

Dados recolhidos permitem orientar medidas a nível legislativo, executivo e tecnológico

ERC publica estudo “A Rádio Local na Sociedade Portuguesa”

A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social publica, esta quarta-feira, o estudo “A Rádio Local na Sociedade Portuguesa” que corresponde à segunda parte da análise que o regulador, iniciou em 2022, ao setor da Rádio em Portugal, e que agora se propõe dar a conhecer a visão das organizações locais e da população relativamente às rádios locais e retratar a forma como o setor se apresenta como alternativa no panorama mediático nacional.

O Estudo foi conduzido pelo Departamento de Análise de *Media* da ERC e assenta em entrevistas a investigadores, inquérito às organizações da sociedade civil e autarquias, e inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local. Organizado em quatro capítulos, agrega o diagnóstico dos especialistas ao estado do setor e aspetos que consideram mais críticos; a relação das rádios com a comunidade em que se inserem, pela perspetiva dos atores locais; as perceções, a satisfação e as expectativas dos públicos de rádios locais e as razões para o afastamento dos não ouvintes e a caracterização das práticas de escuta (onde se ouve, os equipamentos utilizados, os períodos horários, entre outros).

Da auscultação dos diferentes grupos que participaram neste trabalho, verifica-se que persiste o entendimento de que a rádio local continua a ser relevante e que, quando efetivamente ofereça conteúdos de proximidade, desempenha um papel de interesse público nas localidades onde está presente. Esta conclusão convive com a perceção predominante de que a rádio local perdeu importância relativa perante outros meios de comunicação.

Perante os dados recolhidos, a ERC produz no Estudo um conjunto de Recomendações de foro legislativo, de políticas de apoio para o setor e de gestão do espectro radioelétrico, no sentido de reforçar o caráter de proximidade da rádio local. Em detalhe:

Na esfera legislativa:

- Mitigar, em futuros processos de alteração legislativa, a desafetação das rádios locais às áreas geográficas para que foram licenciadas, permitida pelas revisões da Lei da Rádio ocorridas em 2001 e 2010 – designadamente através de normas facilitadoras de concentração, de associações e parcerias e de deslocalização da produção sem as correspondentes garantias de manutenção do vínculo às comunidades locais – por se ter verificado que o declínio de localismo na programação da rádio local, ocorrido nas últimas décadas, está relacionado com esta orientação;
- Regular o financiamento autárquico das rádios, por se ter verificado que as câmaras municipais são tendencialmente o ator local com relação mais próxima à rádio local, que em muitos casos contribui já para o seu financiamento (através de compra de publicidade e outros tipos de apoio). Face a esta realidade, importará prever mecanismos de salvaguarda da transparência de financiamento das rádios locais. Por exemplo, como

sugerido por especialistas, definir que o apoio financeiro das câmaras municipais às rádios seja sujeito a aprovação em assembleia municipal por maioria de dois terços;

- Estudar a pertinência de uma reclassificação da tipologia, com vista a permitir diferenciar as rádios locais que mantêm um serviço de proximidade das restantes (por exemplo, rádios temáticas musicais com programação de carácter local muito reduzida ou inexistente), com correspondente regulamentação tanto ao nível da admissibilidade de tipologias distintas numa área geográfica relevante como de condições diferenciadas para o acesso à atividade e para o seu exercício, consoante a tipologia autorizada (ex.: especificidade relativa a obrigações, apoios públicos, financiamento autárquico);
- Também em matéria de classificação, estudar a eventual criação do estatuto de *rádio comunitária*.

Na esfera executiva:

- Desenvolver uma estratégia de valorização dos recursos humanos, nas vertentes de desenvolvimento de competências e de melhoria de condições de empregabilidade;
- Adotar medidas com vista ao reforço da presença das rádios locais no ambiente digital, tanto na vertente de digitalização de arquivos sonoros, com um fim de preservação de património, quanto na vertente da oferta não-linear de conteúdos, com um fim de diversificação de formas de consumo;
- Criar incentivos a parcerias entre as rádios locais e organizações sem fins lucrativos de âmbito local, em particular escolas de todos os graus de ensino. Estes incentivos, inscritos na prioridade atualmente conferida à literacia mediática, devem visar o estímulo à proximidade e à inovação em matéria de conteúdos.

Na esfera tecnológica:

- Propor à ANACOM a avaliação da possibilidade de requalificação e reordenamento do espectro hertziano terrestre destinado à radiodifusão sonora, não só atualizando as perspetivas de evolução para a difusão digital hertziana como estudando os cenários de uma eventual disponibilização de micro-frequências para a criação de rádios comunitárias.

Em anexo, disponibiliza-se a versão completa do Estudo “A Rádio Local na Sociedade Portuguesa”.

Lisboa, 19 de julho de 2023

ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL



A Rádio Local na Sociedade Portuguesa



JUNHO 2023

A RÁDIO LOCAL NA SOCIEDADE PORTUGUESA

Ficha Técnica

Título

A Rádio Local na Sociedade Portuguesa

Supervisão

João Pedro Figueiredo, Vogal do Conselho Regulador da ERC

Autoria

Maria João Taborda, Técnica do Departamento de Análise de *Media* ERC

Humberto Pestana, Técnico do Departamento de Análise de *Media* ERC

Colaboração

Joana Martins, Secretária do Departamento de Análise de *Media* ERC

Apoio à revisão de texto

Alexandra Figueiredo, Técnica do Departamento de Análise de *Media* ERC

ISBN

978-989-53365-4-8

Lisboa, junho de 2023

ÍNDICE

Introdução	1
Visão dos especialistas.....	5
O que se entende por localismo?	7
O ideário da rádio local.....	7
Funções da rádio local	9
Avaliação do desempenho do setor e fatores associados	12
Um setor a duas velocidades	12
Enquadramento explicativo do diagnóstico.....	15
Outros temas abordados	19
Evolução futura.....	22
Revisão de classificações e reordenamento do espectro	22
Pistas para a configuração jurídica da categoria de rádio comunitária	24
Políticas de reforço do localismo	25
Reforço da sustentabilidade económica do setor	26
Visão da sociedade civil e autarquias.....	28
Práticas de comunicação	30
Relação com as rádios locais	34
Abrangidos por uma rádio local.....	36
Perceções sobre as rádios locais	41
Programação	41
Relação da rádio com outras entidades locais.....	46
Independência e pluralismo	47
Expectativas.....	50
Programação	51
Financiamento autárquico.....	53
Publicidade institucional do Estado	55
Políticas públicas.....	56
Conclusões.....	60
Visão da população.....	62
Caracterização dos ouvintes	64
Razões dos ouvintes de rádio local	70
Não ouvintes de rádio local e razões de não ouvir rádio local.....	78

Perceções sobre a rádio local	85
Satisfação dos ouvintes de rádio local	92
Expectativas sobre a evolução da rádio local	96
Hábitos de informação	100
Conclusões.....	104
Caracterização dos públicos de rádio local.....	108
Desde quando ouve a rádio local.....	108
Tempo médio diário de escuta	110
Locais de escuta.....	111
Equipamentos de escuta	114
Horários de escuta.....	118
Conclusões Gerais.....	127
Recomendações	131
Bibliografia.....	133
Anexos	136
A. Metodologia	136
B. Entrevistas	144
C. Análises complementares.....	178

INTRODUÇÃO

A origem das rádios locais portuguesas remonta ao final dos anos setenta como iniciativa dos cidadãos na procura por espaço de expressão no panorama dos *média*, para dar voz as populações locais e como alternativa face à limitada oferta.

O espectro radiofónico, após a queda da ditadura em 1974, era ocupado por um número reduzido de emissoras, sendo dominado por duas rádios de cobertura nacional: a Rádio Renascença, propriedade da Igreja Católica, e a RDP, rádio de serviço público.

A falta de um quadro legal que regulasse as rádios locais leva a que estas tenham inicialmente mantido a sua atividade de modo ilegal, sendo conhecidas como rádios piratas ou livres. A luta pela liberalização do setor decorreu nos anos oitenta, e um elemento fundamental que serviu como argumento para a sua legalização, em 1988, foi que através das rádios locais era possível criar conteúdos de proximidade capazes de gerar um sentido de pertença e familiaridade nas comunidades¹.

Desde essa altura, o setor vem enfrentando problemas estruturais, relacionados antes de mais com a falta de recursos financeiros, técnicos e humanos. Trata-se de um setor cuja sustentabilidade financeira é dificultada por um mercado publicitário de dimensões limitadas. Essa conjuntura favoreceu novos desordenamentos do setor. Como descreve Luís Bonixe, “[n]a primeira metade da década de 90, assiste-se a um cenário caótico caracterizado por estações que apesar de terem obtido alvará nunca emitiram, outras que se viram obrigadas a ceder espaços horários para outras rádios de maior dimensão e outras ainda que passaram a emitir em cadeia” (2013, p. 178).

Assim, várias alterações ao quadro legal, nos anos noventa e nos primeiros anos do século XXI, procuraram regular estas situações, com a criação de normas que tiveram como um dos efeitos a facilitação crescente de fenómenos de concentração, quer de propriedade quer de programação.

Nesse sentido, como se conclui no Volume I deste estudo, a atual Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro), “por via das associações e parcerias, possibilitou o aumento da zona de influência dos maiores grupos e a constituição de cadeias de base territorial alargada. Tal permitiu a consolidação de novos projetos radiofónicos, essencialmente de serviços de programas temáticos –

¹ No diploma que permitiu a legalização das rádios locais estão presentes os fins específicos da atividade privada e cooperativa de radiodifusão de cobertura regional e local, que resumem a importância do princípio de proximidade destas rádios: “a) Alargar a programação radiofónica a interesses, problemas e modos de expressão de índole regional e local; b) Preservar e divulgar os valores característicos das culturas regionais e locais; c) Difundir informações com particular interesse para o âmbito geográfico da audiência; d) Incentivar as relações de solidariedade, convívio e boa vizinhança entre as populações abrangidas pela emissão” (Lei da Rádio, 87/88 de 30 de julho de 1988).

musicais, mas também informativos e de informação desportiva –, integrados nesses grupos económicos com maior escala” (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2022, p. 19). Como também se observa, “[s]e a concentração da propriedade da rádio local e dos grandes projetos, por um lado, é tida como importante para garantir a sua viabilidade, por outro lado, poderá estar a sacrificar parte da sua identidade local na programação e na informação, com claro prejuízo para o pluralismo” (2022, p. 20).

Exemplo desse potencial risco é a flexibilidade da lei relativamente a alterações de projetos de rádio e respetivas reclassificações. Ou seja, uma rádio local classificada como generalista pode, ainda que sob escrutínio da ERC, alterar o seu projeto para rádio temática, aliviando as suas obrigações e assim reduzindo custos. Com esta alteração, o número de rádios temáticas, principalmente musicais, aumentou na última década; de acordo com os registos da ERC, estas passaram de 32 em 2011 para 83 em 2022².

Em suma, como se alerta na primeira parte do estudo “terá de se interrogar sobre se a evolução dos últimos anos, ainda que permitindo a consolidação e sucesso de vários projetos radiofónicos, não tem conduzido em paralelo à crescente desertificação da rádio local em certas geografias do país e, onde ela existe, ao empobrecimento das suas características de proximidade” (p. 20).

É neste cenário, de um possível afastamento do princípio das rádios locais, que se enquadra a segunda parte deste estudo, que se propõe conhecer a visão das organizações locais e da população, essencial para completar a caracterização do setor da rádio local em Portugal. A ERC considera assim que as comunidades locais, que são a própria razão de ser da rádio local, são os interlocutores habilitados a avaliar de que formas, hoje em dia, as rádios locais se constituem como alternativa no panorama mediático nacional e o valor que daí advém às populações.

Desta forma, se no primeiro volume deste estudo o diagnóstico foi realizado com base em dados resultantes da atividade da ERC e na auscultação do setor (inquérito aos operadores), neste volume o propósito é compor um diagnóstico a partir do exterior, ou seja, de interlocutores da sociedade portuguesa que têm relação com a rádio local. Esta parte do estudo assentou assim em três linhas de trabalho complementares:

- 1) entrevistas a investigadores,
- 2) inquérito às organizações da sociedade civil e autarquias, e
- 3) inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local.

² Salienta-se que grande parte dos pedidos de modificação de projetos se deu nos primeiros três anos após a entrada em vigor da lei atual e justificou a preocupação do regulador, que em 2012 aprova a “Diretiva sobre a promoção da diversidade informativa nas rádios”.

Destas três linhas de trabalho, a terceira foi pensada para a produção de dados estatisticamente representativos da população, objetivo alcançado com o apoio da Marktest. A primeira foi constituída como barómetro e a segunda como inquérito a uma amostra não probabilística – metodologias que, mais do que procurar significância estatística, pudessem resultar numa representação tão plural quanto possível das perceções de atores relevantes para se conhecer a importância da rádio local na sociedade portuguesa atual.

Estrutura

O volume organiza-se em quatro capítulos, que concretizam aquelas linhas de trabalho:

Visão dos especialistas: Considerando que a rádio é uma área sub-representada no campo de estudos da comunicação, o que se acentua no caso da rádio local, no âmbito deste estudo, considerou-se que seria pertinente refletir com um conjunto de informantes privilegiados sobre a importância social da rádio local, pedindo-lhes o seu diagnóstico do estado do setor e uma análise dos aspetos que consideram mais críticos. No primeiro capítulo apresenta-se a súpula dessas visões.

Visão da sociedade civil e autarquias: Neste capítulo apresenta-se os resultados do inquérito às organizações da sociedade civil e do poder local. O objetivo geral deste inquérito foi caracterizar a realidade atual da relação das rádios com a comunidade em que se inserem, pela perspetiva dos atores locais – organizações da sociedade civil e autarquias. Pretendeu-se identificar de que formas estas se relacionam com as rádios locais, conhecer as suas perceções e as suas expectativas sobre o setor, bem como reconhecer eventuais processos de distanciamento entre as rádios e as suas comunidades que possam ter ocorrido, em resultado da presente lei ou de outros fatores.

Visão da população: A participação dos cidadãos, especificamente dos ouvintes de rádios locais, completa o conjunto de capítulos essenciais, neste estudo, para uma maior aproximação à visão da sociedade portuguesa sobre a rádio local. Os estudos realizados sobre os ouvintes centram-se muitas vezes na caracterização do consumo e das audiências de rádio; no presente capítulo a ERC, procurou ir além desta descrição, indagando sobre as perceções, a satisfação e as expectativas dos públicos de rádios locais. Considerou-se igualmente relevante conhecer os não ouvintes, por coerência com um dos propósitos deste estudo, aferir e compreender o afastamento de segmentos da população face à rádio local.

Caracterização dos públicos de rádio local: Pretende-se sobretudo descrever as práticas de escuta de rádio local, com dados obtidos no inquérito à população, como onde se ouve, os equipamentos utilizados, os períodos horários de escuta, entre outros, em função do perfil sociodemográfico e o tipo de programação da rádio local.

Finalmente apresentam-se as *Conclusões Gerais e Recomendações* que resultam do cruzamento das três linhas de trabalho desenvolvidas. As recomendações são não só de ordem legislativa como apontam alguns rumos para políticas para o setor.

Nos anexos, além de apresentar outras análises complementares dos principais resultados expostos no corpo do estudo, expõem-se os aspectos metodológicos da recolha e tratamento dos dados, assim como as entrevistas realizadas aos especialistas.

VISÃO DOS ESPECIALISTAS

A rádio é hoje uma área sub-representada no campo de estudos da comunicação, o que se acentua no caso da rádio local. Como dizia Madalena Oliveira (2013) há dez anos: “[o] índice de produção bibliográfica específica sobre o meio é francamente inferior ao de outras áreas com maior projeção editorial” (p. 76). Ao longo de uma década, o panorama não se alterou substancialmente, tendo porém havido alguns sinais de intensificação da pesquisa científica e de aumento da visibilidade de trabalhos que até ao início da década de 2010 se fazia de forma isolada e dispersa por algumas universidades.

No âmbito deste estudo, considerou-se que seria pertinente refletir com um conjunto de informantes privilegiados sobre a importância social da rádio local, pedindo-lhes o seu diagnóstico do estado do setor e uma análise dos aspetos que consideram mais críticos. Estas conversas tiveram como propósito, por um lado, contribuir para uma melhor definição dos tópicos que importaria explorar nos dois inquéritos analisados nos capítulos seguintes, – ou seja, contribuir para a preparação daqueles instrumentos de recolha de informação – e, por outro lado, recolher um conjunto de perceções de figuras simultaneamente conhecedoras do setor e cuja relação com o mesmo lhes permitisse produzir juízos desinteressados.

Com objetivo de contactar com a maior pluralidade de visões possível, procurou-se constituir um painel diversificado de especialistas, tanto em relação aos temas que trabalham, quanto ao seu enquadramento universitário, tendo também atenção à importância de procurar descentralização geográfica.

As perspetivas aqui plasmadas resultam da consulta a especialistas com três perfis distintos:

- 1) Investigadores com publicação e envolvimento em projetos sobre a rádio local em Portugal, nomeadamente Ana Isabel Reis (Faculdade de Letras da Universidade do Porto), Carlos Camponez (Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra), Luís Bonixe (Instituto Politécnico de Portalegre) e Madalena Oliveira (Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho);³
- 2) Na dupla qualidade de especialistas e antigos membros do Conselho Regulador da ERC, foram também entrevistados Alberto Arons de Carvalho e Elísio de Oliveira. Estas entrevistas houve especial atenção a questões mais diretamente relacionadas com a regulação do setor;

³ Há outros investigadores com trabalho relevante sobre a rádio local e temas conexos. O objetivo não foi entrevistar todos os investigadores que em Portugal se dedicam a essa área, nem tal seria possível no âmbito deste estudo.

- 3) Miguel Henriques, ex-chefe da Divisão de Consignação de Frequências e Licenciamentos da ANACOM⁴, cuja entrevista se focou mais nos aspetos técnicos (espectro radioelétrico e digitalização).

A súmula aqui apresentada irá refletir a estrutura das entrevistas semi-diretivas, alicerçada nos seguintes objetivos gerais:

- Caracterizar a importância atribuída à rádio local na sociedade portuguesa (funções distintivas da rádio local face aos outros *media*);
- Avaliar o modo como essas funções têm sido desempenhadas e aprofundar a compreensão dos fatores condicionantes desse desempenho;
- Identificar linhas fortes e pistas de reflexão para a evolução da rádio local, em particular no domínio legislativo e no campo das políticas públicas.

Relativamente a cada um dos subtemas abordados, para além da síntese das principais ideias, serão apresentados os excertos correspondentes, com atribuição de autoria. Dentro de cada secção de texto, a exposição das ideias segue uma ordem decrescente de graus de relevância e consenso, permitindo assim dar maior evidência às visões dominantes sobre cada assunto (para consultar as entrevistas realizadas, cf. anexo B).

⁴ Quando foi realizada a entrevista, em maio de 2022, o Eng. Miguel Henriques encontrava-se a exercer o cargo de Chefe da Divisão de Consignação de Frequências e Licenciamento da ANACOM. Funções que culminou em junho de 2022.

O que se entende por localismo?

O ideário da rádio local

Com as sucessivas alterações à Lei da Rádio, cabe perguntar: o que se entende, hoje em dia, por rádio local? Se é permitido que as estações tenham os estúdios fora do município para onde emitem, rádio local não se define pelo *lugar a partir de onde emite*. Se uma rádio local não depende de uma frequência hertziana para existir, podendo ser ouvida através da Internet em qualquer parte do mundo, então cada vez menos o traço definidor é *o lugar para onde emite*. A rádio local não se define assim pela sede das suas instalações ou pelo âmbito de cobertura. O elemento distintivo que se mantém mais fiel ao espírito da rádio local, à prova de alterações – legislativas, tecnológicas, económicas ou sociais – e que todos concordam que importa preservar, é ser *acerca de um lugar*.

Com efeito, é da programação que depende o localismo da rádio. Esta é uma visão amplamente partilhada pelos especialistas consultados. Elísio de Oliveira articula esta ideia com muita clareza, ao defender que o que motiva o interesse das pessoas pela rádio local são os conteúdos: *“Isto está relacionado com a política de conteúdos e dos apoios à atividade. Hoje, dadas as tecnologias, é indiferente o ponto a partir de onde é emitido: o que interessa é o ajustamento do conteúdo à audiência”*.

Apesar das profundas alterações no panorama mediático, o *ethos* da rádio local continua a estar associado ao ideário herdado das rádios piratas, como aponta Madalena Oliveira: *“No contexto português, o modo como se pensa o papel da rádio local está muito ligado à memória e ao imaginário do que foram as rádios piratas e o início das rádios locais no final da década de 80 e na transição para a década de 90”*.

Que ideário é este? A diversidade, o pluralismo, a coesão social e territorial, a proximidade e a independência são os princípios que sobressaem, deste conjunto de entrevistas, enquanto pilares associados ao ideal de rádio local.

Diversidade e pluralismo significam, nesse contexto, a ampliação do espaço de participação no debate público, pelo alargamento do espaço mediático, tendencialmente centralista, a temas e atores sub-representados ou mesmo excluídos. Questiona Ana Isabel Reis, porque surgiram as rádios piratas? Em seu entender, porque *“havia uma grande centralização do poder e dos temas da agenda mediática e houve a necessidade de dar voz a quem não a tinha. No fundo, serem as pessoas da comunidade a fazer, elas próprias, os meios pelos quais se expressam, resultando daí uma identificação muito maior das suas necessidades, anseios, preocupações e, ao mesmo tempo, a divulgação dos seus valores culturais e, digamos assim, a sua manutenção enquanto micro sociedades”*.

Este olhar tem uma conotação política, na medida em que valoriza o alargamento da participação possibilitado pela rádio local. Nesse sentido, estes princípios relacionam-se com o da *coesão territorial*, em que se reconhece a importância de corrigir desequilíbrios e reduzir disparidades entre regiões. A ideia é partilhada por Bonix, quando afirma:

Se pensarmos que muitas das localidades deste país não têm uma representação mediática frequente nos principais meios de comunicação social principais – aqui entenda-se, os nacionais. É sobretudo através dos meios locais, não só a rádio, como os jornais, que essa representação mediática pode ser feita.

E portanto, a importância fundamental dos meios locais é a de servirem como um palco para que essas comunidades possam efetivamente ver-se representadas na discussão pública.

O valor da *coesão social* é associado à rádio local para sublinhar os sentimentos de pertença que aquela alimenta e o seu contributo para construir sentidos de comunidade. É um princípio relacionado com a representação sociocultural, ou seja, aquele que mais diretamente invoca a noção de identidade.

A dimensão social está na base das rádios locais, é a sua razão de existir e é por isso que se mantêm ligadas à comunidade; refiro-me à coesão social, à tradição oral, à perpetuação da cultura, dos valores, daquilo que identifica as pessoas ao nível de pequenas comunidades. Há aqui uma noção de construção de identidade local muito importante, que também acaba por dar lugar à diversidade (Ana Isabel Reis).

A *proximidade* é um traço distintivo da rádio local relativamente aos órgãos de alcance geográfico mais amplo; é através dela que se efetiva a diversificação dos conteúdos. Ou seja, a rádio local distingue-se da restante oferta porque permite aos cidadãos saberem o que se passa no lugar onde moram ou ao qual pertencem. Esta ideia é articulada por Arons de Carvalho da seguinte forma: “*Vejo a rádio local como uma rádio de proximidade. Portanto, a importância que tem, ou que deveria ter, tem a ver com a especificidade, ou seja, a proximidade com os públicos-alvo*”. Carlos Camponez e Ana Isabel Reis salientam a importância deste sentido de proximidade associado à rádio local. Reis defende mesmo que a missão fundacional da rádio local está ligada à manutenção da coesão social e de identidades locais: “*a partilha dos valores, da língua que nos une, da ligação às comunidades migrantes, que são muito importantes e vai além dos limites território geográfico que poderia confinar a rádio local. Daí falar-se em proximidade e não em local*”. E Camponez reitera que essa proximidade tem muito um sentido de identificação sociocultural, de vinculação comunitária, defendendo que os “*media regionais e locais permitem a partilha a noticiabilidade de uma*

mundividência que raramente é refletida pelos media nacionais". Ambos lembram também que a facilidade de acesso ao meio, a oralidade e a acessibilidade da linguagem utilizada nas rádios locais, dilui dificuldades de acesso e contribuem também para reforçar um sentido de pertença.

A *independência* é outro dos princípios mais associados à importância da rádio local. Neste sentido, considera-se essencial a salvaguarda de condições para que as rádios possam assegurar com autonomia (editorial e de gestão) o seu serviço à comunidade, ou seja, livres da instrumentalização por outros poderes. Por se tratar de *media* de âmbito local, o poder mais próximo, e visto como potencialmente mais intrusivo, é o poder autárquico. Esta questão prende-se com a da proximidade, sendo equacionado como o aspeto negativo daquela:

O jornalista trabalha em pequenas comunidades e, portanto, de manhã, antes de ir trabalhar vai ao café e na mesa do lado está o presidente de câmara ou presidente da junta, todos se conhecem e qualquer coisa tem uma consequência imediata. Esta proximidade é tanto positiva como negativa. É positiva porque são, muitas vezes, as autarquias que mais sustentam as rádios através de alguma publicidade institucional, mas isso também tem outro tipo de contrapartidas que podem ser claras ou menos claras. O mesmo acontece nos órgãos nacionais. No fundo não há diferença. A única diferença é que, como o meio é mais pequeno, as coisas são muito mais sentidas na pele (Ana Isabel Reis).

