixo de olho durante 2015.
24/05	Carlos Gomes e Filipe Raposo	Portugal Espanha Marrocos	Música do mundo	Projeto Al-Mu'tamid, Poeta Rei do Al-Andalus, um projecto de Carlos Gomes e Filipe Raposo.
31/05	Tabanka Djaz	Guiné-Bissau	Gumbé	Um dos grupos de referência da história da música guineense, com concertos em todo o mundo. Tabanka Djaz já atuaram ao lado de alguns dos maiores artistas brasileiros e aqui conversam sobre os concertos em Portugal e o disco mais recente “Bois do Silêncio”.
07/06	Duarte	Portugal	Fado	Disco novo intitulado “Sem Dor Nem Piedade”, quatro anos depois do lançamento do anterior CD.
14/06	Donna Maria	Portugal	Pop Folk Fado	Miguel Mayer, dos Donna Maria, à conversa sobre o disco de 2014 “Três”. A banda que se intitulava Azulejo Voador apresenta o seu terceiro registo discográfico.
21/06	Liliana Martins	Portugal	Fado	Natural de Sintra, decide dedicar-se ao fado de forma mais profissional em 2011. O ano de 2014 é o da afirmação artística

				com o lançamento do primeiro CD intitulado “Tanto de um amor prometido”.
28/06	André Barros	Portugal	Música clássica	Da Marinha Grande à Islândia. André Barros estudava Direito e, no último ano começou, de forma autodidata, a tocar piano. Depois de acabar o curso, rumou à Islândia para a produção musical do disco de estreia “Soundtracks (vol. I).”
05/07	Quinta do Bill	Portugal	Folk	A Quinta do Bill apresenta o CD acústico “Sinfónico”, gravado no Coliseu do Porto com a Banda Sinfónica Portuguesa.
12/07	Myrica Faya	Portugal	Folk	Cinco amigos com diferentes origens musicais centraram-se na música tradicional açoriana para criar o disco “Vir’ó Balho” ser incluído na lista dos 10 melhores álbuns editados em Portugal, em 2014, na área da música folk/tradicional.
19/07	Com ~ Tradição	Portugal	Jazz Música tradicional portuguesa	Música portuguesa aberta ao mundo e nela integrando outras sonoridades, do jazz à bossa-nova, da chanson à música árabe e indiana.
26/07	Fado Violado	Portugal Espanha	Fado Flamenco	O disco de apresentação dos Fado Violado chama-se “A Jangada de Pedra”. Trata-se de um projeto musical português que cruza flamenco e fado.
02/08	Yola Semedo	Angola	Zouk Quizomba	Yola Semedo mostra no Vozes o CD “Filho Meu”. A artista angolana foi recentemente a grande vencedora da terceira edição do Angola Music Awards em maio de 2015, arrecadando quatro estatuetas.
09/08	Liana	Portugal	Fado	Depois da edição de “Fado.pt” (2004) e das edições “Sol” (2007) e “Diagonal” (2009) com o projecto Stockholm Lisbon Project, Liana volta a editar um disco de fado em nome próprio.
16/08	Orblua	Portugal	Folk	Banda inspirada na música tradicional do Algarve. Referências da música tradicional portuguesa com contornos contemporâneos.
23/08	Linda Leonardo	Portugal	Fado	O CD “Mistério de Fado”, gravado em 2006 e editado em 2007 pela Art Music. A distribuição deste disco não está disponível em Portugal.
30/08	Afonso Dias	Portugal	Música de intervenção	O disco novo “O mar ao fundo” é o ponto de partida para uma conversa sobre o

				percurso do artista pela música e pelo Algarve.
06/09	Marco Rodrigues	Portugal	Fado	Sobre o novo e quarto disco de Marco Rodrigues, “Fados do Fado”, com temas e intérpretes marcantes na carreira do fadista.
13/09	Benjamim	Portugal	Pop rock	Álbum homónimo de Benjamim, nome artístico de Valter Nunes, disco totalmente em língua inglesa.
20/09	Ana Barros e Bruno Belthoise	Portugal	Fado Música clássica	Ana Barros e Bruno Belthoise apresentam o CD “Novo Fado da Severa”. Uma soprano, um pianista e uma guitarra portuguesa compõem este projeto.
27/09	Luis Pucarinho	Portugal	Jazz Música tradicional portuguesa	“Orgânica Mente Humana”, com colaboração do Jorge Benvinda, dos Virgem Suta na canção “A mesma camisola”, cujo tema são os valores da amizade.
11/10	Lúisa Rocha	Portugal	Fado	O disco “Fado Veneno”, lançado em setembro de 2015, conta com colaborações de Jorge Fernando e José Carlos Malato. É constituído apenas por poemas inéditos, alguns propositadamente para a sua voz.
18/10	Brigada Victor Jara	Portugal	Folk	Conversa sobre os 40 anos de carreira da banda, que se celebram ao longo de 2015, grupo composto por várias gerações de músicos.
01/11	Isabel Silvestre e Jose Barros	Portugal	Folk	Disco “Cânticos da terra e da vida”, inspirado na música da Beira Alta.
08/11	Mafalda Arnauth e Atlantihda	Portugal	Fado	A fadista e a banda do Porto nascida em 2008 Atlantihda lançam juntos o disco “Mafalda Arnauth & Atlantihda”. Canções que convocam o fado, mas também outras músicas tradicionais portuguesas e de outras partes do mundo, para além da música erudita contemporânea.
15/11	José Gonçalez	Portugal	Fado	José Gonçalez apresenta o CD “Até Deus gosta de fado”, gravado ao vivo na Igreja de São Miguel no Festival Caixa Alfama em 2014.
22/11	Nega Jaci	Brasil	MPB	Na semana do concerto em Lisboa, a cantora e compositora brasileira de Salvador da Bahia apresenta o trabalho mais novo “Nega Jaci canta Chico e Elis”. Revisita grandes temas da música popular

				brasileira de Chico Buarque e Elis Regina, com muito samba.
29/11	João Pires	Portugal	Fado	“Lisboando” é o terceiro disco de João Pires, artista que se diz situado na Lusofonia por no Brasil ter mulher e filho e em Cabo Verde muitos amigos.
06/12	Ludgero Rosas	Portugal	Jazz Blues	Novas canções e novas histórias para contar no segundo álbum de Ludgero Rosas onde o piano, instrumento de eleição do músico, toma mais do que nunca o papel principal. O autor assina toda a composição musical e letras deste disco.
13/12	Natalino de Jesus	Portugal	Fado	O fadista lança “Fado e Fados” no ano em que celebra 30 anos de carreira.
20/12	José Barros e Mimmo Epifani	Portugal Itália	Folk Fado Canção napolitana	A música tradicional portuguesa e italiana encontram-se no disco “Mar da Lua”. Um reflexo de encontros e amizades entre um artista português e um italiano.
27/12	Maria Mendes e Jorge Baptista da Silva	Portugal	Fado	“Sucesso da Diva do Fado”, um trabalho sobre os temas de Amália Rodrigues que surgiu primeiro em palco, num espetáculo de homenagem a Amália.
2016				
03/01	LG Lopes	Brasil	MPB	Primeiro disco a solo de LG Lopes, membro da popular banda
10/01	Lacre	Portugal	Fado	Grupo de Bragança que se considera da música do mundo. “Opus 0” é o primeiro disco ao fim de quatro anos de trabalho. O disco é uma fusão das vivências musicais dos cinco elementos. Disco cantado em língua portuguesa.
17/01	Joyce Cândido	Brasil	Samba	A tournée portuguesa de Joyce Cândido, em Chaves, Porto e Lisboa, foi a razão para esta conversa. A cantora e pianista apresenta o disco de 2016 “Tem Nada Não”.
31/01	LST - Lisboa String Trio	Portugal	Jazz Fado	“Lisboa”, sucessor de “Matéria”, é editado na próxima semana e já é tema de conversa com os três músicos-compositores dos LST.
07/02	Sebastião Antunes	Portugal	Música tradicional portuguesa Mundo do mundo	“Proibido adivinhar” é o disco de originais de Sebastião Antunes e Quadrilha que junta a tradição às influências do norte de Portugal, Galiza, Bretanha, Irlanda,