Em suma, na visão dos especialistas, a rádio local é conotada com a prestação de um serviço de interesse público, que não só permite ampliar o alcance do serviço cumprido pelos órgãos nacionais como assume funções diferenciadas das daqueles órgãos.

Funções da rádio local

Em concreto, os especialistas consultados identificam claramente quatro funções associadas à importância da rádio local (apresentados por ordem decrescente do número de pessoas que lhes conferiram relevância): informação, combate ao isolamento, produção de património cultural e sonoro e, por fim, promoção de desenvolvimento local.

Para todos os auscultados, a função de informar é, sem hesitação, a mais relevante. E falar de *informação* significa não só valorizar conteúdos informativos de natureza jornalística quanto de natureza utilitária. Como se verá nos capítulos seguintes, a importância desta função é corroborada pelos resultados dos inquéritos, tanto o das organizações quanto o dos indivíduos. Madalena Oliveira alerta para o facto de que, se a informação é o elemento distintivo da rádio local, este tipo de conteúdo é também o mais oneroso: “[A] *distintividade faz-se por um dos campos onde é mais difícil sustentar economicamente as rádios, a informação. É preciso fazer uma grande aposta na*

informação local para que haja esse espaço de diferenciação da rádio local relativamente aos outros meios”. Carlos Camponez concorda, alertando para que os estudos de sustentabilidade do setor devem ponderar o custo económico da produção de conteúdos de proximidade: “Tenho acompanhado alguns estudos sobre a viabilidade económica dos media regionais. Alguns deles padecem de um certo lirismo, pois defendem a comunicação de proximidade e hiper-local. Se concordo com o papel destas formas de comunicação, há que levar também em conta que a comunicação de proximidade é muito onerosa. Para termos informação de proximidade temos de estar no terreno, temos de ir aos locais”.

No combate ao isolamento, é aos programas de entretenimento que a maioria dos especialistas reconhece o papel mais relevante, sobretudo devido à interação que a audiência estabelece com o animador, figura imbuída de grande familiaridade: “Os dados, no caso de Portugal, apontam para o facto de a população do interior ser em menor número e mais envelhecida. Para esta população a rádio funciona como companheira, uma voz de fundo em várias situações do seu quotidiano” (Carlos Camponez); “o locutor é quase uma pessoa da própria comunidade e, às vezes, conhece pessoalmente os ouvintes, conhece as realidades, sabe de que rua se está a falar, conhece o contexto, o que cria uma relação de familiaridade com as pessoas” (Madalena Oliveira).

A tensão entre estas duas funções é por vezes saliente. Se a função de companhia é bastante valorizada, Luís Bonixe, por exemplo, sublinha que a função mais relevante é aquela que contribui para o direito constitucional à informação:

Julgo que a informação é o mais importante serviço à comunidade e que é sobretudo aí que as rádios locais podem e devem fazer a diferença. Com espaços informativos, debates, noticiários, que permitam às pessoas aceder a informação e a confronto de ideias. A rádio em particular, que tem esta vantagem de poder promover debates em períodos eleitorais, de ter a voz dos candidatos, para ajudar os cidadãos a decidir em consciência, conhecendo as propostas. A rádio local tem de ter uma ligação à comunidade que ultrapasse o programa de discos pedidos. Os programas de discos pedidos são uma instituição de facto, são importantes pela relação com a comunidade, mas a rádio local não pode reduzir-se a eles.

Outra função valorizada é a *produção de património cultural sonoro*. Esta função é subexplorada face ao seu potencial e à sua importância, e esta falta de sensibilidade é sublinhada pelos investigadores, pelo impacto que tem na produção de conhecimento. Veja-se a leitura que apresenta Madalena Oliveira:

Como país, ainda não somos suficientemente sensíveis ao valor patrimonial dos registos sonoros. Não há ainda uma estrutura que faça o arquivo das produções radiofónicas e, do ponto de vista da investigação académica, isso é uma grande lacuna. Não há um local onde se possa ir ver/ouvir os registos. Se alguém quiser fazer uma análise da cobertura da imprensa, vai à hemeroteca ou a uma biblioteca de arquivo distrital e em princípio encontra os registos todos. As próprias rádios não guardam arquivo a não ser pelo período legal obrigatório. Com a Internet passou a haver alguma possibilidade de guardar coisas, mas são avulsas, não estão organizadas numa estrutura formal, nacional, como poderá vir a ser o Arquivo Nacional do Som. E a rádio vive nesta ambiguidade: é um meio muito importante para conferir valor àquilo que é o ambiente acústico em que nos inscrevemos, às nossas memórias sonoras, porque dá acesso à voz de determinadas comunidades, porque regista músicas e sons característicos, quer por trabalhos mais ligados ao entretenimento, quer mais ligados à informação... mas aquilo que faz é efémero. Curiosamente, conferindo valor, esse valor depois não tem uma proteção suficiente para que, daqui por alguns anos, se possa ouvir o que se estava a emitir hoje. E penso que esta é também uma das razões por que os estudos de rádio demoraram muito tempo a desenvolver-se.

No excerto anterior, Madalena Oliveira aponta diversas dimensões da importância dos arquivos radiofónicos: o valor cultural, concretamente uma função de registo etnográfico e de perpetuação da tradição oral, e o valor histórico/documental.

O arquivo radiofónico é relevante como meio de preservação da diversidade linguística: *“As rádios locais são repositórios maravilhosos de tudo o que é uma identidade cultural, às vezes esquecida, da tradição oral, das histórias que contam, de línguas e falares locais, dos sotaques que se vão perdendo...”* (Ana Isabel Reis). Nesse sentido, inscreve-se na categoria de património imaterial, que é competência do Estado Português preservar. A este propósito, cabe lembrar que, para além do português, existem no nosso país dois idiomas identificados pela UNESCO como património imaterial em situação de risco (UNESCO, 2021); designadamente o mirandês (reconhecido enquanto língua oficial no concelho de Miranda do Douro pela Lei n.º 7/99, de 29 de janeiro) e o minderico (dialeto da vila de Minde).

Ana Isabel Reis alerta ainda para o risco de perda irrecuperável deste património, não preservado, nem sequer inventariado, disperso por acervos (muitos dos quais particulares): *“Por exemplo, para o estudo das rádios piratas, em certos casos já não há arquivos. Quando existem, são em fita magnética, um suporte que se deteriora, ou estão em casa de particulares”*.

Outra função social identificada no painel é a da rádio local enquanto motor de *desenvolvimento local*. Carlos Camponez esclarece que a “*rádio local é uma ferramenta ao serviço do desenvolvimento e há exemplos relevantes disso em vários países e comunidades que procuram explorar a sua agilidade, a sua fácil acessibilidade, a sua oralidade e as formas relativamente simples de transmissão de mensagens*”. A este respeito, existe consenso entre os especialistas quanto à importância de reforçar a proximidade das rádios ao terreno, preconizando a integração no tecido económico da região, em particular a estreita ligação com o setor da economia social – designadamente através de parcerias com estruturas da área associativa, escolas, e outras organizações do meio local.

A importância destas funções é corroborada pelos dois inquéritos de forma complementar. Isto é, no caso do inquérito à população, entre as principais motivações para ouvir rádio local (abaixo da música, que é a principal razão) estão a informação sobre a região, os animadores da rádio como companhia, a possibilidade de ouvir pessoas conhecidas e a divulgação da cultura e das tradições locais. Estas motivações encontram correspondência nas funções valorizadas pelos especialistas, associadas à informação, ao combate ao isolamento e à valorização do património. A quarta função da rádio – como meio de desenvolvimento local – encontra correspondência no outro inquérito realizado, dirigido às organizações locais. Neste, o estreitamento das relações das rádios locais com outras organizações da comunidade é considerado muito relevante pela maioria dos respondentes.

Avaliação do desempenho do setor e fatores associados

Um setor a duas velocidades

Há uma perceção partilhada pelos especialistas da rádio local como um setor muito heterogéneo; a heterogeneidade é uma característica apontada tanto à oferta de conteúdos quanto ao tecido empresarial. Outra visão comum é a da fragilidade estrutural, mesmo congénita, uma vez que é associada à génese do setor.

Na primeira vertente, quanto à oferta de conteúdos, são muito diversos os graus de localismo das cerca de 300 rádios locais ativas, lembra Luís Bonixe, que caracteriza assim esta heterogeneidade:

Encontramos rádios que continuam, do meu ponto de vista, a prosseguir objetivos de serviço à comunidade local, a representar e a dar expressão a essas comunidades. Há outras numa situação intermédia, digamos assim, com modelos mais próximos de uma programação e de uma informação nacional com breves incursões na informação local e na programação local. E temos as que abdicaram completamente; nalguns casos abdicaram porque as frequências já não pertencem sequer a empresas locais.

Por um lado, reconhece-se que muitas rádios continuam a servir a comunidade com programação própria de cariz local, o que é associado sobretudo ao interior do país. Por outro lado, aponta-se os muitos casos em que é notório o declínio na produção de conteúdos de proximidade, o que fragiliza a oferta informativa, fenómeno agravado pela interrupção das emissões regionais da RTP⁵. Este declínio na oferta de conteúdos locais é visto como sinónimo de desvirtuamento do próprio conceito de rádio local e do seu principal interesse público.

A causa da perda de localismo é atribuída sobretudo a dois fatores: o efeito das cadeias, ou seja, muitas rádios terem passado a ser retransmissoras, sobretudo no litoral, em torno dos grandes centros urbanos, e a alteração de projetos para temáticas musicais permitida com a última alteração legislativa: *“O problema é que com a Lei de 2010 abriu-se a porta para que as rádios locais generalistas passassem para temáticas musicais. Foi uma forma de as rádios combaterem a falta de recursos o que afetou as redações, porque quando se corta nalguma coisa, corta-se na redação que é o que dá despesa”* (Ana Isabel Reis). Dentro desta heterogeneidade, todos os especialistas concordam em assinalar uma tendência geral de défice de espaço nas rádios locais para conteúdos informativos, especificamente jornalísticos.

Em suma, entre os especialistas predomina a perceção de que se trata de um setor a duas velocidades, diagnóstico que converge em larga medida com as conclusões do primeiro volume do estudo. Como aí se afirma, na reorganização da paisagem radiofónica da última década *“é patente i) um padrão de desenvolvimento a duas velocidades, comparando as grandes rádios com as pequenas rádios hertzianas tradicionais; ii) uma distribuição assimétrica da disponibilidade deste meio nas várias regiões do país, comparando os maiores centros populacionais com zonas mais interiorizadas, despovoadas e envelhecidas”* (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2022, p. 19).

A perspetiva dominante é de uma avaliação negativa, no sentido de reconhecer um setor em crise estrutural: *“As condições que as rádios locais têm para desempenharem essas funções de proximidade são obviamente más”* (Arons de Carvalho). Contudo esta constatação de fragilidade empresarial não é generalizável, ou seja, também a esse nível se reconhece uma acentuada heterogeneidade: por um lado, predomina a perceção de que há cada vez mais rádios locais com capital detido por grupos económicos, com participações em várias rádios; os especialistas

⁵ A suspensão das emissões regionais decorre da eliminação, em 2012, da alínea a.1), da Cláusula 6.ª do CCSPRT, segundo a qual a Concessionária se obrigava a *“assegurar emissões regionais autónomas em período adequado do dia a partir dos centros regionais do Porto, Coimbra e Faro”*. A proposta mereceu parecer positivo do Conselho Regulador da ERC, com a ressalva *“de ser salvaguardado o interesse das populações dessas regiões na emissão nacional”*, conforme se pode consultar no Parecer 8/2012 - Parecer relativo ao Projeto de alteração ao Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2012).

consideram que, tendencialmente, esta concentração de propriedade está associada a uma descaracterização das emissões. Por outro lado, refere-se as rádios independentes (não detidas por grupos de comunicação), muitas das quais com sérias dificuldades de sustentabilidade económica. A perceção dos especialistas sobre estas empresas é de que estão tipicamente depauperadas de capital humano.

Luís Bonixe, responsável por um estudo levado a cabo em 2015, apresenta elementos relevantes sobre esta questão: *“Há uma questão muito preocupante, é a dificuldade em pagar salários a jornalistas. No inquérito que fiz em 2015, a esmagadora maioria era licenciada, ou seja, qualificada, mas recebia o ordenado mínimo nacional”*. Este défice na área dos recursos humanos significa também a falta de recursos para relançar estratégias, designadamente para investir em formação e renovação de competências, ou seja, subsistem com redações muito reduzidas, que só conseguem assegurar os mínimos em matéria de obrigações legais, numa lógica de sobrevivência e sem visão de futuro. Ana Isabel Reis acompanha este diagnóstico, concretizando:

Existe alguma oferta de cursos de formação e atualização que são fundamentais. Mas numa redação com dois jornalistas, se um vai para o curso de formação uma semana, o outro fica com duplo horário? E quem paga as despesas? E se há só um jornalista? Se este for fazer a formação, quem fica para fazer as notícias? Ou seja, as redações ficaram de tal forma reduzidas que, mesmo que queiram fazer uma atualização formativa para terem ferramentas para se renovarem, modernizarem, etc., esbarram com estas questões práticas... Esta questão já é um problema estrutural.

A perceção de que o setor se debate com uma crise, impeditiva de dispor de recursos humanos para investir numa oferta de melhor qualidade, é reconhecida por muitos interlocutores – não só especialistas mas, como é patente no capítulo seguinte, também os representantes da sociedade civil e do poder local estabelecem uma relação entre as dificuldades sistémicas e as possibilidades de oferecer conteúdos de qualidade⁶.

Os recursos humanos são uma área considerada especialmente problemática, desde já, pela falta de capacidade financeira das empresas para remunerar profissionais – jornalistas e técnicos – capazes de assegurar conteúdos de elevada qualidade, mas também pelo défice de profissionais qualificados em certas regiões, resultante do agudizar do despovoamento (como demonstrado pela evolução da densidade populacional de 1991 a 2021 no anexo C.1).

⁶ Cf. no presente estudo os capítulos *Visão da sociedade civil e autarquias* e *Visão da população*.

Enquadramento explicativo do diagnóstico

Para os especialistas, são de ordem diversa as causas associadas a esta evolução do setor e, para as compreender melhor, há que remontar ao processo de legalização de final dos anos 80. Na visão dominante do processo, foi tida em consideração sobretudo a oferta tecnológica, i.e, do espectro radioelétrico, sem suficiente ponderação da dimensão económica. Ou seja, foram legalizadas demasiadas rádios para a dimensão do mercado publicitário, com excesso de licenças em alguns municípios, como explica Luís Bonixe: *“Talvez não se tenha pensado bem que estas rádios iriam precisar de dinheiro, de publicidade. Algumas localidades não têm esse mercado publicitário para sustentar duas rádios. Eu diria até que não têm para uma, é por isso é que vão fechando. E as que não fecham têm recursos humanos muito exíguos”*. Arons de Carvalho acompanha esta visão: *“creio que o problema está na origem, no estudo que não foi feito nos anos 80. Estudou-se a viabilidade técnica hertziana das rádios e não a viabilidade económica, e foi aí o erro de raiz que nunca mais foi ultrapassado”*. Na qualidade de deputado da Assembleia da República à data do processo de legalização, recorda:

No primeiro concurso público, a definição da oferta em função apenas de características técnicas teve a ver com uma resposta, o mais ampla possível, em relação ao movimento de rádios piratas nos anos 80. Nesse período e nessas rádios, havia muitos jovens que não tinham qualquer interesse em se profissionalizarem, mas apenas queriam participar no espaço público. Havia muito entusiasmo, mas a sustentabilidade económica ou financeira das empresas que viriam a constituir-se não era minimamente fundamentada.

Se o setor padece de uma fragilidade em parte explicada pelas circunstâncias da sua génese, os especialistas invocam outros fatores explicativos, de ordem tecnológica, sociodemográfica e jurídica.

Na dimensão tecnológica, as principais alterações assinaladas pelos especialistas são o surgimento e a massificação de meios digitais e, concomitantemente, as alterações nas formas de consumo e também de produção. Luis Bonixe considera que, sendo inevitável, a competição com os novos *media* tem de ser encarada como motor de inovação para as rádios: *“as web rádios, as rádios pessoais, o podcast, são uma realidade. As rádios têm de encontrar formas de também continuar a fazer parte deste menu mediático, que está muito mais diversificado”*.

Carloz Camponez considera que o ambiente digital é também facilitador da criação de projetos de comunicação, dado a maior acessibilidade e descentralização, pode gerar o crescimento e profissionalização de forma progressiva: *“Hoje, para fazer um grande projeto de media não é preciso estar em Lisboa ou no Porto, porque a Internet permitiu uma universalização das formas de acesso*

aos conteúdos. Isso reflete-se ao nível dos projetos de comunicação que começam como uma iniciativa pessoal e evoluíram para projetos comunicativos mais complexos”. Por outro lado, esta diversificação de meios teve também consequências na distribuição do investimento publicitário, acentuando a dispersão deste mercado já reduzido.

As alterações tecnológicas são encaradas também como oportunidade para o alargamento de audiências, permitindo materializar projetos de proximidade à distância, ou seja, chegando às comunidades emigrantes através da Internet, uma perspetiva defendida não só por Ana Isabel Reis como por Luís Bonixe, aqui citado:

As rádios locais têm uma vantagem competitiva relativamente a outras rádios e a outros órgãos de comunicação social: nós temos emigrantes pelo mundo inteiro, que continuam a querer estar ligados ao lugar onde nasceram, onde têm familiares. Querem informação da localidade, do futebol, que é muito importante para manterem o sentimento de ligação à sua localidade. Não querem informação sobre os clubes nacionais, porque essa é fácil de encontrar, mas do clube da terra. As rádios têm oportunidade de chegar à Austrália, a França, a qualquer parte... através da voz. Tenho dúvidas de que este potencial esteja a ser suficientemente explorado. No fundo, trata-se de alargar a sua audiência através daquilo em que devem ser especialistas, que é na informação e na comunicação de proximidade.

Contudo, a efetivação desse potencial exige adaptação por parte das rádios que, em muitos casos, não têm recursos económicos e humanos (competências) para passarem a ter uma presença digital. O projeto ROLI⁷ foi um apoio importante mas não suficiente, até porque a presença digital se limitava a emissão *online* da emissão hertziana, em parte devido aos escassos recursos humanos e à falta de competências digitais. Por tudo isto, a perceção dominante é que as oportunidades que a digitalização pode representar para as rádios locais têm sido subaproveitadas.

Do ponto de vista sociodemográfico, existe uma perceção de que as audiências da rádio local têm um perfil envelhecido. Esta característica é associada, por um lado, às assimetrias de densidade populacional do território e, por outro, ao desinteresse dos jovens relativamente à rádio local, agravado pela diversificação de meios em ambiente digital⁸. Este perfil envelhecido tem implicações a nível das audiências mas também se reflete na maior dificuldade de renovar recursos humanos, numa área ainda marcada pela memória daqueles que iniciaram a sua atividade como radioamadores, muitas vezes na adolescência. Com efeito, a escassez de recursos humanos

⁷ Em 2007 o projeto ROLI, cofinanciado pela União Europeia e promovido pela Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR), permitiu que as rádios locais pudessem emitir *online* através de um site único (<https://www.radios.pt/>).

⁸ Cf. no presente estudo o capítulo *Visão da população*.

especializados é mesmo uma das dificuldades mais apontadas pelas organizações que pretendem constituir uma rádio⁹. Como aponta Elísio de Oliveira, é essencial conseguir “fixar os jovens (...) com desejo de seguirem uma vida profissional nos media com poderem usufruir ordenados dignos”.

Em termos demográficos, há a notar que, desde a atribuição das licenças, o fenómeno de despovoamento se acentuou em certas regiões (cf. anexo C.1), fator apontado pelos efeitos negativos sobre um mercado publicitário já diminuto, como indica Luís Bonixe:

As mudanças da última década no perfil da população podem ter tido influência no estado do setor. Por exemplo, no plano de sustentabilidade, se há uma desertificação de uma determinada região, as receitas publicitárias vão baixar (...) O Portugal de hoje não é mesmo de há 30 anos. Se há 30 anos se entendeu que um determinado concelho ia ter duas frequências locais, se calhar hoje isto já não faz sentido. É preciso olhar para as transformações sociodemográficas que aconteceram e perceber o que é que faz sentido manter ou eventualmente reclassificar. Não podemos olhar para uma rádio que está numa determinada localidade e que há 20 ou 30 anos tinha 30 mil habitantes e agora só tem 10 mil e continuar a exigir-lhe o mesmo.

Efeitos da Lei da Rádio 54/2010, de 24 de Dezembro

Sendo um dos objetivos deste estudo avaliar os efeitos das alterações introduzidas na Lei de 2010, este foi um aspeto abordado com alguma profundidade na consulta aos especialistas. Esta lei, como aliás as anteriores, é vista como uma tentativa de ordenar situações previamente existentes e como forma de encontrar respostas para a fragilidade estrutural do setor. Todos os especialistas reconhecem que as soluções legislativas e políticas que foram sendo desenhadas nos anos 90 e seguintes tiveram uma orientação liberalizadora, que culminou na Lei de 2010. É consensual que esta orientação visou facilitar a sobrevivência das empresas e que, no que toca à viabilização de projetos, o balanço é positivo.

As perspetivas divergem quanto à avaliação desta inclinação liberal da lei; a maior parte dos especialistas associa-a diretamente à diluição da oferta de conteúdos de proximidade. Elísio de Oliveira considera, num sentido diferente, que a orientação liberal é positiva e seria importante atualizar a lei numa lógica de continuidade: “A lei naquela altura era muito inovadora. Foi um passo em frente face à versão anterior. A Lei 4/2001. Curiosamente o mesmo tempo em que a atual está em vigor. Passaram mais de dez anos, a rádio envelheceu e a lei também. Temos de procurar ajustá-

⁹ Cf. no presente estudo o capítulo *Visão da sociedade civil e autarquias*.

la. Acho-a também muito limitativa na questão da concentração. Há que dar maior liberdade, na questão das associações de rádios, rever toda a situação das parcerias, que são muito úteis”.

Na visão mais partilhada entre os entrevistados, este diploma é encarado como excessivamente facilitador de processos de concentração de propriedade, com consequências numa acentuada homogeneização da oferta de conteúdos, seja pela emissão quase exclusiva de conteúdos musicais, seja pelo âmbito geográfico de conteúdos de informação ou programação, com uma tendencial sub-representação das realidades locais. Esta é a perspetiva de Arons de Carvalho:

É compreensível que as rádios locais quisessem a possibilidade de produzir fora do concelho para onde emitem. Agora, ainda que isso possa ter salvo algumas rádios locais de uma situação mais difícil, foi um golpe muito grande na proximidade. Porque a partir daí passou a ser admissível ter um estúdio instalado em Lisboa ou no Porto, onde são produzidas uma série de rádios locais ao mesmo tempo para vários pontos do país, praticamente iguais ou com grelhas de música ligeiramente diferentes, mas em que a especificidade regional ou local não existe praticamente. E, portanto, qual é o papel dessa rádio local como alternativa musical? É muito frágil. Eu percebo que para as rádios locais isso tenha sido, ou pelo menos para grande parte delas, uma vitória e até a salvaguarda da sua existência. Para o interesse do público e para a proximidade das rádios foi uma derrota.

A Lei de 2010 é considerada pela maioria dos especialistas como excessivamente permissiva em matéria de *cadeias de retransmissão*, havendo o entendimento de que acentuou a posição dos grupos económicos no setor. Os especialistas concordam que estas soluções – em muitos casos encaradas, pelas rádios locais com dificuldades de sustentabilidade económica, como forma de sobrevivência de projetos, mesmo que descaracterizados – não garantiram devidamente as obrigações de proximidade que deveriam corresponder à rádio local.

Também em matéria de alterações de projeto, o carácter facilitador do diploma é visto como propiciador de um aumento das rádios locais temáticas musicais, ou seja, como já anteriormente assinalado, é identificado como uma das causas do declínio de localismo das emissões.

A eliminação de uma limitação legal relativa à cedência de frequências (que na anterior versão da lei garantia a existência de uma rádio local generalista num município) é outra das alterações introduzidas em 2010 que se considera ter contribuído para a descaracterização de rádios locais, sobretudo nos grandes centros urbanos do litoral (o que é corroborado pelos resultados da primeira parte deste estudo).

Relativamente às obrigações de programação previstas na lei, particularmente no tocante a conteúdos informativos, se se considera que os noticiários são uma peça chave na salvaguarda do localismo das rádios, também se reconhece que esta obrigação pode não ser proporcional à capacidade de resposta de todas as redações. Assim, se as obrigações são aceites como necessárias, admite-se que possa ser repensado o número mínimo de noticiários em função da capacidade de produção de conteúdos informativos das rádios, valorizando-se a qualidade sobre a quantidade. Madalena Oliveira refere: *“Muitas rádios locais têm apenas um jornalista na redação e entre atender telefonemas, fazer entrevistas, preparar a informação, editar o noticiário, emitir, etc., tudo isto de hora a hora, não sobra tempo para fazer um trabalho mais elaborado. Portanto, acho que era preferível ter uma programação menor, mas melhor e isso é uma das questões que faria sentido repensar”*. Já Arons de Carvalho considera as obrigações adequadas e que a correção a fazer poderá ser através de *“um sistema de incentivos mais orientado para a questão das redações e para a empregabilidade jornalística”*.