				Escócia e Norte de África. Participação de Mariem Hassan.
14/02	Viviane	Portugal	Pop	Comemorou em 2015 o seu 10º ano de carreira a solo. Uma carreira onde fados, <i>chanson française</i> , jazz <i>manouche</i> , bossa-nova ou música latino-americana são revistos à luz da pop. É o primeiro “best of” da carreira a solo de Viviane, “Confidências”, foi editado em 2015. O álbum inclui doze temas selecionados dos seus quatro álbuns de originais e ainda inclui dois inéditos.
21/02	Cláudio Botelho (encenador) sobre Chico Buarque	Brasil	MPB Musical (show tune)	Programa especial sobre a banda sonora do musical “Todos os Musicais de Chico Buarque em 90 Minutos”, um mês antes da exibição em Lisboa.
28/02	Mariza	Portugal	Fado	O disco “Mundo” é o propósito para uma conversa com Mariza, que também selecionou algumas canções deste disco para apresentar.
06/03	Nathalie Pires	Portugal Estados Unidos	Fado	Lusodescendente, nascida nos Estados Unidos e filha de portugueses emigrantes. Com um percurso internacional de prestígio que conta com mais de 300 atuações nos Estados Unidos, Canadá e Europa, tem levado o seu fado a palcos emblemáticos como o Carnegie Hall, Kennedy Center, Philadelphia Museum Of Art, Brooklyn Academy Of Music, Zeiterion Performing Arts Center, Central Park e festivais internacionais. O seu disco de estreia, “Corre-me o Fado nas Veias”, foi galardoado com o “Prémio Lusíada”.
13/03	Márcio Faraco	Brasil	MPB Samba Bossa nova	Um dos mais importantes nomes da música popular brasileira está em Portugal a apresentar o sétimo disco de originais, “Cajueiro”.
20/03	Gil do Carmo	Portugal	Fado Pop	O músico e cantor Gil do Carmo regressa aos estúdios, ao fim de sete anos, e edita o álbum “A uma voz”, exclusivamente constituído por letras de sua autoria, assinando as composições com Yami.
27/03	Joana Amendoeira	Portugal	Fado	Joana Amendoeira regressa cinco anos depois aos álbuns de originais com o novo disco “Muito Depois”. Este disco reflete os mais de 20 anos de vivência no Fado. As poesias e emoções deste novo trabalho

				têm por base o Fado e outras sonoridades tradicionais portuguesas. Conta com temas de Tiago Torres da Silva, Joaquim Pessoa, Vasco Graça Moura, Natália Correia, Paulo de Carvalho, Pedro Jóia, entre outros.
03/04	Tambor	Portugal	Pop	O grupo Tambor apresenta o novo disco "A construção da saudade".
10/04	Carlos Mendes	Portugal	Pop rock	No ano em que comemora 50 anos de carreira, Carlos Mendes tem novo álbum: "A Festa da Vida".
17/04	Liliana Luz	Portugal	Fado	Fadista residente no Restaurante Sr. Vinho, em Lisboa, propriedade da fadista Maria da Fé e do poeta José Luís Gordo. Liliana Luz lançou no ano passado o seu disco de estreia "Espelho da saudade".
24/04	Ricardo Ribeiro	Portugal	Fado	Diz-se fadista influenciado por Fernando Maurício, aquele a quem chamavam Rei do Fado. Lança "Hoje é assim, amanhã não sei", o disco que marcou o seu regresso, depois de seis anos sem novos álbuns.
01/05	Banda da Catraia	Portugal	Fado Jazz	O fado, as filarmónicas e a música tradicional portuguesa estão presentes na Banda da Catraia, um quinteto de músicos da região de Leiria.
08/05	Vila Navio	Portugal	Música tradicional Jazz	Vila Navio lançou em 2016 o segundo disco de originais "Ancoradouro", uma proposta a modernização da tradição musical portuguesa. A utilização de samples gerados eletronicamente e de ambientes sonoros densos e acompanhada por uma forte influência da música popular. Participações especiais de Fausto Bordalo Dias e Alfredo Teixeira.
16/05	UHF	Portugal	Rock	O novo disco dos UHF "Porquê?" são nove originais de António Manuel Ribeiro e mais duas versões de temas que marcaram uma época. "Vejam Bem", de José Afonso, e "O Vento Mudou", que na voz de Eduardo Nascimento venceu o Festival RTP da Canção em 1967, foram recuperadas para este novo trabalho dos UHF.

22/05	Cuca Roseta	Portugal	Fado	O seu mais recente disco, "Riu" foi lançado em Maio de 2015 e contou com a produção do brasileiro Nelson Motta.
29/05	Maria Anadon e Davide Zaccaria	Portugal Itália	Jazz	"(Re)cantos da Alma", de Maria Anadon e Davide Zaccaria, acompanhados por violoncelos, guitarras e um oboé.
05/06	Marafona	Portugal	Folk	"Está Dito" é o novo álbum dos Marafona. Cláudio Cruz e Artur Serra sobre um disco que volta a visitar a tradição musical portuguesa e lhe dá um toque de modernidade.
12/06	Marta Dias	Portugal	Fado Jazz	"Quantas Tribos" é o novo disco da portuguesa Marta Dias, que herda de Goa e de pai são-tomense a Lusofonia. Colaborações de Yuri Daniel, Ruca Rebordão, João Frade e Costa Neto.
19/06	Kady	Cabo Verde	Soul Jazz Funk Hip-pop	A artista cabo-verdiana radicada em Portugal Kady Araújo apresenta o seu álbum de estreia "Kaminho". O álbum conta com 10 faixas, sendo que a maioria das composições são da sua autoria e do Djodje, o produtor musical do álbum.
26/06	Flor de Sal	Portugal	Música tradicional Música do mundo	Os Flor de Sal são Ana Figueiras na voz e flautas de bisel e Zé Francisco na voz, guitarra acústica e bandolim. O primeiro disco dos Flor de Sal contém dez temas originais e cinco versões. Flor de Sal têm como músicos convidados Rui Afonso nas percussões tradicionais portuguesas e do Norte de África e Nuno Faria no contrabaixo.
03/07	Nuno Rodrigues	Portugal	Música clássica Canto lírico	A atualidade e a universalidade da poesia de Florbela Espanca inspiraram Nuno Rodrigues a musicar alguns sonetos da poetisa e a interpretá-los, dando origem ao seu primeiro álbum a solo. O CD "Pérolas d'alma" conta com nove sonetos da poetisa calipolense.
10/07	Fred Martins	Brasil	MPB	"Para Além do Muro Do Meu Quintal", inspirado em Alberto Caeiro, é o trabalho gravado em Lisboa do brasileiro Fred Martins, com produção musical do pianista açoriano Paulo Borges. Participações especiais da cantora cabo-verdiana Nancy Vieira e do paulistano Renato Braz.

17/07	Deolinda	Portugal	Fado Folk Música tradicional	“Outras Histórias”, de 2016, é o quarto álbum de estúdio da banda. Registado em coprodução com João Bessa, com participação de Manel Cruz (Ornatos Violeta), Riot (Buraka Som Sistema) e da Orquestra Sinfonietta de Lisboa
24/07	Galandum Galundaina	Portugal	Música tradicional	Grupo de música tradicional mirandesa.
31/07	Danças Ocultas	Portugal	Folk	O coletivo de acordeões "Danças Ocultas" tem um novo disco. "Amplitude" foi gravado ao vivo, no CCB e na Casa da Música, e assinala os 20 anos do lançamento do primeiro álbum do grupo.
07/08	Rogério Charraz	Portugal	Pop rock Música de intervenção	Não tenhas Medo do Escuro" é o novo disco de Rogério Charraz, um registo mais acústico, orgânico e ligado às raízes da música portuguesa. Para além de José Fialho Gouveia, que assina metade das letras do disco, há parcerias com a fadista Katia Guerreiro, a guitarrista Marta Pereira da Costa e o pianista Júlio Resende.
15/08	Pensão Flor	Portugal	Música tradicional portuguesa Jazz	Os Pensão Flor chegam ao seu segundo álbum, “Sul”, inspirados pela música portuguesa de raiz, seja urbana como o fado de Lisboa ou de inspiração mais rural.
22/08	Roberta Sá	Brasil	MPB	Roberta Sá apresenta "Delírio" ao vivo no Teatro Tivoli, em Lisboa. Participação especial de António Zambujo numa canção de Mário Lago que cruza o Samba Canção com o fado. "Delírio" foi editado em 2015 e casa o Samba com a Bossa Nova e a MPB.
28/08	Marta Pereira da Costa	Portugal	Fado	O primeiro álbum da guitarrista Marta Pereira da Costa pretende dar outras respirações à guitarra portuguesa, não a restringindo ao fado, passando pela música portuguesa, <i>world music</i> , jazz, entre outros géneros musicais.
04/09	Monda	Portugal	Cante alentejano	Uma abordagem contemporânea ao Cante Alentejano. O projeto quer servir a tradição a novos públicos tanto no país como no estrangeiro. O trio é composto por uma guitarra, um contrabaixo e um piano.