Outros temas abordados

Em matéria de tipologia de projetos, na visão dos especialistas, as rádios distritais são um tópico fora da ordem do dia. Luís Bonixe considera que poderia ser um modelo interessante, mas não teve seguimento: *“a minha impressão é que esse debate foi de certa forma abandonado quando foram atribuídas as rádios regionais, nos anos 90. Houve algumas experiências que foram feitas nesse sentido, que poderiam ser o embrião de um modelo de rádio distrital. Mas, pelo que conheço, não correu assim tão bem. Foram pequenas cadeias de rádios para emitir e trocar informação, a uma escala regional. Mas eu próprio já tinha abandonado essa ideia...”*

Uma outra questão prende-se com o modelo de concurso público para atribuição de licenças, acerca do qual um dos entrevistados suscitou reservas. Invocando o seu conhecimento do modelo canadiano de atribuição de licenças, Elísio de Oliveira encontra benefícios num modelo de audiência pública sujeita a avaliação de júri (*public hearing*):

Num modelo de public hearing, em que cada concorrente se apresenta a um júri, numa sessão pública, a defender o seu projeto. Projeto esse que é do conhecimento dos outros concorrentes e do público interessado (...) O requerente é questionado pelo júri e a assistência também pode intervir. É-lhe dada voz para se pronunciar a favor ou contra o projeto. O júri decide de porta aberta. Para mim é o procedimento mais transparente. Ali a análise é feita exclusivamente sobre o produto que cada concorrente oferece e não sobre a estrutura para fazer o produto. A originalidade do projeto, a quem serve? Que populações servem? Tudo isso conta.

Há que ressaltar que alterações à forma de atribuição de licenças de radiodifusão poderiam exigir uma revisão constitucional, uma vez que a Constituição da República Portuguesa (CRP) prevê que “[a]s estações emisoras de radiodifusão e de radiotelevisão só podem funcionar mediante licença, a conferir por concurso público, nos termos da lei” (1976, art. 38º).

Os encargos associados à atividade da rádio são um tópico cuja relevância não é transversalmente partilhada, ainda que alguns considerem que empresas com baixa faturação – i.e, com uma dimensão comercial mais precária – podem ter dificuldades, como refere Elísio de Oliveira: *“os custos fixos não são apenas nos recursos humanos. As rádios têm de pagar direitos de autor, direitos conexos, taxas de regulação da ANACOM, as taxas da ERC. Têm de pagar energia e outros serviços, depois têm a manutenção dos equipamentos. Uma rádio local que tenha um problema, por exemplo, uma trovoadas que queime os equipamentos é um prejuízo enorme, como recupera?”*.

Por isso, alguns especialistas consideram que poderia ser mais justa a opção por uma lógica estratificada de encargos, em função do volume de negócios ou de outros critérios. Luís Bonixe, num eventual cenário de reclassificação das rádios, considera que: *“Há um sentimento de injustiça que uma reclassificação pode ajudar a corrigir. Acho que aí esse estudo tem que ser feito, um estudo do tecido económico da região, do local. Agora, não pode ser só uma reclassificação só porque sim, tem que ter efeitos na prática e em concreto, por exemplo ao nível dos encargos com direitos de autor, mas também sobre outros aspetos...”*. Este aspeto também é considerado no primeiro volume deste estudo, sendo uma das preocupações dos operadores.

Finalmente, os especialistas questionam se será atualmente relevante a exploração de outras vias de evolução tecnológica, como o DAB/DAB+ (*Digital Audio Broadcasting*)¹⁰. Ana Isabel Reis considera que nenhuma das partes envolvida mostrou suficiente interesse, nem houve suficiente investimento do Estado:

Na rádio anda-se a várias velocidades. Quando falamos de rádios locais, falamos sobretudo de FM. Não é por acaso que mesmo os países que já passaram para o sistema digital ainda mantêm as rádios locais em FM, porque isso implica um investimento em equipamento, não só para as rádios como para os ouvintes. Há uns anos prevíamos que a mudança da rádio pudesse ser mais rápida do que a da televisão, mas a da televisão acabou por ser mais rápida porque foi acompanhada de medidas políticas, legislativas e de apoios financeiros. Houve uma campanha

¹⁰ Existem outros sistemas de radiodifusão local digital, contudo o DAB/DAB+ tem sido a plataforma mais utilizada na Europa (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2022). Este sistema utiliza a tecnologia de *multiplexer*, que permite um uso mais eficiente do espectro disponível para DAB. No caso português, a experiência realizada na rede T-DAB, um *multiplexer* permitia a emissão de seis serviços de programas radiofónicos.

estruturada. A rádio ficou outra vez para trás. O experimentalismo do DAB limitou-se à rádio pública e depois houve autorização para parar. E não sei se as pessoas estão preparadas para as vantagens, se é que se aperceberam das vantagens.

Relativamente a esta questão, Miguel Henriques informou que, desde 2018, ano em que a Noruega fez o *switch-off* da emissão em FM das rádios nacionais, a ANACOM tem vindo a acompanhar a evolução na Europa:

Desde essa data, a ANACOM faz um benchmarking sobre a evolução da radiodifusão digital na Europa e, por agora, esse desenvolvimento tem sido relativamente incipiente, embora se note alguma evolução no último ano. Temos acompanhado por forma a que, quando começar a haver um desenvolvimento que consideremos sustentável, possamos auscultar os representantes do setor nacional sobre o interesse do mercado nessa evolução, porque todos os desenvolvimentos na Europa têm sido com base em investimento público.

Henriques assinala que a principal vantagem dos sistemas de radiodifusão digital, a melhoria da qualidade do som, não é suficiente para que as pessoas tenham interesse em mudar, porque já a qualidade da FM é muito razoável. Também considera que o processo de digitalização, através do DAB, em Portugal implicaria resistências por parte das rádios locais porque poderia ter impacto no próprio modelo de negócio: *“No atual modelo, as rádios detêm o seu próprio emissor, enquanto com o DAB suporia eventualmente uma terceira entidade que fizesse a gestão, uma vez que o multiplexer transmite mais do que uma rádio”*.

A experiência realizada com o DAB em Portugal teve início em 1998 e finalizou em 2011, com os argumentos, segundo a RTP (operador de serviço público que ganhou o concurso), dos elevados custos de manutenção da rede e a baixa audiência. A dificuldade de captar utilizadores deveu-se ao investimento que tinham que fazer os ouvintes para terem acesso ao serviço, assim como, à não adesão da indústria automóvel à incorporação dos equipamentos recetores nos veículos (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2009, p. 33). Contudo, no contexto atual a situação dos recetores DAB no mercado é diferente¹¹ e Miguel Henriques não exclui a possibilidade de que se retome a transição para a rádio digital em Portugal: *“há uma medida regulamentar tomada pela Comissão Europeia [Diretiva (UE) 2018/1972 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2018], que propõe que os carros postos no mercado tenham obrigatoriamente um recetor digital no seu sistema de áudio. Essa medida regulamentar pode fazer efetivamente com que*

¹¹ O relatório da ANACOM “Plano Estratégico do Espectro. Consulta Pública” refere que em 2021, nos países europeus que já transpuseram a Diretiva (UE) 2018/1972 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2018, verifica-se uma tendência crescente de veículos novos com recetores compatíveis com a tecnologia DAB/DAB+ (2022, p. 41).

haja algum desenvolvimento do DAB". Por outro lado, o especialista afirma que nos últimos anos em Portugal houve interesse de duas rádios para realizar ensaios técnicos para o DAB.

Vários países europeus têm avançando na transição digital da rádio aproveitando, assim, os benefícios da tecnologia DAB/DAB+, que não se traduzem apenas numa melhor qualidade do som, mas num aumento da cobertura das emissões, ampliação do espectro, menor consumo energético e novos serviços de áudio e multimédia. É o caso da Dinamarca, Reino Unido, Bélgica, Alemanha e Suíça (que poderá ser o segundo país do mundo a desligar as emissões de FM, planeado para o final de 2024), onde a taxa de cobertura do DAB/DAB+ se situa acima dos 97% (WorldDAB, 2023).

A ERC na sua participação na Radiodays Europe 2023¹², evento anual de áudio, rádio e *podcast*, confirmou junto do responsável pela Área Digital – Rádio RTP Antena 1, Jorge Alexandre Lopes, a importância de trazer à discussão a transição digital da rádio em Portugal, tendo em conta os passos que têm dado vários países na Europa nos últimos anos. Lopes acredita que: *"o DAB é absolutamente decisivo ser puxado para a primeira linha de discussão e não ser encostado a um canto como figura morta, quando obviamente a Europa está a proceder à natural e inevitável transição para o broadcast digital"*.

Evolução futura

Das conversas com especialistas, sobressai a avaliação de que as políticas introduzidas nas últimas décadas foram insuficientes para reverter as causas de fragilidade, e que ao longo desse período se agravou essa fragilidade. Assim, parece impor-se a necessidade de se desenhar uma estratégia global e de fundo para o setor e repensar o paradigma que tem sido dominante.

As entrevistas proporcionaram a reflexão sobre rumos de alteração legislativa e de políticas públicas; nessa reflexão ficou claro que uma estratégia futura para o setor deverá fortalecer a missão de interesse público da rádio local. Ou seja, considera-se que as preocupações de ordem económica, destinadas a contribuir para a sustentabilidade do setor, não devem eclipsar o fim da rádio local – contribuir para efetivar direitos constitucionais de informação e participação cívica com um carácter de proximidade não alcançável pelos meios de comunicação nacionais.

Revisão de classificações e reordenamento do espectro

Uma das ideias mais difundidas pelos especialistas é a de *revisão da classificação*, com o objetivo de, por um lado, permitir a diferenciação de situações existentes e, por outro, prever o enquadramento de novos projetos.

¹² Esta edição foi realizada na Republica Checa nos dias 26, 27 e 28 de março de 2023.

Assim, antes de mais, esta ideia parte do propósito de diferenciar as rádios cuja programação está esvaziada de conteúdos locais (em particular, o conjunto de rádios temáticas musicais) daquelas rádios cuja programação mantém o caráter de proximidade:

A importância de uma possível reclassificação seria mais para distinguir uma rádio local daquela que não o é de facto em termos de ligação efetiva às comunidades locais. Ou seja, existindo um sistema de apoios e havendo escassez de meios, o essencial seria privilegiar ou reservar para as rádios locais de proximidade esses apoios. Nesse sentido, uma definição mais criteriosa do que é verdadeiramente uma rádio local fará sentido (Aros de Carvalho).

Outra possibilidade de intervenção discutida é a do reordenamento do espectro hertziano terrestre destinado à radiodifusão. Madalena Oliveira salienta a primazia da qualidade sobre a quantidade, sugerindo que o mero número de rádios existentes em Portugal é um indicador de pluralismo algo enganador:

Também redimensionar o mapa das rádios que temos e assumir que algumas não faz sentido que continuem a existir. Eu sei que, numa cidade pequena, se há duas rádios, é possível que exista mais pluralidade. No entanto, entre ter duas rádios fracas e ter uma boa, que faz um bom trabalho e que tem capacidade de recrutamento de pessoas qualificadas e de atração de novos talentos, prefiro que haja só uma.

Numa dupla lógica de distribuição justa do espectro e de recuperação do propósito da rádio local, as duas ideias – reordenamento do espectro e revisão da classificação – na ótica de Bonixie, estão ligadas:

O espectro é limitado e, portanto, tem que ser distribuído de forma racional, equilibrada e justa, no sentido de garantir a pluralidade e a diversidade. Ora é justamente nesse sentido que pergunto, será preferível ter uma rádio local que não cumpre as funções ou criar-se uma outra tipologia, de forma a ter rádios – chamemos-lhe comunitária ou outra designação – que cumpra essa função da pluralidade e diversidade.

Há uma escolha a fazer: continuar com certas rádios locais que não têm capacidade económica e acabarão por fechar ou ser absorvidas por outras, provavelmente transformando-se em rádio temática musical, ou aproveitar as frequências, as estruturas, para criar um outro tipo de rádio, com um caderno de encargos rigoroso, para cumprir de facto estes princípios.

Este reordenamento, acreditam alguns, também contribuiria para equilibrar o excesso de licenças atribuídas em 1989, aliviando a concorrência por anunciantes, com benefício a nível económico das rádios locais cujo modelo de negócio assenta em receitas publicitárias.

Pistas para a configuração jurídica da categoria de rádio comunitária

Relacionada com o tema da revisão de classificação, emerge o debate sobre rádios comunitárias, uma categoria atualmente inexistente no quadro normativo. A figura de rádio comunitária poderia servir múltiplos propósitos:

- facilitar a viabilidade de projetos de rádio local já existentes que preservem a função de proximidade às comunidades, permitindo o reenquadramento daquelas rádios num modelo organizacional mais orientado para fins sociais;
- permitir a reclassificação de rádios académicas que, apesar de já previstas na Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (artigo 9º), estão maioritariamente registadas na ERC como rádios locais de tipo generalista, com as obrigações inerentes;
- por fim, enquadrar rádios que, editorialmente, são guiadas não por comunidades de território mas por comunidades de interesse. Ou seja, alargar o conceito de rádio de proximidade, atualmente de base geográfica, de modo a abranger outras expressões de proximidade sociocultural e de vínculo comunitário.

Em termos estratégicos, a importância da comunidade escolar emergiu como prioritária no desenho de um plano nacional para as rádios comunitárias.

Outro aspeto a ponderar é o equilíbrio entre a liberdade de expressão de grupos e comunidades de interesse e a proteção do espaço público radiofónico, perante o risco de instrumentalização daquelas rádios por poderes ou organizações doutrinárias (tendo sido citado o caso brasileiro como ilustrativo desse risco).

Arons de Carvalho alerta para os limites do mercado para acomodar novos projetos comunitários, considerando até que a sociedade portuguesa não deu sinais assertivos de interesse nesse tipo de rádio: *“Em termos de utilização do espaço radioelétrico parece-me difícil, porque o mercado já se debate com extremas dificuldades, como vemos... Agora não excludo que isso possa acontecer, mas também não é por acaso que na Internet, onde isso poderia existir com maior facilidade, essas rádios de nicho por temas e não por região não têm aparecido, o que é também implicitamente uma resposta”*.

No desenvolvimento do conceito de rádios comunitárias e da necessária consideração de políticas de apoio para a sua sustentação, há que equacionar diversas vertentes, como sejam: modelos de

gestão compatíveis, flexibilização dos processos burocráticos associados ao licenciamento, alívio de encargos administrativos, limitações à venda de espaço publicitário e alívio de obrigações em matéria de programação.

Há também que ponderar necessariamente as possibilidades de acomodação de novos projetos comunitários no espectro radioelétrico hertziano disponível, conforme observa Miguel Henriques:

Relativamente à possibilidade de atribuição de frequências para rádios com cobertura muito reduzida, tal dependerá da zona do País. Por exemplo, na zona da “Grande Lisboa” o espectro está completamente ocupado, praticamente de 300 quilohertz em 300 quilohertz “aparece”, isto é, ouve-se uma rádio, pelo que aqui seria muito difícil consignar uma frequência para uma rádio, mesmo com uma cobertura reduzida.

No resto do país, nomeadamente nas áreas menos populosas, em princípio é possível, embora tenha de ser estudado caso a caso, tendo em atenção que não se pode interferir, nesse bairro, as emissões das rádios em frequências adjacentes.

Políticas de reforço do localismo

A salvaguarda do localismo deverá, na perspetiva dos especialistas, passar por políticas de apoio destinadas a incentivar a proximidade às comunidades e a participação destas na criação de conteúdos:

- pelo estímulo a projetos de parceria entre rádios e a organizações do setor da economia social, seja sob a forma de incentivos ou obrigações de programação;
- pelo estímulo à participação de crianças e jovens em projetos de rádio escolares, articulados com objetivos de literacia mediática, mas com o propósito específico de renovar, quer a audiência de rádio local, quer os futuros profissionais do setor.

Tendo sido indagada a possibilidade de se criar uma obrigação de programação relacionada com o anúncio de informações de emergência (mas que possam contribuir para informar em tempo real sobre situações de proteção civil, saúde pública, etc.), foi genericamente reconhecida a relevância dessa função, em parceria com entidades específicas (ex.: proteção civil nacional), colocando-se como ressalva principal o modo de concretização da mesma, necessariamente em termos não atentatórios da liberdade editorial.

Relativamente à preservação da produção de património cultural sonoro, alguns especialistas referiram à importância da criação de uma entidade encarregada da organização de arquivos sonoros, onde as rádios locais têm um papel fundamental, dado que, como o salienta Madalena

Oliveira: “*teríamos um património riquíssimo da história local, que não é acessível por nenhuma outra via, senão aquela que as rádios efetivamente poderiam ajudar a preservar*”.

Reforço da sustentabilidade económica do setor

Na dimensão económica, destacam-se três questões: a empregabilidade, as fontes de financiamento e exploração de potencialidades económicas da digitalização, com atenção à oferta não-linear.

Como se referiu no diagnóstico, os *recursos humanos* são identificados como uma das áreas críticas para a efetivação da importância social da rádio local. Por um lado, o défice de profissionais disponíveis em certas regiões, comum a outros setores económicos, poderá ser objeto de estratégias corretivas, sendo possível pensar na sua articulação com o Programa de Valorização do Interior¹³. Por outro lado, dificilmente se poderá pensar a revitalização do setor sem promover a capacidade empregadora das empresas.

Relativamente ao financiamento autárquico que, apesar de se reconhecer ser muito relevante, se considera necessário regulamentar, para maior transparência, por se entender que a independência das rádios é um princípio superior a proteger. Ambos os especialistas entrevistados com experiência em funções regulatórias propuseram, como mecanismo de salvaguarda da transparência de financiamento das rádios e da sua independência, que a Lei da Rádio previsse que os apoios autárquicos tivessem de ser sujeitos a aprovação pelas assembleias municipais, por maioria de dois terços:

É pelo menos um tema de estudo importante. Julgo que o poder local deveria privilegiar o apoio à sustentabilidade da comunicação social regional e local como forma de garantir uma informação de proximidade. Isso devia ser feito de modo a preservar a independência e a pluralidade de vozes, e não aquilo que existe em alguns casos, que é uma estreita dependência dos órgãos de comunicação social face à câmara municipal onde estão integrados (Arons de Carvalho).

Quanto à importância do reforço da presença das rádios locais no ambiente digital, a criação de conteúdos não-lineares poderá contribuir para a economia do setor, tendo em conta que cada vez mais os públicos procuram o que querem ver e ouvir, como afirma Miguel Henriques: “*Creio que no*

¹³ O Programa de Valorização do Interior (Resolução do Conselho de Ministros n.º 18/2020, 2020), que substituiu o Programa Nacional para a Coesão Territorial, destina-se a abrir uma nova etapa no desenvolvimento dos territórios do interior, contrariando a tendência de desertificação das últimas décadas. O Programa é composto por quatro eixos de intervenção:

Eixo 1 – Valorizar os Recursos Endógenos e a Capacidade Empresarial do Interior,

Eixo 2 – Promover a Cooperação Transfronteiriça para a Internacionalização de Bens e Serviços,

Eixo 3 – Captar Investimento e Fixar Pessoas no Interior,

Eixo 4 – Tornar os Territórios do Interior mais Competitivos.

futuro e com o desenvolvimento desta geração mais nova, o mercado de serviços de programas de rádio vai tender a ser muito residual. Aliás, como a televisão. Os conteúdos serão ouvidos através da web, de uma forma endereçada (não linear), o que se afasta da radiodifusão tradicional, isto é, não endereçada (linear), onde os que estão a ouvir a rádio, estão todos a ouvir o mesmo". Henriques considera que o contexto atual favorece esta forma de consumo:

A passagem da rádio não endereçada para endereçada, é possível porque cada vez mais, hoje em dia, os operadores móveis têm oferta de dados ilimitados. Portanto, quando se paga por dados ilimitados, posso ouvir o que quiser e pedir o que quiser que não pago mais por isso. Eu acho que vai ser um fator primordial para que se comece a ouvir cada vez mais o áudio que quer ouvir. Sou eu que peço aquilo que quero ouvir através do meu telemóvel e que conecto ao meu sistema de áudio do automóvel.

VISÃO DA SOCIEDADE CIVIL E AUTARQUIAS

No ecossistema social em que operam as rádios locais, estas interagem com outras organizações, públicas e privadas, com as quais têm em comum o âmbito geográfico de atuação. Nesse ecossistema, intervêm na comunidade organizações não públicas da sociedade civil, com um papel muito relevante. Com efeito, numa Comunicação da Comissão Europeia (2012) que traduz as preocupações das instituições europeias com a democracia e o desenvolvimento sustentável, é afirmada a importância de uma sociedade civil forte, por contribuir para o reforço do pluralismo do sistema democrático e para “políticas mais eficazes, um desenvolvimento equitativo e sustentável e um crescimento inclusivo” (p. 3).

Na mesma comunicação, apresenta-se uma definição ampla da noção de organização da sociedade civil (OSC), entendendo estas como “todas as estruturas não estatais, sem fins lucrativos, imparciais e não violentas no quadro das quais as pessoas se organizam para prosseguir objetivos e ideais comuns, independentemente de serem políticos, culturais, sociais ou económicos. Funcionando à escala local, nacional, regional ou internacional, incluem organizações urbanas e rurais, formais e informais” (p. 3). E acrescenta-se “A UE atribui importância à diversidade e às especificidades das OSC; dialoga com organizações responsáveis e transparentes que partilham o seu empenho no progresso social e nos valores fundamentais da paz, da liberdade, da igualdade dos direitos e da dignidade humana” (p. 3).

Naquele ecossistema, o Estado está representado pelo poder local. Essa dimensão local do poder público é parte constituinte da democracia portuguesa, já que é nela que se materializam certos princípios do Estado de direito democrático, designadamente a autonomia das autarquias locais e a descentralização democrática da administração pública, previstos na CRP.

No contexto europeu, a escala local da democracia e do desenvolvimento tem vindo a ser cada vez mais valorizada. Tal prioridade está refletida no novo quadro da política de coesão, sob a forma de um dos cinco objetivos principais que irão nortear os investimentos da União Europeia em 2021-2027: “Uma Europa mais próxima dos cidadãos”, nomeadamente mediante o “apoio a estratégias de desenvolvimento a nível local” (Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia, 2021).

Perante estas premissas, a intenção de levar a cabo um inquérito que abranja as autarquias e a organizações da sociedade civil, com vista a conhecer o olhar da comunidade sobre a importância da rádio local, é não só pertinente face à arquitetura do sistema democrático

português como é coerente com as preocupações expressas pelas instituições europeias quanto ao binómio democracia/desenvolvimento.

Os dados a seguir apresentados resultam do inquérito lançado com o propósito genérico de avaliar, nos dias de hoje, o papel das rádios locais junto das respetivas comunidades através de representantes das suas formações organizadas – organizações da sociedade civil e autarquias (para consultar a metodologia aplicada, cf. anexo A.1). Da concretização daquele objetivo geral resultam como objetivos específicos do inquérito:

- Conhecer as práticas de relação e participação das organizações locais nas rádios locais;
- Identificar, pela perspetiva daqueles atores, as principais transformações operadas na última década nas rádios locais;
- Compreender as perceções dos atores locais sobre o papel da rádio local na comunidade;
- Aferir as expectativas dos atores locais sobre a evolução das rádios locais e da relação daquelas com as comunidades em que se inserem.

Práticas de comunicação

O primeiro ponto do inquérito visa caracterizar as práticas de comunicação dos inquiridos, não só em relação à rádio local mas a outros meios de comunicação social, o que permitirá enquadrar a importância relativa da rádio no atual panorama de meios¹⁴.

Figura 1 - Meios utilizados para a comunicação de atividades e de outra informação relevante, por tipo de entidade

0%-20% 20%-40% 40%-60% 60%-80% 80%-100%

	Junta de freguesia	Câmara Municipal	Associação	Cooperativa	Fundação	Outro
Canais de comunicação próprios (por ex. jornal, rádio, redes sociais, página web)	92,9%	99,1%	94,5%	96,7%	100,0%	91,7%
Rádios locais	54,9%	93,0%	60,5%	85,7%	61,9%	56,0%
Jornais/revistas regionais impressos	68,5%	98,3%	73,6%	93,3%	85,0%	76,8%
Rádios nacionais	15,5%	64,0%	31,0%	41,4%	60,0%	21,8%
Jornais/revistas nacionais impressos	26,4%	86,0%	42,1%	56,7%	84,2%	35,0%
Televisão	18,8%	72,2%	34,7%	43,3%	55,0%	22,8%
Sites de meios de comunicação (por ex. jornais, rádios, televisões)	43,2%	83,5%	58,5%	58,6%	90,0%	54,3%

Como primeiro dado, há a ressaltar a primazia conferida por todos os tipos de entidade ao recurso aos canais de comunicação próprios para comunicar as suas atividades. Como mostra a primeira linha da tabela, quase todas as entidades utilizam algum meio de comunicação próprio, independentemente da frequência com que o fazem. Sendo os meios próprios, hoje em dia, sobretudo digitais, este dado reforça a importância que as entidades atribuem à presença digital, o que é facilmente justificado pelo facto de possibilitar uma comunicação não só mais direta como menos onerosa.

Relativamente às rádios locais, as entidades que mais utilizam são as câmaras municipais (93,0%), secundadas pelas cooperativas (85,7%). As juntas de freguesia são as que exprimem uma relação mais distante com as rádios locais; entre as inquiridas, são pouco mais de metade (54,9%) as que comunicam através das rádios locais. Os números de utilização de rádio local sobem, como é facilmente compreensível, no caso de inquiridos que se situam em regiões abrangidas por uma ou mais rádios locais¹⁵.

¹⁴ Neste subcapítulo, os dados exibidos serão sempre segmentados por tipo de entidade, sempre que o *n* o permita, de modo a permitir observar as diferenças relevantes nos valores entre tipos de entidade.

¹⁵ Nas regiões abrangidas por rádio local os valores atingem 97% no caso das câmaras municipais, 63% no caso das juntas de freguesia, 66% no caso das associações, 88% no caso das cooperativas, 71% no caso das fundações e 59% no caso de outras organizações.

Quando analisados os dados de utilização de imprensa regional – cujo valor mínimo, 69%, corresponde às juntas de freguesia e o valor máximo, 98%, às câmaras municipais – conclui-se que a comunicação social local e regional continuava em 2022 a ter um papel relevante para as entidades da sociedade civil e do poder local.

Importa ainda salientar que as juntas de freguesia são o tipo de entidade que apresenta valores mais baixos em todos os meios de comunicação, e que esses valores são ainda mais reduzidos em territórios de baixa densidade¹⁶ – o que parece sugerir limitações destas estruturas nas práticas de comunicação em toda a linha, e não em particular no caso da rádio.

Figura 2 - Meios utilizados para a comunicação de atividades e de outra informação relevante, por distrito/região autónoma

	Canais de comunicação próprios	Rádios locais	Imprensa regional	Rádios nacionais	Imprensa nacional (jornais e revistas impressos)	Televisão	Sites de meios de comunicação
Total	92,8%	59,8%	72,8%	26,0%	38,2%	29,5%	52,7%
Aveiro	96,5%	67,1%	85,9%	16,5%	35,3%	18,8%	45,9%
Beja	89,5%	65,8%	71,1%	18,4%	36,8%	26,3%	47,4%
Braga	92,0%	55,2%	67,8%	19,5%	27,6%	19,5%	46,0%
Bragança	83,7%	46,9%	53,1%	26,5%	32,7%	24,5%	42,9%
Castelo Branco	91,1%	71,4%	67,9%	25,0%	37,5%	21,4%	64,3%
Coimbra	92,2%	67,8%	80,0%	28,9%	40,0%	27,8%	51,1%
Évora	87,7%	59,6%	66,7%	26,3%	43,9%	21,1%	36,8%
Faro	96,5%	67,1%	77,6%	31,8%	38,8%	27,1%	72,9%
Guarda	87,5%	37,5%	57,8%	20,3%	31,3%	18,8%	46,9%
Leiria	91,5%	62,7%	86,4%	16,9%	28,8%	22,0%	42,4%
Lisboa	97,1%	51,9%	75,0%	38,5%	53,8%	44,2%	61,5%
Portalegre	96,2%	57,7%	73,1%	15,4%	38,5%	11,5%	50,0%
Porto	96,8%	56,4%	71,3%	26,6%	41,5%	35,1%	54,3%
Região Autónoma da Madeira	94,5%	74,5%	90,9%	23,6%	34,5%	69,1%	70,9%
Região Autónoma dos Açores	98,2%	74,5%	76,4%	18,2%	32,7%	43,6%	50,9%
Santarém	92,2%	62,5%	75,0%	31,3%	42,2%	28,1%	43,8%
Setúbal	95,6%	51,1%	73,3%	42,2%	51,1%	44,4%	64,4%
Viana do Castelo	91,7%	66,7%	68,8%	20,8%	25,0%	14,6%	41,7%
Vila Real	85,1%	51,1%	66,0%	27,7%	38,3%	38,3%	46,8%
Viseu	91,9%	52,3%	62,8%	30,2%	41,9%	26,7%	58,1%

¹⁶ Os territórios de baixa densidade caracterizam-se por apresentar uma série de dificuldades como “o envelhecimento populacional, a escassez de atividades económicas, a baixa qualificação dos recursos humanos, a exiguidade do mercado de trabalho, a falta de dinamismo institucional e dos serviços de apoio às atividades, entre outros” (Observatório do QREN, 2013). A definição de territórios de baixa densidade pelo Estado português teve como objetivo a aplicação de medidas de discriminação positiva para ultrapassar o círculo vicioso de perda de competitividade destes espaços. Em 2015, a Comissão Interministerial de Coordenação (CIC) do “Portugal 2020” apresenta uma classificação dos territórios de baixa densidade, a qual considera diversos critérios como “a densidade populacional, a demografia, o povoamento, as características físicas do território, as características socioeconómicas e acessibilidades” (Comissão Interministerial de Coordenação Portugal 2020, 2015). Salienta-se que grande parte destes territórios situa-se no interior do país.

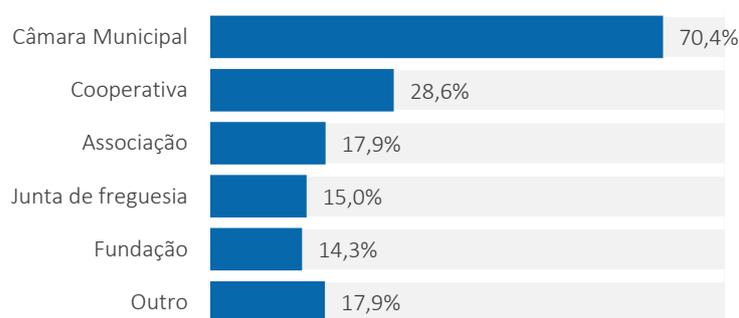
Na segmentação geográfica do uso de meios, independentemente das flutuações de valores entre distritos, observa-se um padrão em que, antes de mais, é relevante assinalar que o recurso a meios próprios é indicado em todos os distritos como principal forma de comunicação pública das organizações; mesmo em Bragança, onde se observa o valor mais reduzido (83,7%), este predomina claramente sobre os restantes meios.

Como segunda leitura mais relevante, note-se que, na maioria dos distritos, logo abaixo dos meios próprios surgem os órgãos de comunicação social de âmbito regional e local, com a imprensa regional a surgir à frente da rádio local, em terceiro lugar. Há apenas um distrito, Castelo Branco, em que a percentagem de uso de rádio local ultrapassa, de acordo com as respostas, o uso de imprensa regional.

Há cinco distritos que se desviam desta regularidade: em Faro, Guarda, Lisboa, Setúbal e Viseu, a imprensa regional surge em segundo lugar, seguida pelos *sites* de órgãos de comunicação social. No caso destes distritos, a rádio local surge em quarto lugar, tirando em Lisboa, onde o recurso aos órgãos de imprensa nacional surge acima (ainda que com valores muito próximos).

Especificamente quanto à utilização de rádios locais, é possível constatar que as organizações da Região Autónoma da Madeira são as que mais declaram utilizar rádio local, seguidas pelas da Região Autónoma dos Açores. No continente, o distrito que lidera nesta resposta é Castelo Branco. Em contrapartida, as organizações dos distritos da Guarda e Bragança são as que menos utilizam rádio local para divulgação de informações.

Figura 3 - Utilização frequente da rádio local para comunicar à população as atividades da organização e outra informação relevante, por tipo de organização

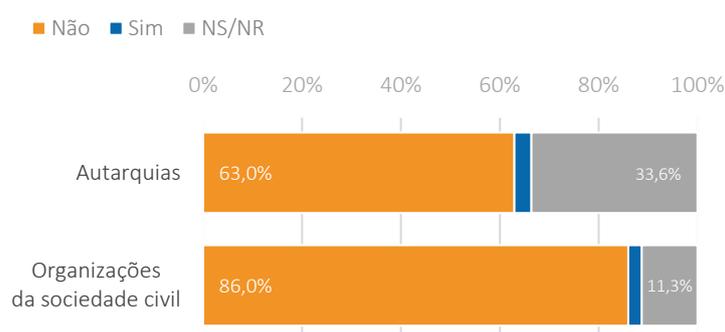


Entre os utilizadores, procurou-se identificar os utilizadores frequentes, isto é, com regularidade mensal ou superior. Assim, quanto à frequência de utilização, são novamente as câmaras municipais o tipo de organização que declarou utilizar este meio com maior regularidade (70,4%). Abaixo das câmaras, as entidades que mais utilizam rádio local são as cooperativas;

nestas, mais de um quarto (28,6%) utiliza com frequência mensal ou superior. Seguem-se associações, outras entidades (onde se incluem IPSS), só depois juntas de freguesia e finalmente fundações (todas com valores entre 14,3% e 17,9%).

Para este indicador de frequência de utilização, não se apresenta a segmentação geográfica, pelo facto de, em diversos distritos, o número de respostas não atingir o mínimo considerado fiável.

Figura 4 - Intenção de constituir uma rádio própria



Questionados sobre a constituição de uma rádio própria, a vasta maioria dos respondentes declara não ter intenção de o fazer, com uma maior incidência de respostas negativas das organizações da sociedade civil; este grupo é secundado pelo dos que não sabem ou não respondem, que representam um terço das autarquias mas apenas pouco mais de um décimo das restantes organizações locais. São as autarquias que apresentam maior peso relativo de respostas incertas, sendo assim plausível afirmar, num cenário otimista, que cerca de um terço das autarquias poderá, no futuro, vir a ponderar a possibilidade de constituição de uma rádio. Por ora, somente 3,5% das câmaras municipais e juntas de freguesia pretendem fazê-lo. No caso das autarquias, a atividade de rádios a que se referem aquelas intenções será necessariamente através da Internet, ou seja, *web rádio*, em virtude das restrições no acesso à atividade previstas da Lei da Rádio¹⁷ No caso das organizações da sociedade civil, apenas 2,7% das organizações locais declararam a intenção de constituir uma rádio própria. Em termos absolutos, as respostas afirmativas correspondem apenas a 38 organizações, das quais 24 autarquias e 14 organizações da sociedade civil.

¹⁷ Segundo o disposto no número 2 do artigo 16º da Lei da Rádio 54/2010, de 24 de dezembro, “a atividade de rádio não pode ser exercida pelo Estado, pelas regiões autónomas, por autarquias locais ou suas associações, diretamente ou através de institutos públicos, empresas públicas estaduais ou regionais, empresas municipais, intermunicipais ou metropolitanas, salvo se aquela atividade for exclusivamente exercida através da Internet e consista na organização de serviços de programas de natureza institucional ou científica”.

Pela baixa expressão de respostas positivas, extrai-se como principal conclusão que a ideia de dinamizar uma rádio é pouco aliciante para as organizações locais. As respostas à pergunta seguinte, referente aos obstáculos associados, podem contribuir para explicar esta reduzida predisposição.

Com efeito, quando questionadas aquelas 38 entidades sobre as principais dificuldades associadas à constituição de uma rádio, responderam 31. Destas, 20 organizações adiantaram obstáculos de ordem financeira; abaixo surgem limitações em matéria de recursos humanos, identificadas por 12 organizações.

As dificuldades financeiras prendem-se, por um lado, com o investimento inicial: *“Investimento para construção de um estúdio”; “aquisição do equipamento”*. A estas acrescenta-se, em alguns casos, o custo de manutenção da atividade: *“Para uma rádio tem de haver um investimento inicial (e contínuo) que não conseguimos suportar”; “encargos financeiros resultantes da criação e manutenção do funcionamento da rádio”*. Identifica-se uma perceção de dificuldade na obtenção de fontes locais de financiamento na região onde se insere: *“Falta de patrocínios ou de investidores, para que a rádio, o jornal, a revista, a publicação periódica... Seja viável, pois nada destes meios de comunicação existe no Concelho”; “Conjuntura socioeconómica difícil, designadamente em concelhos do interior do país”*.

A escassez de recursos humanos especializados é a outra grande dificuldade identificada: *“Escassez de recursos humanos, quer na dinamização de conteúdos quer na constituição de equipas comerciais para angariação de fundos publicitários”; “Falta de [...] trabalhadores especializados em comunicação”; “Poucos Recursos Humanos” ou “Disponibilidade de Técnicos”* são exemplos de algumas das respostas neste sentido.

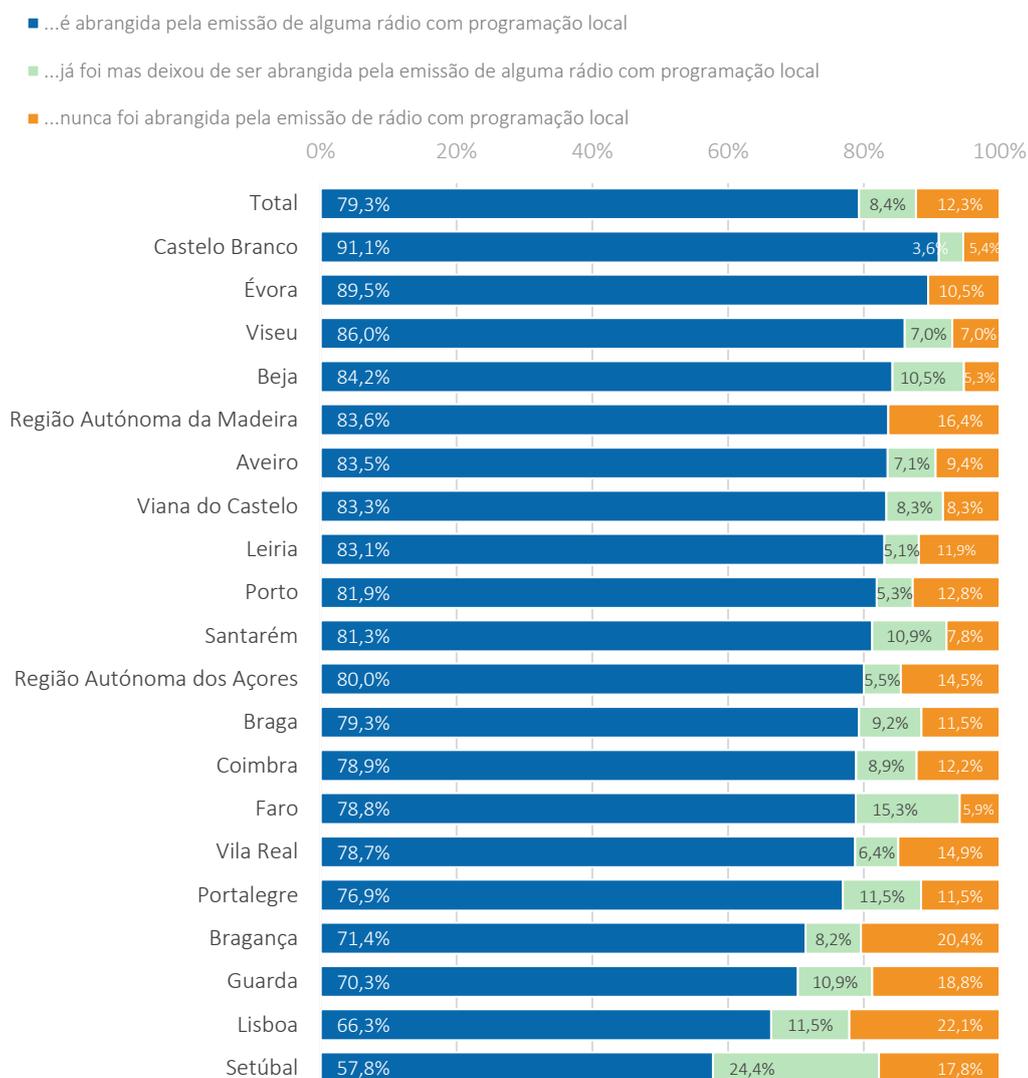
Um terceiro tema expressivo, ainda que com menor número de respostas, consiste na falta de conhecimento ou experiência associada à formação de uma rádio: *“Falta de conhecimento dos procedimentos legais para o podermos fazer. Falta de conhecimento dos requisitos mínimos para o efeito”; “inexperiência no setor”*.

Relação com as rádios locais

Perguntou-se às organizações sobre a situação da sua área geográfica de intervenção quanto à existência de rádio local. Pretendia-se saber, não da existência de rádios locais aí sedeadas mas se a região é servida por alguma rádio local (mesmo que sedeadada em município adjacente).

Nas opções de resposta foram previstas três situações: as regiões servidas por rádio local; as regiões que já foram em alguma altura abrangidas por rádio local, mas que deixaram de ser; e as regiões que nunca foram abrangidas por rádio local.

Figura 5 - Cobertura de rádio local por distrito/região autónoma (A área geográfica de intervenção da minha organização...)



Dos inquiridos, em todos os distritos, a grande maioria respondeu que a sua área geográfica é abrangida por alguma rádio local. Castelo Branco é o distrito com maior percentagem de respostas afirmativas, seguido por Évora. É em Setúbal que mais respondentes indicam não ser abrangidos por rádio local, seguido pelo distrito de Lisboa. Setúbal é também o distrito em que mais respondentes indicam já ter existido rádio local (para consultar os dados por distrito e concelho, cf. anexo C.2).

Estes resultados não refletem a realidade objetiva de rádios ativas por distrito, de acordo com os registos da ERC, antes traduzem a perceção dos respondentes sobre a oferta de rádio local na área

geográfica de intervenção da sua organização, e são relevantes na medida em que enquadram as apreciações tratadas subcapítulo seguinte.

Abrangidos por uma rádio local

Com o conjunto seguinte de questões, pretendeu-se conhecer em detalhe as várias formas de relação que as organizações mantêm especificamente com as rádios locais que servem a sua área de intervenção: como fonte de informação (quer informação sobre as próprias atividades, quer informações úteis/de emergência), como responsável por espaços de programação, como anunciante e enquanto apoiante da rádio (nas modalidades de apoio financeiro direto e indireto).

Por haver acentuadas flutuações nos padrões de resposta por tipo de entidade, neste caso não se considerou útil agregar as categorias de entidade na apresentação dos dados.

Figura 6 – Práticas de comunicação, por tipo de organização

0%-20% 20%-40% 40%-60% 60%-80% 80%-100%

Pensando no ano 2021, a minha organização...	Junta de freguesia	Câmara Municipal	Associação	Cooperativa	Fundação	Outro
enviou informações/ comunicados de imprensa sobre a sua atividade	46,0%	94,7%	63,5%	66,7%	70,6%	50,0%
divulgou informações de emergência (por ex. incêndios, cercas sanitárias, distribuição de água)	20,5%	81,3%	6,3%	19,2%	-	9,6%
teve espaços de programação da sua responsabilidade	6,0%	25,0%	9,8%	7,1%	5,9%	5,4%
comprou espaços de publicidade	27,9%	81,3%	7,4%	28,6%	17,6%	16,7%
concedeu apoio financeiro direto (ex.: patrocínio)	13,3%	22,8%	1,8%	3,8%	11,8%	8,2%
concedeu apoio financeiro indireto (ex.: cedência de instalações)	4,5%	20,4%	4,2%	10,7%	0,0%	2,7%

Como primeira conclusão deste bloco de questões, as câmaras municipais destacam-se de modo acentuado nas várias dimensões de relação com as rádios locais. A outra conclusão geral é que, independentemente do tipo de organização, a relação mais comum com as rádios consiste no envio de informações sobre a atividade, sendo muito pouco expressiva em todas as outras práticas.

Relativamente ao envio de notas informativas sobre a sua atividade à redação das respetivas rádios locais, o comportamento varia consideravelmente em função do tipo de organização: no caso das câmaras municipais, quase a totalidade (94,7%) manteve com as rádios este tipo de relação; no caso das associações, cooperativas e fundações, os valores situam-se em torno de dois terços. As juntas de freguesia foram o único tipo de organização que, na sua maioria, não enviou informações às redações das rádios.

Relativamente à divulgação de informações de emergência - por exemplo, em caso de incêndios, cercas sanitárias, racionamento e distribuição de água, inundações –, é também para as câmaras que esta prática é mais comum (81,3% declaram fazê-lo) – o que é expectável, considerando que várias das situações previstas são atribuições dos municípios. Os restantes tipos de organização, na sua vasta maioria, não têm esta prática.

As juntas de freguesia são, abaixo das câmaras, o tipo de entidade que mais declara fazer este tipo de comunicação através da rádio local. No entanto, a expressão baixa de resposta, tão contrastante com o das câmaras, leva a questionar se, no caso destas organizações, não haverá um subaproveitamento do meio para chegar aos fregueses em situações em que seja necessário divulgar informação com carácter de urgência.

Relativamente a espaços de programação da responsabilidade da organização, a maior expressão de respostas positivas ocorre novamente no conjunto das câmaras municipais: um quarto destas entidades declara ter espaços de programação nas rádios locais da sua região (25,0%). Abaixo surgem as associações (9,8%); as restantes apresentam valores ainda inferiores. Os espaços de programação descritos pelos respondentes enquadram-se nas áreas temáticas de cultura/recreio/património locais, ação social, desporto, ambiente e ruralidade, e assumem o formato de magazines, rubricas breves, entrevistas, entre outros.

Quanto à compra de publicidade, as respostas revelam que, no geral, a maioria das organizações em cada categoria não compra publicidade. Contrárias à tendência das restantes, são novamente as câmaras municipais que declaram, na sua maioria (81,3%), ter anunciado. Muito abaixo destas, há a registar parcela de cooperativas (28,6%) e de juntas de freguesia (27,9%) que afirmam ter comprado publicidade. As associações são a categoria de organizações com valores mais baixos (apenas 7,4% das associações comprou publicidade).

Relativamente à prestação de apoio financeiro às rádios, seja direto ou indireto, são novamente os municípios que sobressaem: 22,8% das câmaras declarou ter concedido apoios financeiros diretos e 20,4% respondeu afirmativamente na questão dos apoios indiretos. Os apoios indiretos, quando detalhados pelos respondentes, traduzem-se na cedência de instalações para funcionamento permanente, na cedência pontual de espaços (por exemplo, auditórios) para realização de emissões especiais ou outros eventos, e ainda apoio técnico para emissões fora de estúdio (“equipamento logístico facilitador de transmissões fora do estúdio”).

Também é possível concluir que a dinamização de espaços de programação de sua responsabilidade, por parte das organizações da sociedade civil e mesmo das freguesias, é uma realidade pouco comum – ainda que algumas expressem o desejo de ter uma participação mais ativa na programação

da sua rádio. Veja-se os seguintes exemplos: “Estamos, como sempre estivemos disponíveis para colaborar com a rádio local, assim a mesma seja proactiva e descentralize a programação”; “A rádio local em apreço está instalada na sede do concelho. Caso, na sua programação incluisse um programa mensal direcionado às freguesias, é óbvio que poderia ser interessante a participação.” Algumas organizações expressam a dificuldade em participar mais ativamente, devido às suas próprias limitações de recursos: “Foi cedido um espaço de antena [...] o qual não foi usado”; “Todavia também fazemos mea culpa pois esta questão tem quota-parte de responsabilidade nossa que devíamos insistir e participar”.

Figura 7 - Práticas de comunicação, por distrito/região autónoma

	Comunicados de imprensa/informação sobre a sua atividade	Informações de emergência	Espaços de programação	Espaços de publicidade	Apoio financeiro direto	Apoio financeiro indireto
Aveiro	65,7%	18,3%	8,5%	27,1%	8,7%	8,5%
Beja	67,7%	27,6%	28,1%	38,7%	20,0%	10,0%
Braga	55,9%	16,4%	5,9%	30,3%	15,9%	2,9%
Bragança	37,1%	20,6%	2,9%	25,7%	15,2%	8,6%
Castelo Branco	52,0%	26,5%	6,0%	32,0%	12,0%	4,0%
Coimbra	74,6%	26,1%	11,3%	36,6%	10,0%	4,3%
Évora	51,0%	16,0%	9,8%	14,0%	2,0%	9,8%
Faro	68,7%	7,6%	9,0%	12,1%	6,1%	4,5%
Guarda	47,7%	20,5%	2,2%	20,5%	6,7%	-
Leiria	60,4%	22,9%	4,1%	34,7%	6,4%	8,3%
Lisboa	58,2%	19,1%	7,2%	17,6%	3,0%	5,9%
Portalegre	50,0%	26,3%	5,0%	42,1%	15,0%	10,0%
Porto	45,5%	13,3%	10,4%	15,8%	9,1%	5,2%
Região Autónoma da Madeira	65,2%	13,0%	6,5%	10,9%	2,2%	6,5%
Região Autónoma dos Açores	56,8%	29,5%	9,3%	31,8%	11,6%	9,1%
Santarém	64,7%	30,6%	8,2%	31,4%	11,8%	13,7%
Setúbal	65,4%	30,8%	32,0%	38,5%	8,0%	4,0%
Viana do Castelo	70,0%	25,0%	10,0%	22,5%	27,5%	7,7%
Vila Real	38,9%	30,6%	13,5%	18,9%	2,8%	-
Viseu	47,9%	14,9%	6,9%	26,0%	11,0%	-

No cruzamento por distritos, revelam-se flutuações assinaláveis em função da localização das organizações: no caso do envio dos comunicados de imprensa, os distritos em que tal prática é mais comum são Coimbra e Viana do Castelo, onde sete em cada dez organizações responderam afirmativamente. No fundo da lista estão Bragança e Vila Real, onde o rácio de organizações não chega a quatro em cada dez.

Relativamente à divulgação de informações de emergência, os contrastes maiores são entre os distritos onde os valores rondam 30% - Setúbal, Santarém, Vila Real e Açores – e Faro, numa última

posição destacada das restantes (7,6%). Esta é, das dimensões aqui analisadas, a que apresenta menor amplitude de variação.