11/09	Hélder Moutinho	Portugal	Fado	O novo disco do fadista Hélder Moutinho, "O Manual do Coração" integra maioritariamente fados-canção, mas guarda espaço para alguns temas que respeitam a estrutura do fado tradicional.
18/09	Raquel Tavares	Portugal	Fado	Depois de uma paragem de oito anos, a fadista regressa aos discos com "Raquel", o terceiro álbum de originais.
25/09	Caruma	Portugal	Folk	O colectivo CARUMA desvenda alguns dos temas do seu novo disco.
02/10	Teresa Cristina	Brasil	MPB Samba	Cantora carioca Teresa Cristina apresenta o seu mais recente trabalho discográfico, totalmente constituído por composições de Angenor de Oliveira (1908-1980), conhecido como "Cartola".
09/10	Carla Pires	Portugal	Fado	"Aqui" é o novo disco de Carla Pires que se segue aos dois álbuns editados em nome próprio, "Ilha do Meu Fado" (2005) e "Rota das Paixões" (2011), e mais um com o Quinteto Amália, "O Fado em Concerto" (2002). Com músicas originais de António Zambujo, Mário Pacheco para poemas de Rosa Lobato de Faria, David Mourão- Ferreira, Tiago Torres da Silva, a que se juntam temas de Zeca Afonso, Fernando Tordo/Ary dos Santos e Carla Pires/Alfredo Marceneiro.
16/10	Paco Bandeira	Portugal	Música popular portuguesa	"O povo é sempre bom" é o novo disco de Paco Bandeira, cinco anos depois da edição do último disco. Este trabalho que conta com canções selecionadas, das 600 canções editadas ao longo da sua carreira.
24/10	António Zambujo	Portugal	Fado	As canções de Chico Buarque na voz de António Zambujo num registo intimista : "Até pensei que fosse minha". Este trabalho conta com várias colaborações e é composto exclusivamente por canções de Chico Buarque.
30/10	Dino d'Santiago	Cabo Verde	Batuku Funaná Jazz	O álbum "Dentu Bó" inclui 10 temas inspirados nos sons étnicos das ruas de Lisboa, Luanda, São Paulo e Santiago.
06/11	Graveola e o Lixo Polifónico	Brasil	Rock Samba Funk Bossa nova	Pela segunda vez em 2016, LG Lopes é convidado do programa, desta vez como membro da banda Graveola e o Lixo Polifónico.

13/11	Caixa de Pandora	Portugal	Fado Folk	“Rota das Afinidades”, o novo disco do projeto Caixa de Pandora. Com colaborações e concertos pela Índia e China. São 16 novas canções e afirma a consolidação artística do trio.
20/11	Fábia Rebordão	Portugal	Fado	A produção de “Eu” é assinada por Jorge Fernando, com New Max e Hugo Novo. Para além de composições da própria artista, tem a colaboração de Rui Veloso, Jorge Fernando, Dino d’Santiago, Tozé Brito e Pedro da Silva Martins na autoria dos temas.
27/11	Yolanda Soares	Portugal	Fado Clássica Tradicional Rock sinfónico	A cantora Yolanda Soares com um CD em que o fado surge com sonoridades barrocas. Trata-se do seu álbum de estreia, no qual interpreta três inéditos e recria fados de Amália Rodrigues e Lucília do Carmo.
04/12	Cristina Branco	Portugal	Fado	"Menina" conta no primeiro single “E às vezes dou por mim” com uma colaboração de Filho de Mãe (instrumental) e André Henriques (letra), dos Linda Martini. O disco tem outras parcerias, como Cachupa Psicadélica, Peixe, Ana Bacalhau, Kalaf (Buraka Som Sistema), Jorge Cruz (Diabo na Cruz), Mário Laginha, Pedro da Silva Martins e António Lobo Antunes.
11/12	Aline Frazão	Angola	Semba Jazz	Aline Frazão editou em Portugal e Angola “Insular”, o seu terceiro disco de originais. Apresenta parcerias com a poetisa angolana Ana Paula Tavares e a rapper portuguesa Capicua.
18/12	Bruno Pernadas	Portugal	Folk Jazz Pop rock	Bruno Pernadas junto a pop ao jazz num regresso duplo. Depois de em 2014 ter assinado o seu primeiro disco, lança dois discos de uma vez só: “Worst Summer Ever”, um disco de jazz, e “Those Who Throw Objects At The Crocodiles Will Be Asked To Retrieve Them”, do universo da pop de câmara.
25/12	Bicho do Mato	Portugal	Rock	Com uma sonoridade entre a música tradicional, o rock, o folk e a <i>world music</i> , o Bicho do Mato apresenta o novo disco “A Vingança do Bicho do Mato”, cantado e tocado em Português.