Quanto à dinamização de espaços de programação nas rádios, Setúbal e Beja destacam-se dos restantes distritos, com 32,0% e 28,1%, respetivamente. Note-se de novo o contraste com os últimos lugares, ocupados pelos distritos de Guarda e Bragança, com 2,2% e 2,9%, respetivamente. Esta é uma das dimensões em que os valores mínimos indiciam que, naqueles distritos, praticamente não haverá nas rádios locais programas da responsabilidade de organizações.

Em matéria de compra de publicidade, é Portalegre que ocupa a posição cimeira (42,1%), sem se destacar consideravelmente de outros distritos. A Região Autónoma da Madeira é o território com menor expressão (10,9%). Importa notar que, mesmo nos distritos onde menos organizações compram publicidade às rádios locais, tal prática não assume valores marginais. Efetivamente, a seguir ao envio de comunicados de imprensa, a compra de publicidade é a forma mais comum de relação com as rádios locais.

Relativamente à atribuição de apoio, Viana do Castelo foi o distrito em que mais organizações (27,5%) responderam ter, em 2021, apoiado a rádio local sob a forma de apoio financeiro direto. Os distritos em que tal forma de apoio foi residual – com 3% ou menos das organizações respondentes a expressá-lo – foram Lisboa, Vila Real, Madeira e Évora. O apoio indireto – na forma de instalações, equipamentos ou outros bens – é a forma menos usual de relação com as rádios. Ainda assim, assume maior expressão em Santarém (13,7%), Beja, Portalegre e Évora (os três a rondar 10%). Há três distritos sem qualquer resposta afirmativa: Viseu, Guarda e Vila Real.

No final deste bloco de questões, os inquiridos foram convidados a acrescentar um comentário para descrever a relação da sua organização com a rádio local, tendo sido obtidas 144 respostas válidas. A pertinência destes dados é sobretudo qualitativa, motivo pelo qual importa ilustrar os sentidos positivos e negativos.

Destas respostas, 85, ou seja, mais de metade, refletem uma avaliação positiva do papel da rádio; a relação com as rádios é qualificada como colaborativa (*“Até agora, a relação de cooperação tem sido excelente. Com total reciprocidade”*), de abertura (*“está sempre disponível para divulgar as nossas atividades”*), dedicada e atenta às necessidades da população (*“As rádios locais tiveram e têm uma dinâmica muito importante de cobertura e acompanhamento de alguns eventos e iniciativas promovidas pela Fundação. Parece-nos que a comunicação relativamente à programação cultural, artística, existente na cidade é realmente adequada e sente-se empenho na transmissão dessa informação à população das várias faixas etárias”*). Nestas respostas, a rádio é considerada uma peça importante na divulgação das atividades das organizações (*“ajuda-nos na divulgação das*

estreias dos nossos espetáculos. É uma constante e na altura do nosso festival, também são um grande apoio. Em troca colocamos o logotipo desta mesma rádio, nos materiais gráficos e digitais”).

Há um subconjunto de respostas que salienta a relevância social da rádio local, i.e, não pela ótica particular da sua organização mas do ponto de vista geral (*“Entendemos que as rádios locais são importantíssimas, pela identificação e ligação que permitem com o meio onde estão inseridas, sendo mesmo um bom fator de coesão territorial e social. Para além disso, à escala local, elas prestam aquilo que - incumbindo aos OCS do Estado - se pode considerar um verdadeiro “serviço público” tal a proximidade com as populações locais que são o seu universo de ouvintes”).* Algumas respostas chegam a apontar uma importância crescente do setor (*“Cada vez mais as rádios locais têm um papel mais importante em meios tão abandonados como o interior”).*

No sentido contrário, perto de um terço das respostas (i.e, 45), traduzem uma apreciação negativa da relação com as rádios locais. Neste conjunto incluem-se comentários críticos que, não subestimando a importância da rádio local, ressentem a dificuldade de ter espaço de divulgação que não seja estritamente publicitário (i. e, pago). Por exemplo: *“como não se faz publicidade paga na rádio local... é como não existíssemos, apesar de história de mais de 30 anos e termos atividade regular com público presente”,* ou *“É difícil aceder às rádios locais e obter espaço de informação /publicidade para eventos culturais que deveriam até ser de forma gratuita no caso de associações sem fins lucrativos.”* Em certos casos, a causa dessa inacessibilidade é a distância física: *“A nossa associação não tem relacionamento com rádios locais, já que as que existem são em municípios vizinhos, ou seja, têm pouca identificação connosco”.*

É muito vincada, nos comentários de sentido negativo, a percepção de mudanças no setor, associadas a um processo de distanciamento: *“As associações culturais e desportivas modestas como as minhas, utilizaram em tempo as rádios locais, graciosamente, que nos ajudavam a publicitar as nossas iniciativas. Hoje, infelizmente, o dinheiro é dono e senhor de tudo e só pagando se consegue uma simples informação. São sempre “alguns” que nela tem assento e é pena!”.* No caso das juntas de freguesia, também é mencionado o quadro legal como limitativo do acesso das instituições a tempo de antena: *“Em nosso entender, é difícil as juntas de freguesia poderem aceder a espaços rádio com qualidade, tendo em conta os curtos orçamentos que temos e porque a lei está mal formulada. Legalmente, as juntas de freguesia só poderão publicitar, em meios de comunicação social, as suas atividades, mas se quisermos ter tempo de antena, geralmente, as rádios e jornais pedem-nos para financiar, com publicidade, um espaço na antena ou no jornal. Se não o fizermos, somos remetidos ao silêncio”.* Ainda que o direito de antena não seja uma figura aplicável ao universo de rádios locais, na medida em que se limita aos órgãos de comunicação de serviço público, importa assinalar este

sentimento de sub-representação no espaço mediático, que é mais enfaticamente expressado por representantes de juntas de freguesia.

Nos comentários de sentido negativo, outros dos temas que sobressai é o declínio da importância do setor da rádio local: *“As rádios locais deixaram, há muito, de ter um papel relevante no concelho”*. Entre estas respostas, há imputação de causalidade às alterações de propriedade ocorridas no setor, com perda de localismo: *“A maioria das rádios locais foram vendidas a grupos económicos e por esse facto deixaram de publicitar e participar em atividades locais de associações/câmaras. O conceito de rádio local está perdido.”*

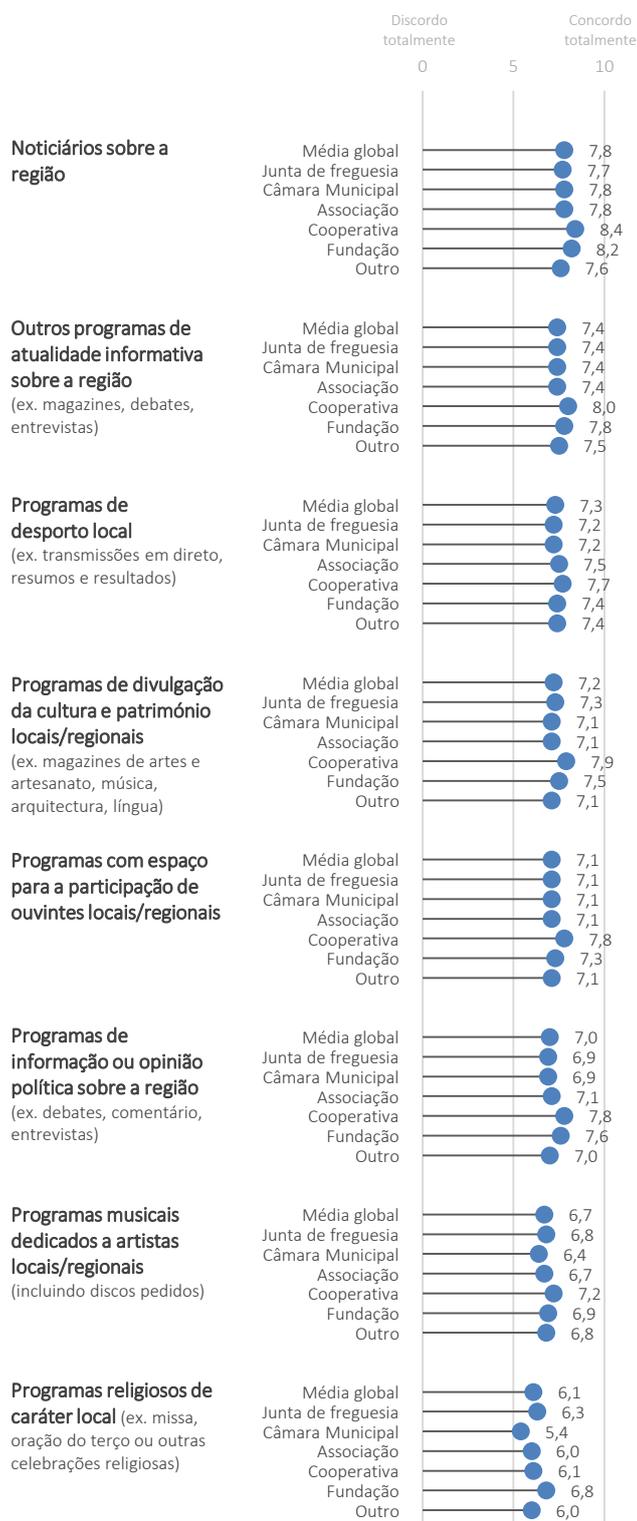
Um outro tema a sublinhar – e que surge em certos casos associado à inferior importância social da rádio – é a independência editorial: *“Faz muita falta um meio de comunicação social isento e independente ao concelho”*. Importa aqui salientar que esta proximidade ao poder político, que visa sobretudo câmaras municipais, é identificada quer por associações quer por juntas de freguesia, como ilustra também o exemplo seguinte: *“As rádios locais estão ao serviço da câmara, só fazem campanha indiretamente, por isso é que recebem os subsídios”*. Não é um dado muito visível no tratamento quantitativo das respostas (como se verá mais adiante na figura 11 e 12), mas que é bastante enfático em alguns comentários (ainda que não sejam em grande quantidade).

Perceções sobre as rádios locais

Programação

Relativamente à perceção do modo como diversos tipos de programação correspondem às necessidades da população, apresenta-se antes de mais os resultados referentes aos inquiridos cuja região é abrangida por um ou mais serviços de programas de rádio local.

Figura 8 - Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente), considero que a rádio contribui para responder às necessidades da população em matéria de...



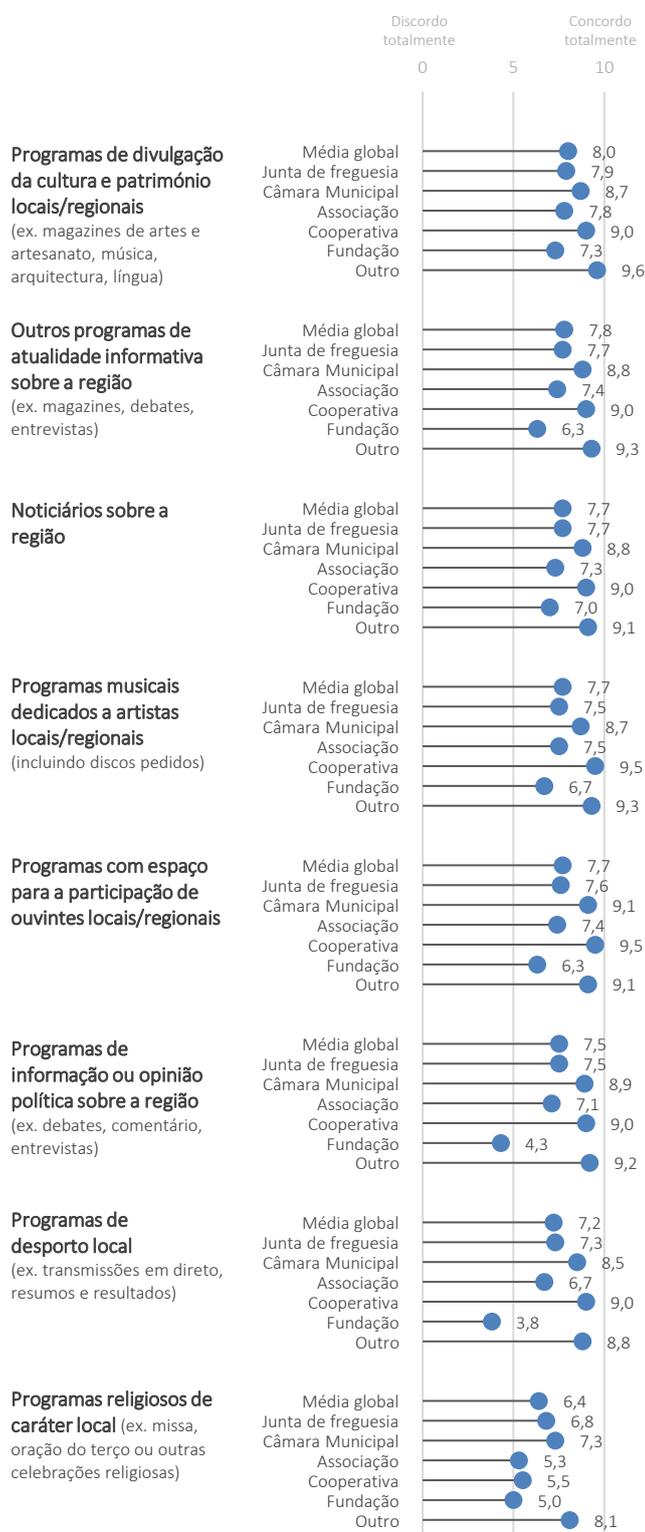
Relativamente ao suprimento das necessidades da população em matéria de informação e outros conteúdos mediáticos, a primeira leitura a extrair é a da tendência para se apreciar de modo claramente positivo o papel da rádio local (numa escala de 1 a 10, o valor médio mais

baixo é 5,4; os restantes situam-se entre 6 e 8,4). Há a assinalar que os programas com apreciação mais positiva são os noticiários; pelo contrário, são os programas de teor religioso aqueles que se considera menos corresponderem às necessidades da população. Estas leituras são transversais a todos os tipos de entidade, ao contrário de outras dimensões em que o tipo de entidade tem grande influência nos resultados (como se observou, por exemplo, quando às práticas de comunicação).

Analisando em maior detalhe, relativamente à oferta de **noticiários** de teor local, os respondentes posicionam-se, em média, num ponto elevado da escala (em todas as categorias de entidade, a média ultrapassa 7,5), sendo as cooperativas e as fundações que mais claramente expressam uma apreciação positiva. Relativamente à oferta de **outros programas de atualidade informativa**, a concordância também é bastante elevada, acima de 7,4, com as cooperativas a alcançar o valor máximo. No caso de programas de **informação ou opinião política**, o valor mais baixo, 6,9, é a média obtida no caso das câmaras municipais e das juntas de freguesia – os dois tipos de órgãos políticos. Também no caso dos programas de **desporto**, o valor mais baixo, 7,2, corresponde à média produzida pelas câmaras municipais e juntas de freguesia. Quanto a programas de **divulgação da cultura e património**, a média supera os sete pontos, em todas as classes de entidade, com as cooperativas a registar uma concordância mais elevada do que as restantes entidades. Quanto à oferta de programas **musicais**, ainda que refletindo uma apreciação positiva, os valores descem ligeiramente, com mínimos de 6,4 no caso das câmaras municipais. É no caso dos programas **religiosos** que a apreciação, ainda que positiva, apresenta valores médios bastante inferiores aos registados nos casos acima. O valor médio mais baixo, 5,4, corresponde às câmaras municipais, e com um valor médio mais elevado, registado pelas fundações, é 6,8. Os programas que permitem a **participação de ouvintes** são apreciados com um valor médio em torno de 7 pela maior parte das organizações, só se destacando as cooperativas com um valor médio superior (7,8).

Atente-se agora na perceção análoga, mas pela perspetiva dos inquiridos cuja área geográfica *não é abrangida por rádio local*. Neste caso, foi perguntado, entre 1 e 10, em que medida faria falta uma rádio local para que a comunidade tivesse acesso àquelas categorias de programas, ficando deste modo evidenciados os conteúdos de teor local que aqueles respondentes mais valorizam, ou seja, que consideram que fazem mais falta à população.

Figura 9 - Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente), considero que faria falta uma rádio local para que a minha comunidade tivesse acesso a...



Observando a média global, os programas de divulgação da cultura e património locais/regionais são os mais valorizados; para além de apresentarem uma concordância média mais elevada (8,0), são os

que apresentam menor coeficiente de variação. Pelo contrário, os programas religiosos não só apresentam uma média global mais baixa (6,4) como menor nível de concordância, com o coeficiente de variação mais alto.

Analisando variações por tipo de programa, os programas dedicados a **cultura e património locais** são dos conteúdos transversalmente mais valorizados, com médias entre 7,3 e 9,6. É possível extrair uma leitura semelhante quanto à perceção sobre os **programas dedicados a música local**, entre 6,7 e 9,5. Os programas de **informação e opinião política** estão entre os mais valorizados por todas as categorias de entidade (com médias entre 7,1 e 9,2), à exceção das fundações, que lhes atribuem relevância negativa (4,3 em média). No caso dos **noticiários**, os valores oscilam entre 7,0 (fundações) e 9,1 (outras entidades). Os programas ou **espaços de participação de ouvintes** apresentam valores também transversalmente positivos, oscilando entre 6,3 e 9,5. Relativamente a **outros programas de informação de atualidade**, o valor médio varia entre 6,3 (fundações) e 9,3 (outros). Também no caso dos programas de **desporto**, a perceção de relevância é positiva em todos os tipos de entidade (entre 6,7 e 9,0), salvo no caso das fundações, que lhes atribuem uma média de 3,8 na escala de importância para a população. No final da lista estão os **programas de teor religioso**. Os valores médios referentes a estes programas oscilam entre um mínimo de 5,0 e um máximo de 8,1 – valores mais baixos que os obtidos pelos restantes tipos de conteúdos.

Analisando as médias por cada tipo de organização, observa-se que as associações, acompanhando a tendência global, valorizam mais os programas de cultura e património e sendo os programas religiosos os menos valorizados. As juntas de freguesia e as entidades da categoria “outros” avaliam de forma semelhante – os programas de cultura e património são os mais valorizados e os religiosos os menos.

As câmaras municipais dão primazia aos programas de informação e opinião política; no fim da lista também surgem os programas religiosos.

As cooperativas valorizam mais, em média, os programas culturais e os espaços de participação de ouvintes; também neste caso, os programas religiosos são os que, na perspetiva destas entidades, menos falta fazem à população.

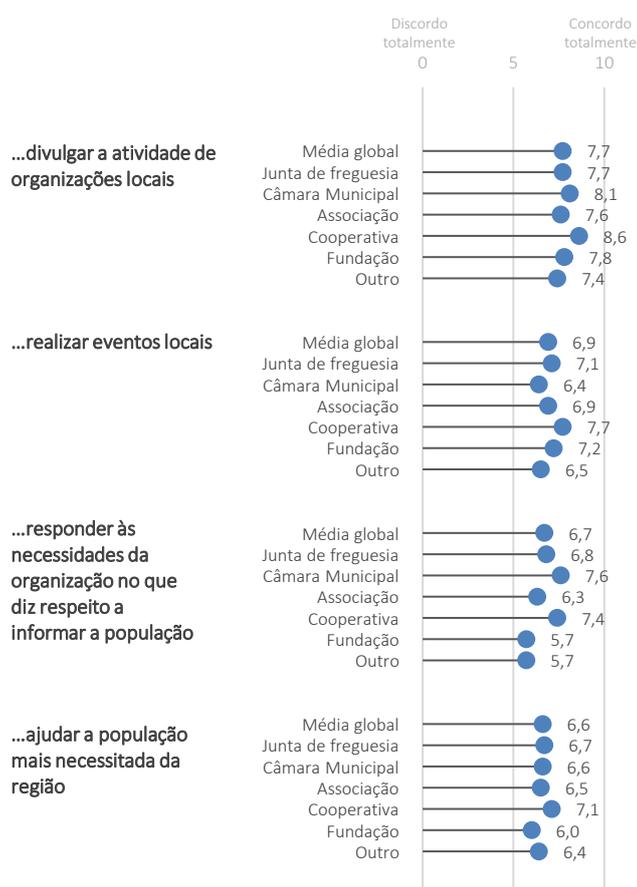
No caso das fundações, os mais valorizados são os programas de cultura, sendo os desportivos os que surgem no fundo da lista. É o único tipo de entidade em que os religiosos não figuram na última posição.

Relação da rádio com outras entidades locais

Outro indicador da relação das rádios locais com as entidades da sociedade civil local era a avaliação global do contributo da rádio para: a divulgação de atividades de organizações locais/regionais (por ex. culturais, desportivas, políticas, religiosas, escolas, bombeiros); a realização de eventos (enquanto organizador principal ou co-organizador); o auxílio à população em situação de emergência ou carência (por ex. idosos, doentes, desempregados, vítimas de catástrofes ou acidentes) e, finalmente, para responder às necessidades específicas de divulgação de informação, por parte do respondente, junto da população.

Esta questão distingue-se da anterior na medida em que naquela se procurou avaliar a oferta de programação; aqui procurou-se avaliar a relação da rádio, enquanto ator local, com outros atores locais, por outras palavras, a sua participação na comunidade.

Figura 10 - Considero que as rádios locais que emitem na minha região contribuem para...



Também nestes parâmetros de participação, a média das avaliações é, em geral, positiva: em termos globais, o valor médio mais baixo registou-se na resposta à alínea sobre auxílio à população mais vulnerável. Em contrapartida, é na resposta à primeira alínea, referente à divulgação que as rádios

locais fazem, em geral, da atividade de organizações locais, que se observa um nível médio de satisfação mais elevado.

Os valores mais elevados referem-se à primeira questão, sobre o contributo das rádios para divulgar a atividade de organizações locais/regionais: as médias variam entre 7,4 e 8,6, com as cooperativas a registar valores mais altos que as restantes, seguidas pelas câmaras municipais.

Quando questionados sobre se as rádios contribuem para a realização de eventos locais, os valores flutuam entre 6,4 e 7,7, sendo aqui as câmaras municipais o tipo de entidade que apresenta uma avaliação mais modesta.

Quando questionados sobre se as rádios contribuem para ajudar a população mais necessitada da região, os valores oscilam entre 6,0 e 7,1.

Quando questionados sobre se as rádios contribuem para responder às necessidades da sua organização no que diz respeito a informar a população, as médias oscilam, consoante o tipo de organização, entre 5,7 e 7,6 – sendo o valor mais baixo correspondente a fundações e outras entidades.

Analisando as médias por tipo de organização, observa-se que todas consideram que as rádios contribuem, acima de tudo, para a divulgação das atividades de organizações locais.

Independência e pluralismo

Independência e pluralismo são princípios que, além de consagrados na CRP, estão muito ligados às justificações do surgimento das rádios locais após 1974, pelo que importa averiguar a perceção da sociedade portuguesa sobre a sua efetivação atual. A indagação das perceções sobre a independência das rádios face aos poderes locais dividiu-se em três vertentes: independência política, religiosa e económica. Neste bloco procurou-se aferir as perceções sobre o pluralismo, entendido enquanto livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião.

Figura 11 - Considero que a rádio local que emite na área de intervenção da minha organização...

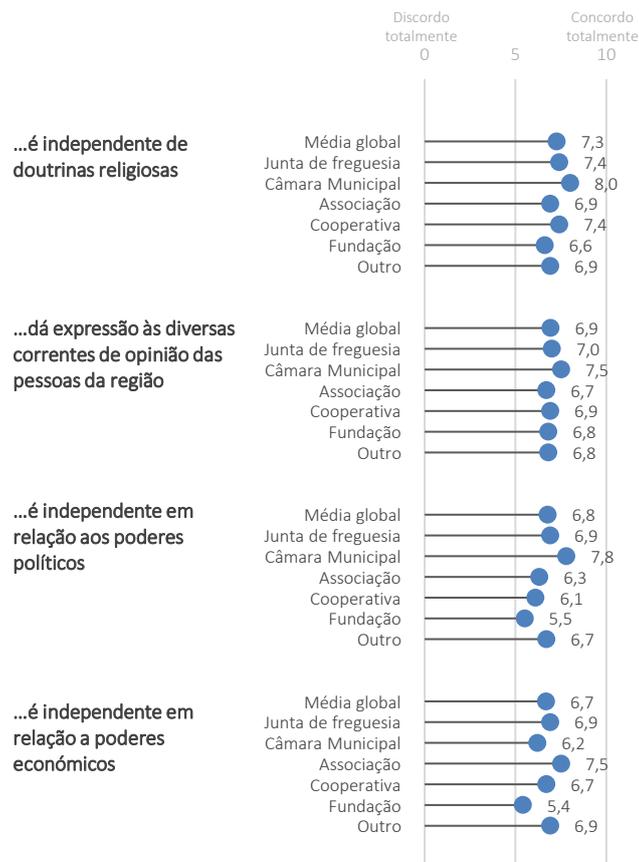
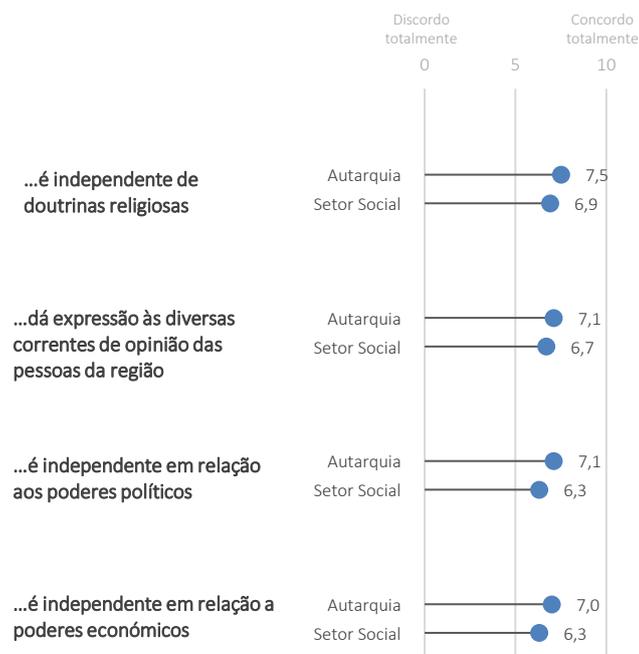


Figura 12 - Considero que a rádio local que emite na área de intervenção da minha organização... (agregado)



A apreciação média, no que diz respeito à independência editorial das rádios face aos diversos poderes, é transversalmente positiva. As fundações são aquelas que apresentam, os valores em médios mais baixos em todas as alíneas. As câmaras municipais são aquelas que, em todas as vertentes, com exceção da independência dos poderes económicos, apresentam médias mais elevadas, secundadas pelas juntas de freguesia.

A avaliação do pluralismo – ou seja, do espaço que as rádios concedem à expressão de distintas correntes de opinião – também tem avaliação positiva, oscilando entre 6,7 (associações) e 7,5 (câmaras municipais).

Esta é uma das questões em que a agregação das categorias da variável *tipo de entidade* em dois grupos – autarquias (câmaras e juntas de freguesia) e sociedade civil (associações, cooperativas, fundações e outras) – faz sobressair contrastes relevantes. Observa-se um enviesamento positivo das organizações do poder local e, em média, uma perspetiva mais crítica por parte das organizações não públicas.

A segmentação geográfica dos indicadores de independência e pluralismo por distrito indica outras assimetrias regionais, sobretudo quando cruzada igualmente por tipo de entidade (cf. anexo C.3). Por exemplo, em Bragança a apreciação da independência religiosa por parte das organizações da sociedade civil é bastante inferior à das organizações autárquicas (5,8 e 8,3 respetivamente), ocorrendo o mesmo relativamente à apreciação do pluralismo (5,8 e 8,0 respetivamente). Em Portalegre, por seu turno, a perceção de independência religiosa é mais positiva no caso das organizações da sociedade civil do que no caso das autarquias (10,0 e 7,2 respetivamente).

Na vertente qualitativa, releva analisar os comentários adicionais a este tópico, feitos por 31 respondentes (associações, cooperativas, fundações e juntas de freguesia). A maioria dos enunciados prende-se com a falta de independência política, criticando sobretudo as câmaras municipais: *“Uma das rádios [é] nitidamente influenciada pelo poder local”*; *“As rádios/comunicação social local estão muito ligados às câmaras municipais e acabam por ter cuidado em notícias lesivas para os municípios em causa”*.

Em diversos comentários é claro que na raiz deste problema está uma dependência económica: *“As rádios locais e os jornais locais deveriam ser mais sensíveis e abertos à população em geral e às Instituições e menos dependentes dos poderes políticos. Problemas de publicidade e financiamento”*; *“Poderia haver mais independência se o financiamento não fosse tão desafiante no modelo atual das rádios locais”*. Em certos comentários é apontada a falta de autonomia não só face o poder político mas de um modo geral: *“Os órgãos de comunicação social estão demasiado dependentes das “forças vivas” da comunidade. Os poderes políticos, religiosos, desportivos, massa comercial e industrial são*

financiadores de publicidade, o que branqueia determinadas situações que não são relatadas e/ou que condicionam as redações”.

Outros comentários assumem um tom mais compreensivo e não tanto crítico, entendendo que as dificuldades de sustentabilidade com que as rádios se debatem condicionam o serviço que prestam: *“É uma rádio de pequena dimensão, já com alguns anos de existência, numa [região com poucos habitantes] e com um frágil tecido empresarial”; “Apenas dizer que entendo perfeitamente a posição das rádios da minha região. Sou jornalista de formação e fiz rádio numa das rádios locais que agora analiso. Percebo que têm de pagar salários e que isso as condiciona face ao poder político. Não se trata só de uma questão económica, mas também de isenção editorial, mas compreendo que no limite o que é relevante é chegar ao final do mês e poder pagar as contas”.*

Uma autarquia associa diretamente a perda de proximidade da sua rádio à comunidade às limitações de meios, agravadas nos últimos anos: *“A rádio local do nosso município tem tido nos últimos 3 ou 4 anos algumas dificuldades de meios técnicos e principalmente humanos, o que fez com que a rádio não tenha tido muita participação na vida da sociedade onde está inserida”.*

Relativamente ao pluralismo, é criticada a falta de diversidade de conteúdos ou de programação própria, particularmente o excesso de música ou de retransmissão, como ilustram os comentários seguintes: *“Não tem programação ativa e dinâmica. 80% do tempo transmite em direto programa de outras rádios”; “Discos pedidos manhã, tarde e noite”.*

Apesar das críticas, reitera-se a relevância das rádios em territórios de baixa densidade, no combate ao isolamento e à solidão, e como veículo de informação de carácter local: *“As rádios locais são um meio fundamental de divulgação das notícias da região, bem como uma companhia para as populações das regiões isoladas do interior. Também são um meio importante para minorar o isolamento social e a solidão das populações do interior”; “Leva informação à população “infoexcluída””; “Dá voz e ajuda na integração da população estudantil”* (comentário acerca de uma rádio universitária).

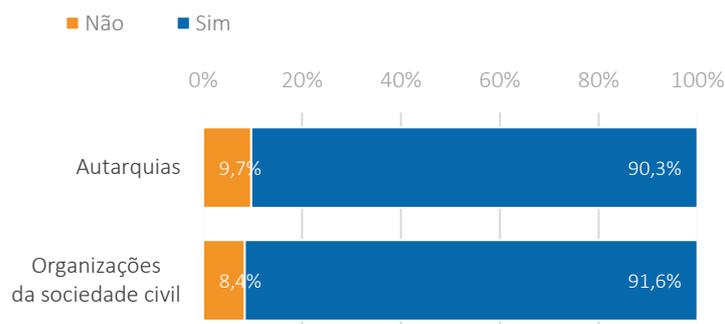
Expectativas

Nesta secção, procurou-se identificar os aspetos que as organizações locais mais valorizam, quando convidadas a refletir sobre a evolução da rádio local. Em concreto, foi-lhes solicitado que avaliassem as dimensões de programação, financiamento e políticas públicas.

Programação

Procurou-se conhecer a avaliação das entidades quanto à relevância de reforçar a orientação comunitária da programação local. É transversal a todas as categorias de entidades a opinião que o futuro da rádio local deveria passar por um maior envolvimento da comunidade (ouvintes, associações, autarquias) na criação de conteúdos e/ou programas.

Figura 13 - A rádio deveria envolver mais a comunidade na criação de conteúdos/programas?



Nota: Optou-se nesta resposta por apresentar o cruzamento por tipo de entidade de modo agregado, para assegurar fiabilidade do número de casos.

Na vertente qualitativa, das 136 respostas válidas de comentário à questão anterior, 10 correspondem a uma resposta negativa na questão precedente, servindo o comentário para justificar que a rádio já envolve suficientemente a comunidade.

Nos 126 comentários que elaboram a opinião de que a rádio deveria envolver a comunidade na criação de conteúdos, os enunciados segmentam-se em diversos temas: a aproximação à população e/ou as organizações; o afastamento e perda de localismo; a importância da rádio como meio acessível e inclusivo; a inovação e revitalização da oferta; o reforço de conteúdos sobre diversos temas.

Assinale-se, com mais ocorrências, os comentários que salientam a importância de envolver mais a população e/ou as organizações: *“Considero importante envolver mais a população local”*; *“Ouvir mais testemunhos de vida e de boas práticas”*; *“Considero que deveria envolver mais as associações locais”*; *“Deve dar mais voz às associações, autarquias, enfim, todas as forças vivas”*. Há respostas que, concordando com o envolvimento de algumas organizações, discordam de maior envolvimento das autarquias: *“Cidadãos e organizações sim, autarquias não. Com estas últimas, a contaminação político-partidária iria destruir toda a criatividade e independência”*. Em alguns casos considera-se que maior envolvimento da comunidade poderá resultar em dinamização da audiência: *“Tal situação*

permitiria às rádios locais adquirir maior visibilidade e ouvintes na população”; “De forma a gerar interesse pelas temáticas e engagment com o canal”.

Neste primeiro conjunto, um outro subtema prende-se com a importância de fazer mais emissões fora de estúdio: *“Reforçar a proximidade com as populações e com os seus problemas, através de programas realizados em diferentes pontos do território, promovendo o envolvimento da comunidade local na sua dinâmica”; “a rádio deveria estar mais próxima das pessoas, estabelecendo parcerias com as autarquias e associações. Precisam de sair mais vezes à rua e ouvir as comunidades, não só para noticiar, mas principalmente para divulgar”; “Por exemplo: raramente as rádios saem de estúdio. Fica caro, e caso não existam patrocinadores, isso não acontece. Mas seria uma forma de contacto mais direto se acaso houvesse financiamento público para essa envolvimento local!”; “Claramente, a rádio deveria levar o microfone até ao local onde as pessoas estão”.*

Num segundo tema, sobre o problema de falta de localismo na oferta radiofónica, destaca-se o afastamento e a perda de proximidade das rádios locais: *“No passado verificava-se um maior envolvimento de todos o que não acontece hoje em dia”; “Infelizmente a rádio já não tem o poder que teve noutros tempos. Atualmente é mais ouvida quando viajamos de automóvel”.* Neste tema incluem-se também comentários que sinalizam a ausência de estações de rádio local: *“Nunca houve rádio local neste concelho”* e comentários de crítica às rádios nacionais: *“Apesar de tudo, na área de Coimbra temos razoável cobertura e intervenção pelas rádios locais. O interesse por parte das rádios nacionais já não é tão visível”.*

Numa outra vertente, reconhece-se a importância da rádio pela sua ubiquidade e acessibilidade, como meio inclusivo: *“Há uma rádio local digital e nem todas as pessoas têm computador, por isso a rádio hertziana é a única que cobre todos no concelho”; “Temos comunidades que não têm tempo para ver televisão. A rádio é por excelência a melhor forma de chegar ‘a uma gorda fatia’ de cidadãos, nos seus locais de trabalho, em viagem, ou em casa”.*

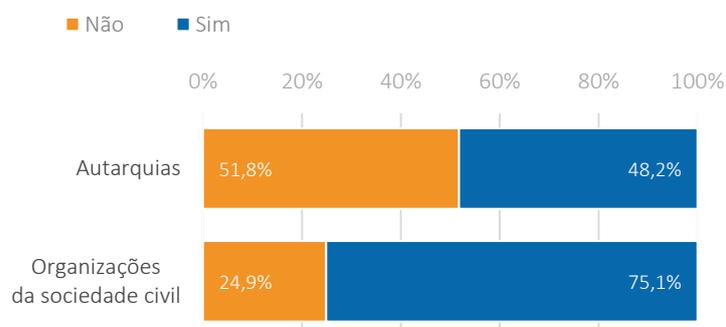
Alguns comentários assinalam a importância de fazer alterações nas rádios no sentido de revitalizar e inovar na oferta; por um lado, a necessidade de reforço de meios para que as rádios locais possam enriquecer o seu serviço à comunidade: *“para realizar com eficácia esse trabalho têm de ter pessoal qualificado”; “As coletividades de cultura recreio e desporto vivem do voluntariado benévolo e têm dificuldades financeiras. Sabendo que as rádios também precisam de receitas para sobreviver, a questão que se põe é como podemos encontrar forma das rádios locais apoiarem as coletividades”.* O subtema da informação surge associado a alguns dos comentários sobre inovação: *“E deveria adaptar-se às novas formas de comunicação. Deveria complementar o serviço de áudio com o serviço de imagem através das redes sociais ou dos seus sites.”*

Relativamente a áreas temáticas de conteúdos que seria importante reforçar, sobressaem cultura e património local (“divulgação da história local, eventos culturais”); informação sobre assuntos relevantes para o desenvolvimento económico e social da região (“programas temáticos, sendo um deles relacionado com a agricultura – aviso de candidaturas a apoios; temas de produção; discussão de preços, entre outros, com hipótese de intervenção dos ouvintes”); desporto (“cobertura de atividades desportivas mais a nível do próprio concelho”); saúde e ação social (“efetuar um acompanhamento noticiário sobre a implementação dos Planos Locais de Desenvolvimento Social, no sentido de informarem a população sobre os aspetos da pobreza, do isolamento, da saúde dos mais desprotegidos, etc.). A maioria dos comentários não dá preferência a um único tema, antes elencando diversas áreas temáticas (“Conteúdos/Programas sobre alterações climáticas, reciclagem, preservação das linhas de água, solidariedade, comunicação com o idoso, etc.”).

Financiamento autárquico

Esta é uma das matérias em que se regista maior diferença de opinião entre tipos de entidade. As câmaras municipais, na maioria, opõem-se ao aumento da sua contribuição para o orçamento das rádios locais. As juntas de freguesia dividem-se: metade concorda, metade discorda. As associações e os restantes tipos de organização consideram, na sua maioria, que as câmaras deveriam aumentar o volume de financiamento.

Figura 14 - As autarquias deveriam contribuir mais para o financiamento das rádios?



Na vertente qualitativa, os respondentes expressam grande preocupação com o risco de perda de independência editorial: *“havendo muito financiamento por parte das autarquias pode haver uma dependência financeira das rádios e transformarem-se em canais de promoção/campanha das autarquias”*; *“Acho que as autarquias não devem contribuir para as rádios locais. Pois podem contribuir para a isenção destas”*; *“Poderá interferir na gestão, que se pretende isenta, dos conteúdos”*, sendo essa não só a principal justificação das respostas negativas como também uma apreensão associada a respostas positivas: *“Com apoio devidamente justificado, mas executados de modo que não deixassem dúvidas sobre os objetivos a que tal apoio se propõe e sempre com total*

independência política"; *"Num exercício de comunidade concordamos com esta possibilidade, mas que obrigasse à assinatura de um entendimento em que as autarquias não poderiam pressionar as redações"*.

A justificação do apoio à atividade das rádios locais tem duas linhas principais, nos comentários analisados. Uma mais isenta de interesse próprio, a das justificações assentes na importância da rádio para a comunidade: *"O município deveria apoiar a rádio local, pois transmite notícias relevantes da região"*; *"Uma rádio local é uma mais-valia para a população"*; *"Talvez fosse um meio importante para as nossas gentes poderem expor a realidade das nossas aldeias"*. Outras justificações têm uma base estratégica, i.e, orientam-se para fins, que podem ser o benefício da própria organização, entendido como convergente com o interesse da comunidade: *"Uma vez que iria divulgar mais a nossa freguesia e atividades, é evidente que iríamos financiar dentro dos nossos orçamentos"*; *"A contribuição financeira é necessária mediante a divulgação das freguesias rurais adequada ao apoio atribuído"*. Uma versão extrema destes comentários equaciona o merecimento do apoio com considerações sobre a linha editorial da rádio: *"desde que a rádio seja mais isenta e honesta nos comentários que tece"*.

Um tema que surge muito relacionado com a independência é a diversificação de financiamentos e a proposta de modelos vistos como equilibrados: *"Sim, mas sem colocar em causa a independência da rádio. As fontes de financiamento devem ser diversificadas, de modo a que a perda de uma delas não possa pôr em causa a sua viabilidade económica"*; *"As rádios locais devem ter apoios diversificados de modo a serem independentes"*. Uma das vias equacionadas é o complemento entre financiamento público e receitas publicitárias: *"A sustentabilidade das rádios locais deve passar pelo apoio estatal, complementado com a receita dos spots comerciais"*. Noutra linha, há quem considere que os apoios não devem ser autárquicos mas do Estado central, como proteção da independência ou defender a rádio local de assimetrias regionais: *"Entendo que essa responsabilidade não deve ser das autarquias, mas sim do Estado central, condição naturalmente necessária para salvaguardar a paridade em todo o território nacional"*; um deles defendendo que a Contribuição para o Audiovisual deva refletir-se em apoio à rádio local: *"Utilizar também a taxa audiovisual para financiar as rádios locais"*. Um dos respondentes propõe que a gestão de apoios públicos seja conduzida por uma entidade independente (ERC), com vista a proteger a independência das rádios: *"Eu creio que as autarquias já o fazem e bem. Eu apostaria mais que uma entidade tipo a ERC pudesse gerir fundos de apoio às rádios locais que fomentasse a sua independência face às autarquias em prol do jornalismo"*.

As limitações orçamentais das autarquias são um argumento suscitado especificamente por juntas de freguesia: *"Sim, concordo. Mas com as poucas verbas que 95% das juntas de freguesia gerem, isso*

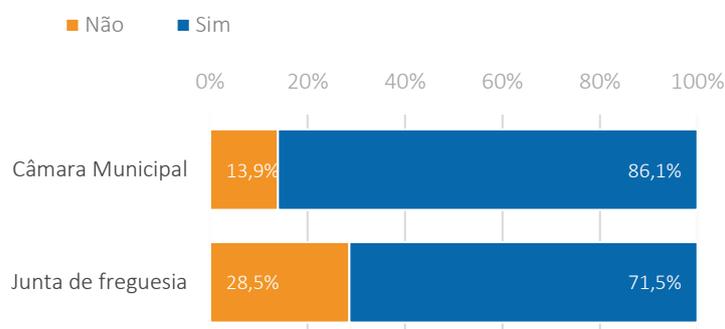
torna-se inviável”; “Desde que o orçamento assim o permita. As autarquias atualmente têm problemas gravíssimos de caráter social que consomem grande parte do orçamento...”; “Esta autarquia não tem orçamento para suportar mais despesas”; “As rádios locais deveriam ter financiamento próprio, não estarem dependentes de terceiros. Até porque as autarquias também têm bastante carência económica e infelizmente têm que ajudar associações e famílias em pobreza extrema”.

Por fim, há os que discordam de qualquer forma de apoio, advogando um modelo de financiamento próprio numa lógica de mercado: “Não creio que tenha de ser a autarquia. Penso que terão de arranjar financiamento próprio através de publicidades ou outros meios”; “As receitas deverão vir da publicidade. Se a rádio for bastante ouvida, significa que é interessante, logo publicitar nessa rádio será benéfico”.

Publicidade institucional do Estado

Numa pergunta dirigida apenas às câmaras municipais e juntas de freguesia, foi questionada a opinião sobre a possibilidade de se rever o regime de publicidade institucional do estado para passar a abranger as autarquias enquanto entidades promotoras de campanhas.

Figura 15 - As autarquias deveriam ser consideradas como entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado na atual lei que regula esse regime



Questionadas sobre a pertinência de se rever a atual lei com vista a permitir que as autarquias sejam consideradas nas campanhas de publicidade institucional do Estado, perto de nove em cada dez câmaras municipais concordam com esta revisão. No caso das juntas de freguesia, são cerca de sete em cada dez.

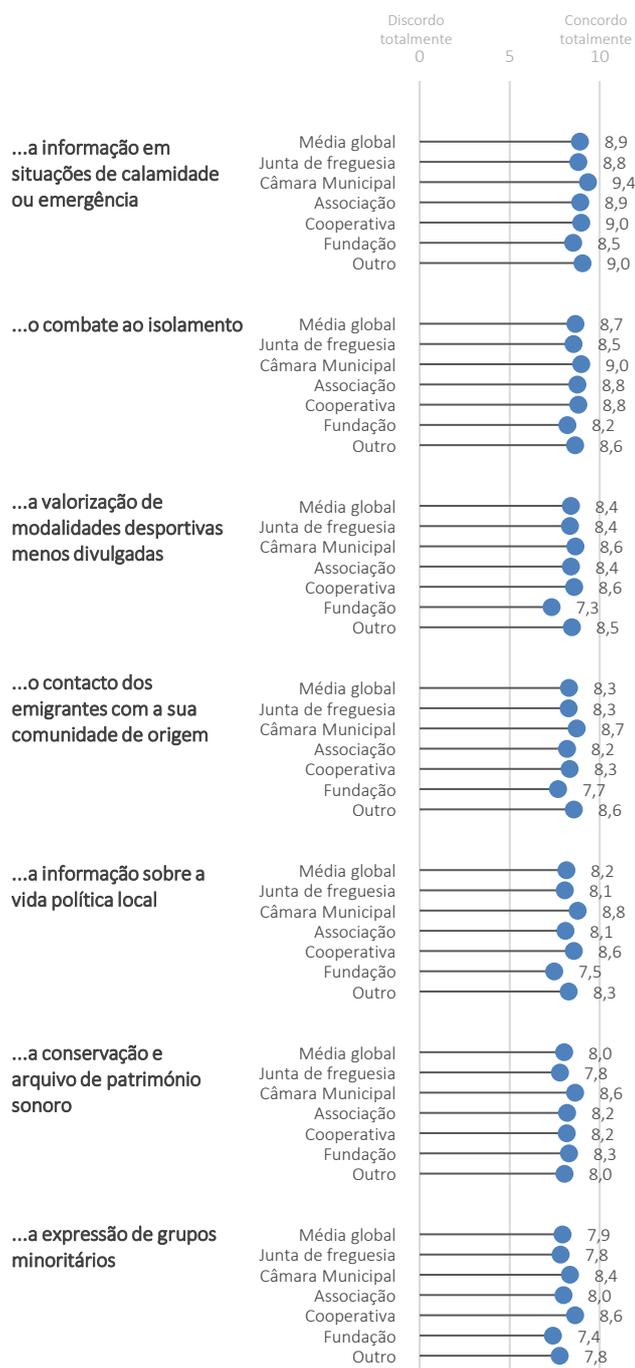
Na vertente qualitativa, entre os que concordam, é salientada a proximidade das autarquias à população com argumento para a revisão; a possibilidade de as autarquias serem contempladas para campanhas de publicidade institucional seria benéfica para o contacto com a população: “Porque são as autarquias que estão mais próximo do cidadão comum”; “Ninguém melhor que as autarquias

conhece, no terreno, os melhores interlocutores para divulgação da publicidade institucional. O que se tem visto e lido é que os serviços de Estado privilegiam os grandes grupos de comunicação social, de âmbito nacional". O comentário anterior não é o único a defender a descentralização do Regime de Publicidade Institucional como meio de introduzir maior justiça na distribuição do investimento publicitário do Estado: "Seria vantajoso o alargamento deste regime às autarquias para garantir uma distribuição mais equitativa do investimento publicitário realizado pelo poder local, beneficiando não só as rádios locais como a imprensa regional (escrita e online)."

Políticas públicas

Para indagar os representantes das organizações sobre áreas prioritárias em matéria de políticas públicas, as opções de resposta previstas apoiaram-se nas funções sociais da rádio local a que especialistas entrevistados conferiram importância, ainda que não se restringindo a elas. Assim, os inquiridos foram solicitados a avaliar a importância do papel do Estado português, através do desenvolvimento de políticas, para diversas áreas de interesse público da rádio local.

Figura 16 - Deveriam ser desenvolvidas políticas públicas com o objetivo de reforçar a importância das rádios locais para...



Todas as funções acima identificadas foram objeto de apreciação marcadamente positiva, ou seja, a sociedade civil tende a corroborar as visões dos especialistas relativamente à relevância de tornar estas funções foco de políticas públicas. Ainda assim, há duas funções que mais positivamente se destacam em quase todos os tipos de entidade: a difusão de informação em situações de calamidade ou emergência e o combate ao isolamento.

Só as fundações se desviam ligeiramente daquela tendência, com a conservação e arquivo de património sonoro a constar no segundo lugar.

Na vertente qualitativa, as 46 respostas válidas são comentários que, mais do que salientar alguma daquelas dimensões de intervenção, pretendem sublinhar de um modo mais geral o tema da relevância social da rádio local e dos princípios que pode contribuir para fortalecer, da coesão territorial à solidariedade: *“Penso que deveria existir uma política nacional para apoio e criação de rádios locais. São extremamente importantes, sobretudo, nos territórios de baixa densidade, podendo ter uma missão e um papel extremamente importante”*; *“A rádio local bem administrada, tem a função de esclarecer a população e agregar através do conhecimento, a solidariedade e humanismo”*.

Entende-se a rádio local como promotora dos princípios da diversidade, pluralismo e inclusão democrática: *“Deveriam ser feitas mais emissões em direto na generalidade das autarquias, especialmente, nas freguesias para que fosse permitido à generalidade das pessoas expressarem aquilo que pensam”*; *“Ter meios de comunicação que dignifiquem as pessoas, dentro das suas comunidades, que valorizem a cultura local, nas suas várias formas e que tenham como objetivo o desenvolvimento social, cultural e económica, das comunidades”*; *“As rádios locais têm como objetivo principal, dar voz às pequenas organizações/pessoas”*.

Entre os tipos de conteúdos valorizados, sobressai a informação de carácter local: *“As rádios locais são muitas vezes o garante de uma divulgação séria, imparcial e rigorosa, de uma forma imediata”*; *“as rádios locais são um meio de divulgação essencial para as questões de cidadania e informação local e regional”*.

Nestas respostas, são salientadas as dificuldades associadas à sustentabilidade e a importância de políticas de apoio, em particular medidas de capacitação de empresas e qualificação de recursos humanos: *“As Rádios Locais desempenham um relevante papel nas comunidades locais, sobretudo nos territórios de baixa densidade, pelo que é fundamental reforçar o apoio que permita a qualificação e capacitação do seu trabalho”*; *“As rádios locais, assim como a imprensa regional, têm um papel importante. As políticas têm de ser ao nível da profissionalização e garantia de sustentabilidades dos projetos que efetivamente tiverem potencial de serem sustentáveis”*. Algumas destas respostas demonstram preocupação com a concentração económica e dominância de conteúdos produzidos por grandes grupos: *“Multiplicar as rádios, sim. Preparar competências como gesto primeiro, sim. Abertura à diversidade e fuga dos monopólios na informação e na visão cultural de toda a ordem”*. Existe uma perceção de agravamento das dificuldades do setor, associado ao défice de receitas publicitárias: *“As rádios locais, passam por tempos difíceis devido à atual*

conjuntura, em que a publicidade é escassa, julgamos que todos os apoios públicos serão fundamentais, pois elas são de importância extrema pela proximidade e afinidade com as populações locais”.

A necessidade de verificação por parte do Estado do caráter local das emissões é um tema também presente: *“Rever o sistema de atribuição de frequências. Reverter/cassar as frequências ocupadas por retransmissores e sem programação própria”; “As rádios locais devem comprovar à ERC as atividades locais em que participam e divulgam em antena”.*

Conclusões

Como primeira conclusão geral, as respostas ao inquérito permitem inferir que o interesse direto das organizações locais – tanto das organizações da sociedade civil e do poder autárquico – nas rádios locais reside acima de tudo na divulgação de atividades ou informação. As organizações valorizam a rádio local como forma de divulgar informação sobre a sua atividade e gostariam de ter mais espaço para essa divulgação.

Outra importante conclusão é a da preponderância das câmaras municipais na relação com as rádios locais, em múltiplas dimensões: como fonte de informação, como participante na programação, como anunciante e como apoiante. Este dado confirma a pertinência de se refletir sobre a relação entre o setor da rádio local e o poder autárquico, com particular atenção à regulação do financiamento e ao reforço da transparência associada àquele, tendo em vista a salvaguarda da independência das rádios.

É quase consensual, entre os respondentes, a visão de que deveria ser reforçado o caráter de proximidade da programação radiofónica pelo envolvimento da comunidade (ouvintes, associações, autarquias) na criação de conteúdos.

Na resposta a várias questões transparece a perceção, por parte destas organizações, das dificuldades enfrentadas pelo setor, da sua fragilidade económica (e das implicações sobre a autonomia editorial).

A crise da rádio local é vista como uma face do centralismo e da importância da descentralização. Esta é uma das leituras mais expressivas deste inquérito – a perceção de vulnerabilidade não estritamente da rádio local mas dos territórios, fora dos centros urbanos. Muitas das organizações expressam a vontade de apoiar financeiramente as rádios locais mas a falta de meios para o fazer impede a sua concretização.

Noutra perspetiva, o alargamento das autarquias nas obrigações relacionadas à publicidade institucional nos órgãos de comunicação social locais, em termos de absoluta igualdade, é hipótese de equacionar por via legislativa, atento o impacto positivo que pode ter em matéria de financiamento de rádios locais.

A intervenção pública para revitalização do setor, com medidas corretivas face a uma situação de crise prolongada, é uma ideia que colhe boa adesão.

O principal argumento em defesa dos meios de comunicação que permitem dar expressão a vozes minoritárias do território nacional, neste inquérito, poderá não estar no conteúdo das respostas, mas no número de respondentes. Está em causa um inquérito de reposta voluntária,

autoadministrado, sobre um tema que, na maior parte dos casos, não constitui a atividade principal daquelas organizações a que se dirige, com as quais a ERC não tem uma relação direta. Com efeito, o balanço da adesão das organizações a este inquérito é muito positivo, mesmo surpreendente: perto de 1300 respostas válidas, distribuídas por todos os distritos do continente e regiões autónomas. Mais impressionante é a distribuição municipal dos respondentes, num total de 294 concelhos. Foram muitas portanto as organizações quiseram expressar a sua visão sobre a rádio local. A ERC lê esse dado como um dos indicadores mais expressivos da importância que a sociedade portuguesa continua, no presente, a reconhecer à rádio local.

VISÃO DA POPULAÇÃO

A legalização da rádio local em Portugal foi possível pelo reconhecimento das suas potencialidades como meio capaz de promover o discurso alternativo e de proximidade das populações locais. Esta legalização está ligada aos direitos dos cidadãos constitucionalmente consagrados, como o direito à informação e a ser informado sobre acontecimentos, não apenas de interesse nacional, mas também de relevância para determinadas localidades e regiões.

Do mesmo modo, a rádio local surge como um espaço que dá voz às populações locais que muitas vezes são esquecidas por outros meios de comunicação de cobertura nacional. O aspeto diferenciador das rádios locais, quando comparadas com outros meios de comunicação, é o seu interesse pela comunidade onde é capaz de desempenhar funções de serviço público essenciais para o exercício da democracia.

Teoricamente, a rádio local é conhecida como rádio de proximidade, pois os seus conteúdos são focados principalmente numa área geográfica, criando sentido de pertença e familiaridade nas comunidades para onde emitem. Contudo, a radiodifusão local em Portugal tem sofrido alterações desde a sua legalização e, em termos jurídicos, o aspeto local delimita-se sobretudo em função da abrangência das emissões, porque a programação de uma rádio local pode oferecer ou não conteúdos de proximidade e estes conteúdos podem ser produzidos noutra localidade.

Os especialistas entrevistados entendem que as diferentes alterações legislativas que têm tido lugar comprometem o princípio de proximidade das rádios locais. Neste sentido, é de todo o interesse conhecer as perceções dos destinatários finais da rádio local – os seus ouvintes, assim como compreender o afastamento de segmentos da população face à rádio local.

Nas páginas seguintes, apresentam-se os resultados do inquérito sobre a rádio local em Portugal aplicado à população. Salienta-se que a ERC desenhou o questionário e a Marktest, através de uma amostra representativa, executou a recolha de dados nos meses de junho e julho de 2022 (para consultar a metodologia aplicada, cf. anexo A.2). Este inquérito procurou dar respostas aos seguintes objetivos específicos:

- Descrever os ouvintes de rádio local e de rádio não local em função do sexo, idade, classe social e região, assim como, conhecer as razões para a escuta de rádio local e as razões daqueles que não ouvem;
- Identificar as perceções dos ouvintes das rádios locais relativamente à frequência de conteúdos, assim como a suas representações sobre vários aspetos, relacionados com o princípio de proximidade, da rádio local que costumam ouvir;

- Conhecer a satisfação dos ouvintes de rádio local, no que diz respeito à informação, à variedade de programas, à música, ao estilo dos locutores e à quantidade de publicidade transmitida na rádio local que escutam com maior frequência;
- Determinar as expectativas da população sobre um conjunto de aspetos sugeridos que poderiam incentivar a escuta de rádio, como também as razões dos não ouvintes de rádio local e o que os levaria a ouvir;
- Analisar os hábitos da população em estudo na procura de informação de carácter local ou regional nos diferentes meios de comunicação.

Ao longo do capítulo apresentam-se caixas de destaque com leituras sobre as rádios locais generalistas, relevantes na medida em que estas rádios se distinguem das rádios locais temáticas, essencialmente musicais, por oferecerem mais conteúdos de proximidade. Salienta-se que a programação das rádios locais generalistas é dirigida à globalidade do público e deve incluir uma componente informativa que tenha relevância para a população da sua área de cobertura¹⁸.

¹⁸ Segundo o disposto no número 3 do artigo 32º da Lei da Rádio 54/2010, de 24 de dezembro, “Constitui ainda obrigação dos serviços de programas generalistas ou temáticos informativos de âmbito local a difusão de programação, incluindo informativa, com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura, nomeadamente nos planos social, económico, científico e cultural”.

Caracterização dos ouvintes

Da leitura dos resultados sobressai que a grande maioria em Portugal, 90% da população com 15 anos ou mais, ouve rádio¹⁹. Destes, 43,5% afirmam ouvir rádio local e o restante, ou seja, 46,5% ouvem rádio, mas não local.

Os homens tendem a ouvir rádio local mais do que as mulheres; destacam-se os indivíduos com 64 anos e mais, as classes sociais média baixa (C2) e baixa (D), bem como os residentes da região do Interior Norte. Este grupo de ouvintes apresenta características diferentes daqueles que referem ouvir rádio, mas não local, que se caracterizam por ser maioritariamente do sexo feminino, com destaque no grupo de idade dos 35 aos 44 anos, das classes sociais média baixa (C2) e média (D) e com maior incidência na região de Grande de Lisboa (cf. figura 17).

Verifica-se que as características assinaladas por sexo, idade e classe social não têm uma relação importante com o facto de ser ouvinte de rádio local ou ouvinte de rádio não local. Por seu turno, das características mencionadas, a que mais diferencia os ouvintes de rádio local dos ouvintes de rádio não local é a região, ou seja, existe alguma associação entre ouvintes e região, ainda que baixa. Esta relação com a região é mais intensa quando se considera os ouvintes de rádio local pelo tipo de programação (ver caixa 2), o que nos permite afirmar a importância que tem a região no facto de ouvir ou não a rádio local com conteúdos de proximidade.

Caixa 1

Importa saber: o que entendem os ouvintes por rádio local? Do cruzamento das rádios mencionadas pelos inquiridos com os registos da ERC, resulta que 99,6% das rádios indicadas pelos respondentes têm uma área de cobertura local e/ou regional¹, apenas três indivíduos consideram como rádio local *web* rádios e um considera uma rede social.

Das rádios com transmissão hertziana, dois terços são rádios generalistas, as restantes estão classificadas como rádios temáticas, sendo as musicais as que se destacam neste grupo.

Tipo de programação da rádio local	%
Generalista	66,9%
Temática	33,1%
Musical	31,6%
Segmento de Público	0,6%
Informação Desportiva	0,6%
Informativo	0,2%
Religiosa Católica/Cristã	0,1%
Total	100,0%

¹ 97,8% das rádios referidas pelos inquiridos estão registadas na ERC como rádios locais.

¹⁹ Os indicadores apresentados não devem ser confundidos com os indicadores de audiência (audiência média, *share* de audiência, etc.).

Figura 17 - Distribuição dos ouvintes de rádio local e dos ouvintes de rádio não local, por sexo, grupos de idade, classe social e região

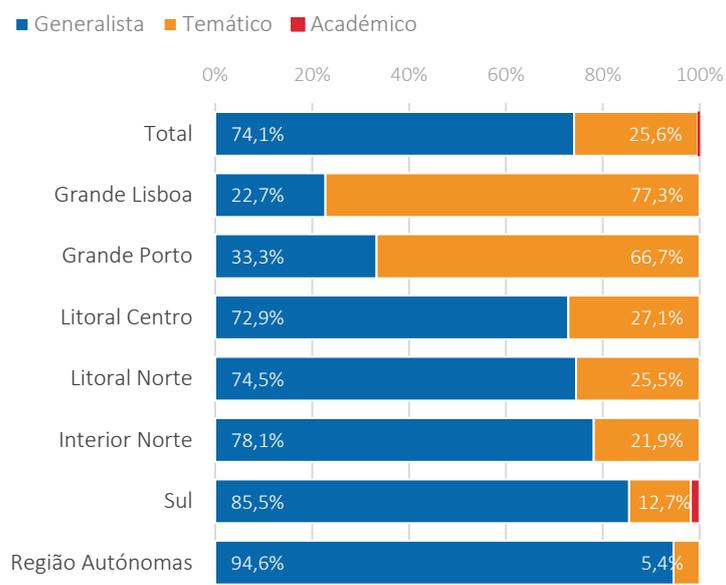
Variável	Ouvintes de rádio local	Ouvintes de rádio não local
Sexo*		
Masculino	52,1%	46,7%
Feminino	47,9%	53,3%
Grupos de idade*		
15-24 anos	12,7%	13,7%
25-34 anos	16,1%	17,4%
35-44 anos	17,3%	22,0%
45-54 anos	18,7%	17,3%
55-64 anos	14,8%	13,9%
Mais de 64 anos	20,4%	15,7%
Classe social*		
A - Alta	5,0%	7,0%
B - Média Alta	9,9%	15,7%
C1 - Média	23,1%	29,9%
C2 - Média Baixa	33,1%	30,1%
D - Baixa	28,9%	17,4%
Região*		
Grande Lisboa	14,2%	27,0%
Grande Porto	9,8%	12,2%
Litoral Norte	18,0%	18,7%
Litoral Centro	14,4%	15,1%
Interior Norte	24,3%	15,8%
Sul	11,6%	9,8%
Regiões Autónomas	7,8%	1,3%
Total	100,0%	100,0%

* $p < 0,001$. *V de Cramer*: sexo = 0,05; grupos de idade = 0,08; classe social = 0,17 e região = 0,24.
Base: Ouvintes de rádio.

Uma análise da distribuição das rádios locais²⁰ no território nacional segundo o tipo de programação, pode contribuir para explicar a relação entre os ouvintes de rádio local e o lugar onde reside, e permitirá também perceber melhor vários resultados que serão expostos nas seguintes páginas. É importante referir que este estudo considera as regiões definidas pela Marktest (cf. anexo A.2) que se caracterizam, no caso do Interior Norte e Sul, por serem regiões muito extensas, abrangendo vários distritos do interior do país mas que apresentam certa homogeneidade, pois são regiões menos urbanas, com uma dimensão e densidade populacional baixa e com maior envelhecimento e nível económico baixo, diferenciando-se das restantes quatro regiões situadas no litoral do país – Grande Lisboa, Grande Porto, Litoral Centro e Litoral Norte – que apresentam características mais urbanas, com maior população e nível económico.

²⁰ No inquérito também se consideraram as rádios regionais devido a que muitas delas dispõem oferta de conteúdos de proximidade. Segundo os registos da ERC, até finais de junho de 2022, existiam cinco rádios regionais (Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira, Antena 3 Madeira, M80 Rádio, TSF/Press) e uma de cobertura local e regional (Posto Emissor do Funchal).

Figura 18 – Distribuição das rádios locais registadas em Portugal, por região



Fonte: Registos da ERC (julho de 2022).

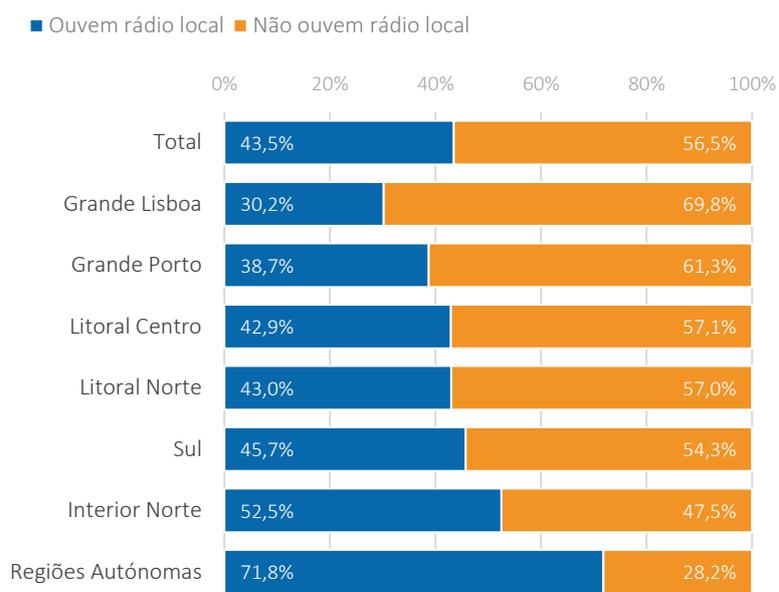
A distribuição das rádios por distrito revela que Lisboa e Porto têm o maior número de licenças, representado 17,5% das rádios do país (ERC, 2022, p. 75). No entanto, as regiões Marktest incluem apenas os concelhos mais urbanos, com maior nível económico e maior dimensão populacional das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, o que implica uma redução do território e, por conseguinte, o número de rádios licenciadas será necessariamente inferior, exatamente 11,6%. Segundo o tipo de programação das rádios, estas duas regiões são as únicas de todo o país onde as rádios temáticas estão mais presentes.

Por seu turno, no Interior Norte e no Sul situam-se quase metade dos serviços de programas (47,2%) registados na ERC, sendo maioritariamente generalistas. Note-se que nestas regiões se encontram 51,5% das rádios locais generalistas licenciadas no país. Por outro lado, determinados distritos como Portalegre, Castelo Branco, Bragança e Guarda caracterizam-se por terem o menor número de rádios locais em Portugal. Importa referir que no Sul, especificamente em Faro, se encontra a única rádio local registada como académica, a RUA FM.

O Litoral Centro e Litoral Norte mostram uma distribuição muito similar, cerca de três em cada quatro rádios são generalistas. Estas regiões abrangem concelhos dos distritos que registam o maior número de licenças de rádio como Lisboa, Porto e Aveiro. Salienta-se que a presença das emissões em cadeia de grandes grupos de *media* com rádios temáticas (como Cidade FM, M80, Mega Hits, Smooth FM e Vodafone FM) destaca-se nestas regiões.

No que diz respeito às ilhas, além das rádios locais também as rádios regionais de serviço público – Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira – fazem parte desta análise, por apresentar nas suas grelhas de programação conteúdos de interesse para a população local. Nas regiões autónomas dos Açores e da Madeira as rádios generalistas representam 94,6% das rádios licenciadas nestes territórios.

Figura 19 - Escuta de rádio local, por região*



* $p < 0,001$. *V de Cramer* = 0,20.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

Observando com mais detalhe esta relação entre a região e o facto de ouvir rádio local ou não, tendo em conta o total de respondentes, evidencia-se que o Interior Norte e as regiões autónomas da Madeira e Açores ultrapassam o valor nacional de ouvintes de rádio local; já as regiões de Grande Lisboa e Grande Porto registam um menor peso.

Como a região é uma característica que diferencia mais o facto de ouvir ou não rádio local, importa descrever os ouvintes de rádio local por região segundo a idade e a classe social. A variável sexo é excluída desta descrição, já que não mostra uma relação de dependência por região.

Figura 20 - Idade mediana dos ouvintes de rádio local, por região*

Região	Ouvintes de rádio local
Grande Lisboa	42,9
Grande Porto	47,3
Litoral Norte	47,2
Litoral Centro	43,6
Interior Norte	48,7
Sul	50,9
Regiões Autónomas	42,1
Total	46,8

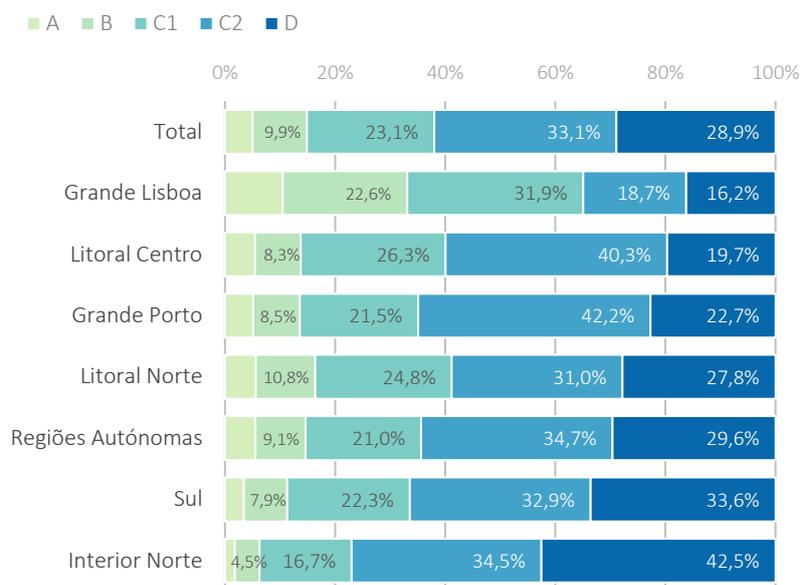
* $p < 0,001$. V de Cramer = 0,08.

Nota: O teste apresentado considera a variável grupos de idade (qualitativa) e não a idade mediana (quantitativa). A construção da amostra, através de grupos de idade, dificulta o tratamento quantitativo desta variável. Portanto, as idades medianas foram obtidas das distribuições de frequências dos diferentes grupos de idade por região.
Base: Ouvintes de rádio local.

Apesar de o grupo etário dos 64 anos e mais se destacar na análise por idade, como se observa na figura 17, a idade mediana²¹ destes ouvintes é de 46,8 anos, ou seja, metade dos ouvintes de rádio local é mais jovem do que a idade mediana e a outra metade é mais velha. Até certo ponto, este dado põe em causa a percepção de alguns especialistas entrevistados de uma audiência de rádio local envelhecida. As regiões Sul (50,9), Interior Norte (48,7), Grande Porto (47,3) e Litoral Norte (47,2), apresentam uma idade mediana acima do valor geral; por seu lado, no Litoral Centro (43,6), na Grande Lisboa (42,9) e nas ilhas (42,1) os ouvintes de rádio local tendem a ser mais novos. Salienta-se que a idade, apesar de apresentar diferenças significativas por regiões, o nível de associação entre este indicador e o facto de ouvir ou não ouvir rádio local é baixo, por outras palavras, a idade não é um fator que diferencie de forma importante os ouvintes de rádio local.

²¹ A idade mediana separa a população em duas metades iguais. Esta medida de resumo caracteriza-se por não ser influenciada pelos valores extremos e menos sensível aos enviesamentos dos dados.

Figura 21 - Classe social dos ouvintes de rádio local, por região*



* $p < 0,001$. *V de Cramer* = 0,16.
Base: Ouvintes de rádio local.

Além da idade, outra característica que apresenta diferenças significativas com a região é a classe social, sendo a associação entre estas variáveis baixa. Como já foi referido anteriormente, as classes sociais média baixa (C2) e baixa (D) reúnem o maior número de ouvintes de rádio local, especificamente 62,0%. Por região, no Interior Norte (77,0%), no Sul (66,5%), no Grande Porto (64,9%), nas regiões autónomas (64,3%) e no Litoral Norte (58,8%) também se destacam ambas as classes sociais. A Grande Lisboa e o Litoral Centro distinguem-se daquelas regiões. Na região da capital as classes média alta (B) e média (C1) reúnem aproximadamente a metade de ouvintes de rádio local (54,5%); o Litoral Centro são as classes sociais média (C1) e média baixa (C2) com mais ouvintes (66,6%).

Caixa 2

Os ouvintes de rádio local generalista, ou seja, daquelas rádios com maior oferta de conteúdos de proximidade, não se diferenciam do total de inquiridos que declaram ouvir rádio local. A relação entre a região dos ouvintes de rádio local e o tipo de programação manifesta-se com maior intensidade, produto da distribuição das rádios locais pelo país anteriormente explicado. A idade mediana destes ouvintes é ligeiramente superior ao total de ouvintes de rádio local (49,0 anos), não mostrando grandes diferenças por regiões, com exceção dos ouvintes de rádio local generalista do Grande Porto (60,2)¹. As classes sociais média baixa (C2) e baixa (D) destacam-se, registando 68,0% de ouvintes de rádio local generalista.

Variável	Tipo de programação	
	Generalista	Temática
Sexo**		
Masculino	50,7%	55,3%
Feminino	49,3%	44,7%
Grupos de idade*		
15-24 anos	12,1%	14,9%
25-34 anos	13,4%	24,4%
35-44 anos	15,8%	21,7%
45-54 anos	19,7%	15,3%
55-64 anos	17,1%	9,3%
Mais de 64 anos	21,9%	14,3%
Classe social*		
A - Alta	4,0%	7,4%
B - Média Alta	7,2%	17,9%
C1 - Média	20,8%	30,6%
C2 - Média Baixa	35,1%	27,9%
D - Baixa	32,9%	16,2%
Região*		
Grande Lisboa	5,3%	39,1%
Grande Porto	6,8%	18,0%
Litoral Norte	20,2%	12,9%
Litoral Centro	15,8%	9,3%
Interior Norte	29,1%	11,0%
Sul	13,7%	6,5%
Regiões Autónomas	9,1%	3,2%
Total	100,0%	100,0%

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

V de Cramer: sexo = 0,04; grupos de idade = 0,20; classe social = 0,24 e região = 0,486.

Base: Ouvintes de rádio local.

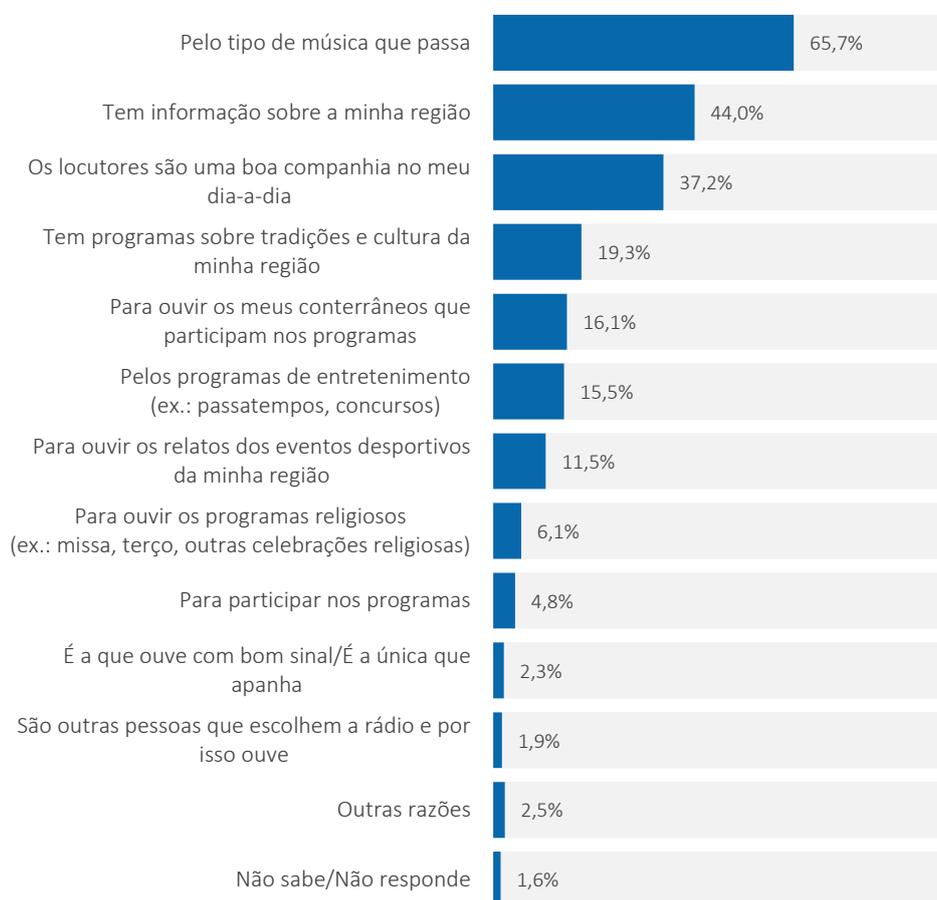
¹A idade mediana dos ouvintes de rádio local generalista mais ouvida de Grande Lisboa é de 43,4; Grande Porto 60,2; Litoral Norte 50,1; Litoral Centro 41,6; Interior Norte 49,9; Sul 53,2 e RA 42,4. A idade mediana dos ouvintes de rádio local temática mais ouvida é de 39,4 anos, os valores por região são: Grande Lisboa 42,7; Grande Porto 37,6; Litoral Norte 31,7; Litoral Centro 51,0; Interior Norte 38,5; Sul 41,5 e RA 32,9.

Razões dos ouvintes de rádio local

Quanto aos motivos para ouvir rádio local, a grande maioria justifica que o faz pelo tipo de música emitida (65,7%), o que é esperado devido à importância da música para este meio de comunicação

na grelha de programação²². A informação sobre a região e o facto dos locutores serem uma boa companhia também sobressaem como motivos, com 44,0% e 37,2%, respetivamente.

Figura 22 - Razões de ouvir rádio local

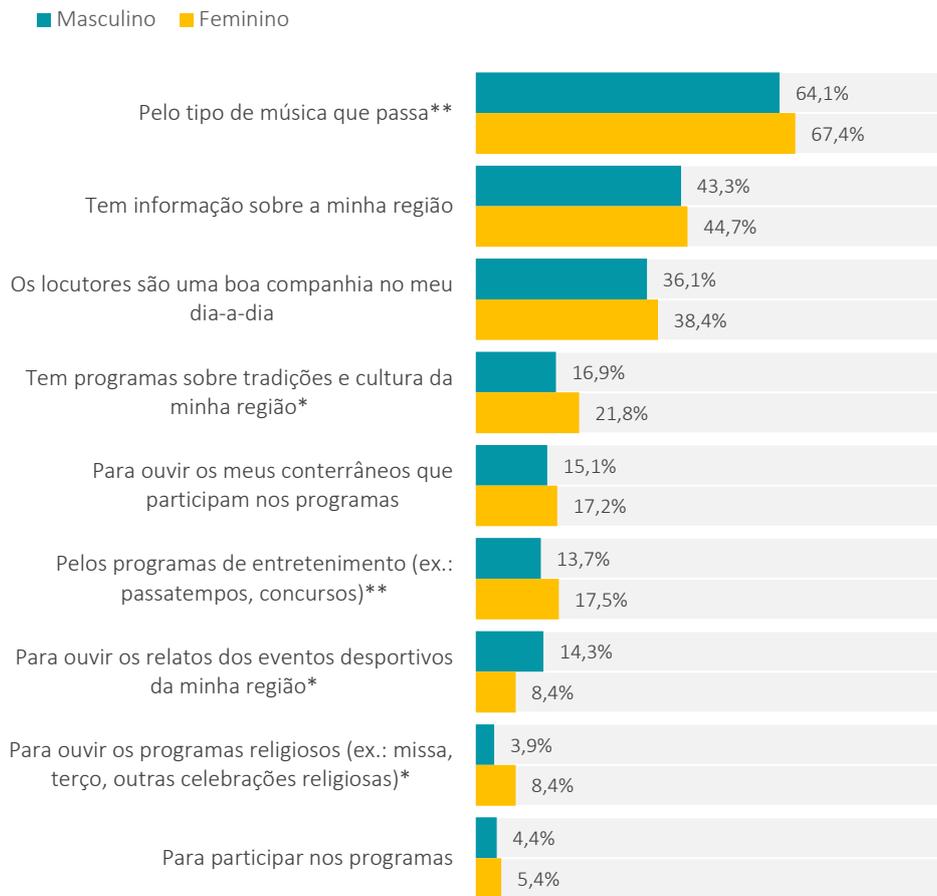


Base: Ouvintes de rádio local.

Da análise comparativa em função do sexo, idade e classe social dos ouvintes, a música emitida pela rádio mantém a sua importância entre os motivos mais referidos, já o peso relativo das restantes motivações varia segundo a variável em questão e, no que toca a região, esta mostra um comportamento diferente. De seguida apresentam-se as principais diferenças.

²² Segundo o relatório da OberCom intitulado “As Rádios Locais em Portugal” (2018), 82,4% das rádios locais referem que os programas de cariz musical são os mais frequentes e 58,8% afirmam que os programas de música portuguesa emitem com regularidade. O mesmo relatório refere que 64,5% das rádios locais consideram que a música ocupa mais de 60% da emissão diária.

Figura 23 - Razões de ouvir rádio local, por sexo



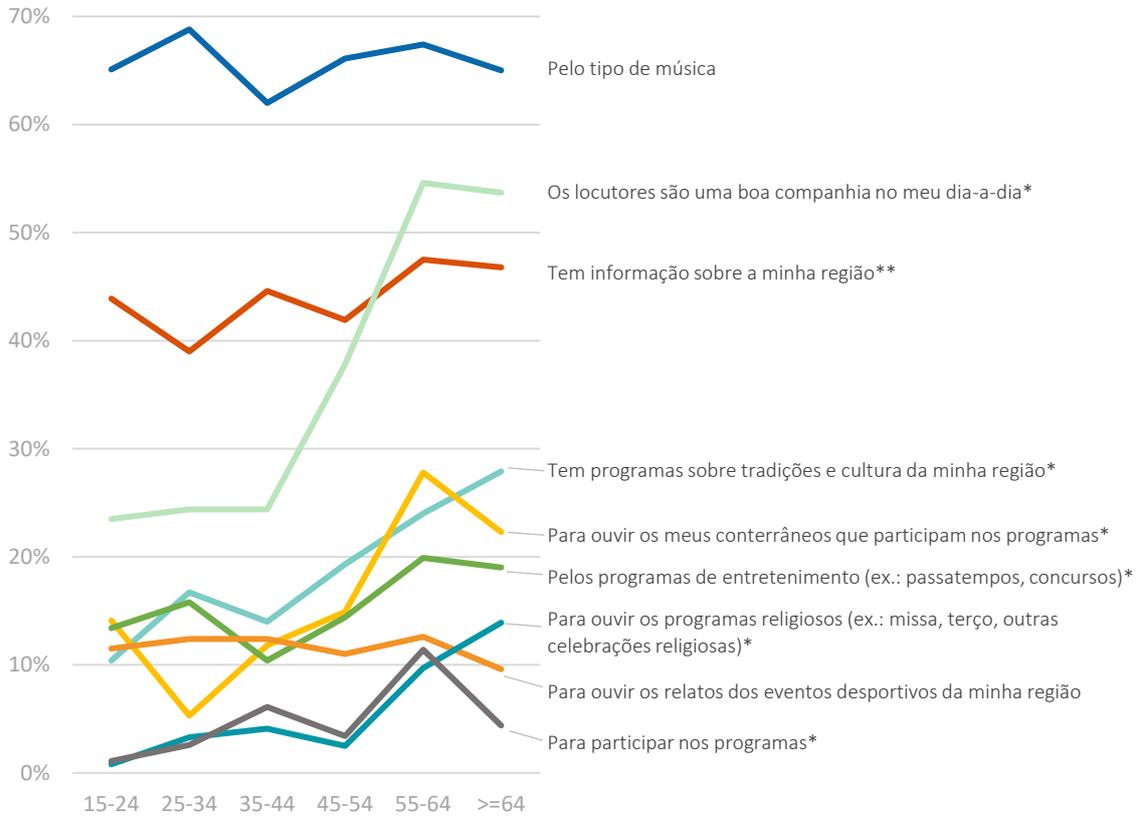
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.4.

Nota: Apresentam-se as razões com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

“Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região” é a razão que mais se distingue entre homens e mulheres, com uma diferença de 5,9 pontos percentuais (p.p.), obtendo maior expressão nos homens. “Tem programas sobre tradições e cultura da minha região” é a segunda razão mais diferenciadora por sexo (4,9 p.p.), desta vez, com maior destaque nas mulheres do que nos homens. Salienta-se que estas diferenças e outras identificadas não são determinantes, no sentido que associação entre o sexo e as razões de escuta de rádio local é quase nula.

Figura 24 - Razões de ouvir rádio local, por grupos de idade



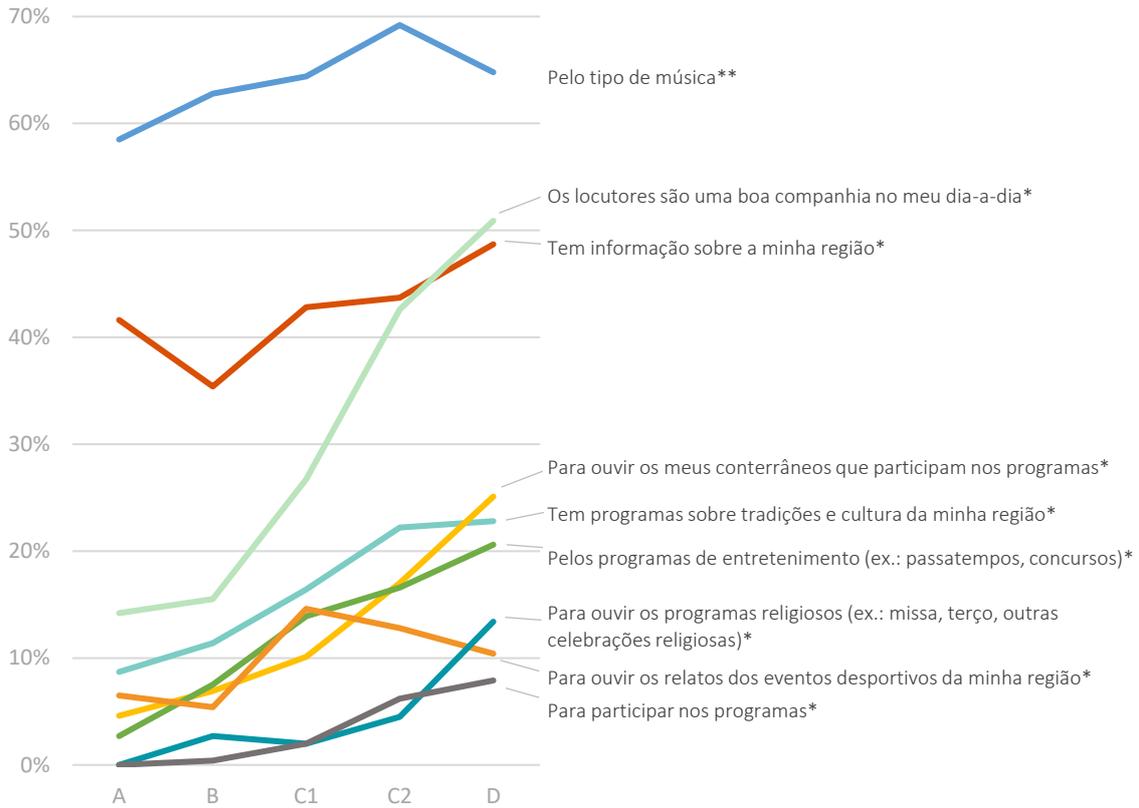
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.5.

Nota: Apresentam-se as razões com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Determinadas razões sobressaem consoante a idade, como os locutores serem uma boa companhia, razão referida sobretudo pelos mais velhos, mas menos importante para os mais jovens. Esta razão é a segunda para os escalões dos 55 aos 64 anos e os de 64 anos e mais, representa aproximadamente 54%, em cada grupo de idade. Outros motivos em que se verifica um peso relativo maior nos escalões etários mais avançados são: a existência de programas sobre tradições e cultura da região, a possibilidade de ouvir os conterrâneos que participam na emissão, a existência dos programas de entretenimento e de programas religiosos.

Figura 25 - Razões de ouvir rádio local, por classe social



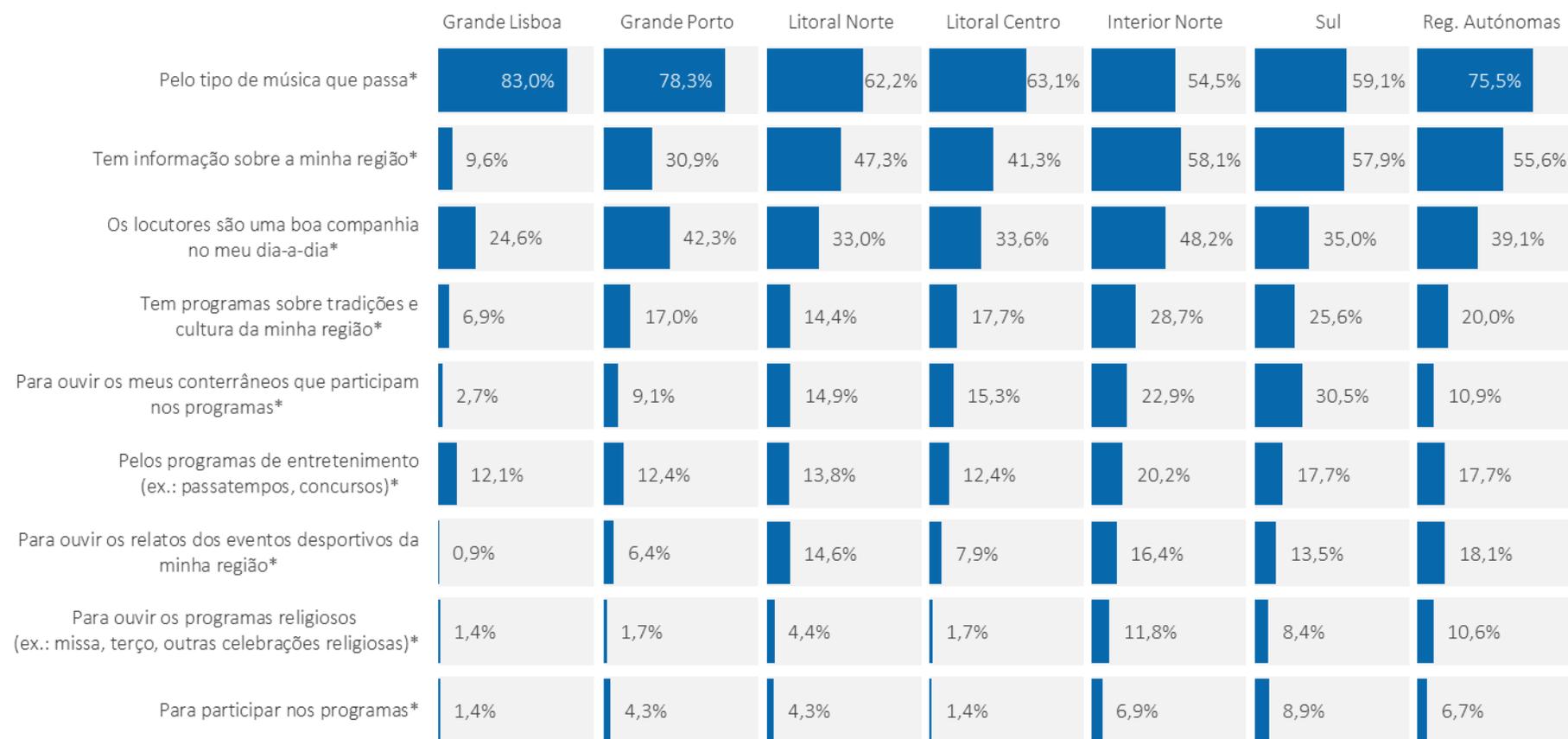
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.6.

Nota: Apresentam-se as razões com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Por classe social, observa-se uma relação inversa com várias razões, sendo a mais relevante “Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia” que nas classes sociais mais favorecidas (A e B) representa cerca de 15%, mas que nas classes sociais mais baixas aumenta o seu peso relativo, atingindo os 50,9% na classe social baixa (D). Esta tendência diferenciadora entre os extremos das classes também se evidencia, com menores pesos relativos, nas razões: “Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas”, “Tem programas sobre tradições e cultura da minha região”, “Pelos programas de entretenimento”, “Pelos programas religiosos” e “Para participar nos programas”.

Figura 26 - Razões de ouvir rádio local, por regiões



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.7.

Nota: Apresentam-se as razões com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

A informação local/regional é a razão que mais varia entre as regiões. O Interior Norte, região com maior peso relativo de ouvintes de rádio local, destaca-se por ter uma distribuição diferente dos motivos mais referidos quando comparada com as restantes; o motivo “Tem informação sobre a minha região” constitui o primeiro dos ouvintes com 58,1%, seguido “Pelo tipo de música que passa” com 54,5% e “os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia” com 48,2%. No Sul, apesar de a música ser a razão mais referida, a informação sobre a região aproxima-se, com uma diferença de 1,2 p.p. o que mostra a importância que têm as rádios locais como meio de informação de âmbito local/regional para estes ouvintes.

Nas regiões da Grande Lisboa e Grande Porto, a razão mais frequente, “Pelo tipo de música que passa” obtém maiores pesos relativos com 83,0% e 78,3%, respetivamente. O segundo motivo para ambas as regiões são “Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia”; e “Tem informação sobre a minha região” é a terceira no Grande Porto e quarta razão na Grande Lisboa; a terceira na capital são os programas de entretenimento. Esta ordem de importância dos motivos está relacionado com o tipo de programação das rádios locais que emitem nestas regiões.

Além da música e da informação, ouvir os conterrâneos que participam nos programas, surge entre as razões que mais diferencia os ouvintes por região, sendo menos expressiva na Grande Lisboa (2,7%), Grande Porto (9,1%) e ilhas (10,9%); e mais referida no Sul (30,5%) e Interior Norte (22,9%).

Outros aspetos sobre os ouvintes de rádio local relativos aos hábitos de escuta como lugar, equipamentos, períodos do dia, tempo despendido, entre outros, são abordados no capítulo *Caracterização dos públicos de rádio local*.

Caixa 3

Analisadas as razões de escuta de rádio local pelo tipo de programação, “Tem informação sobre a minha região” e “Pelo tipo de música que passa” são as razões mais contrastantes, o que simplesmente corrobora as diferenças principais entre as rádios locais generalistas, que têm uma componente informativa, e as temáticas musicais, que poderão ter ou não informação, mas cujo foco principal são géneros musicais específicos. Apesar desta diferença, a música é o principal motivo dos ouvintes de rádios locais. Outras razões com maiores diferenças entre as generalistas e as temáticas são “Tem programas sobre tradições e cultura da minha região” e “Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas”, sendo mais assinaladas por aqueles que ouvem com maior frequência uma rádio local generalista.

Apenas considerando os ouvintes de rádios generalistas, a razão mais diferenciadora é “Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia” para a idade e classe social, sendo mais frequente à medida que idade avança e, por classe social, é menos referida pelas classes mais favorecidas e ganha importância com a diminuição da classe social.



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V* de Cramer são apresentados no anexo C.8.

Nota: Apresenta-se as razões com 30 casos ou mais.

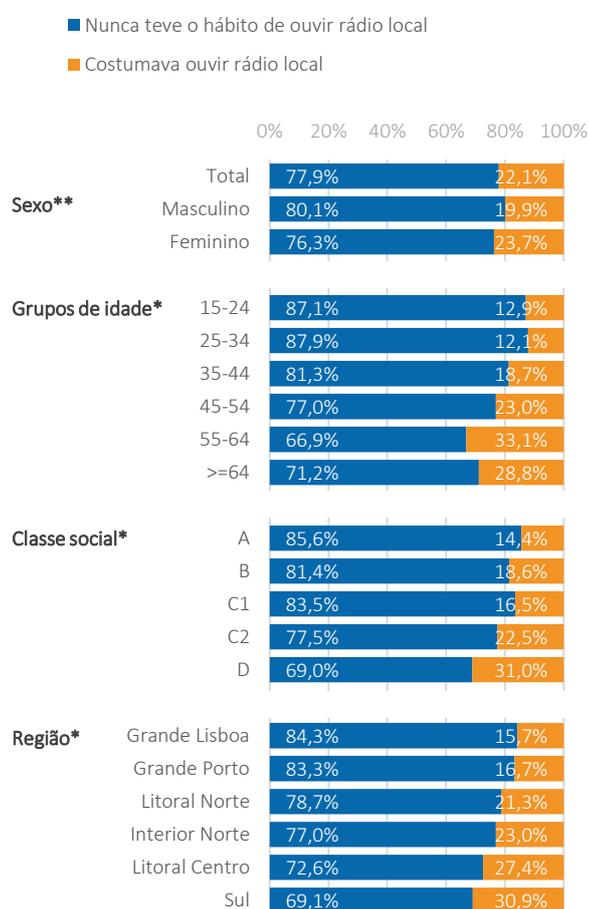
Base: Ouvintes de rádio local.

Não ouvintes de rádio local e razões de não ouvir rádio local

A fim de conhecer mais aspetos sobre os não ouvintes, questionou-se a sua situação relativa à rádio local, em termos de nunca ter o hábito de ouvir ou se costumavam ouvir; também se perguntou, àqueles que costumavam ouvir, há quanto tempo deixou de ouvir rádio local; assim como, para este grupo e para os que nunca ouviram, quais são as razões pelas quais não ouvem rádio local.

Os não ouvintes de rádio local representam a maioria da população, especificamente 56,5%, e uma parte importante destes nunca tiveram o hábito de ouvir. Esta análise não considera as regiões autónomas na interpretação dos dados por região devido ao número reduzido de casos de não ouvintes (menos de 30).

Figura 27 - Situação dos não ouvintes de rádio local, por sexo, grupos de idade, classe social e região



* $p < 0,001$; $p < 0,05$. *V de Cramer*: sexo = 0,05; grupos de idade = 0,18; classe social = 0,14 e região = 0,13.

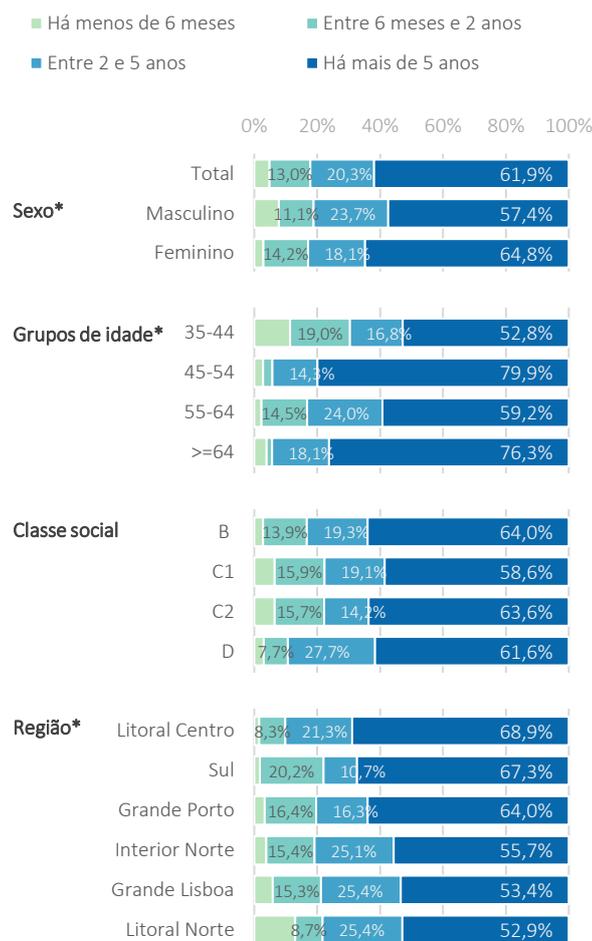
Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais.

Base: Não ouvintes de rádio local.

A análise dos não ouvintes, tendo em conta a sua situação, por sexo, idade, classe social e região, indica uma associação baixa ou nula entre os indicadores. O grupo dos que nunca tiveram o hábito

de ouvir rádio local domina em todas as características sociodemográficas. Contudo, observa-se que o grupo dos ex-ouvintes são tendencialmente mulheres, indivíduos dos 55 aos 64 anos e mais de 64 anos, das classes sociais média baixa (C2) e baixa (D) e do Sul e Litoral Centro. De modo que, os que nunca tiveram o hábito de ouvir rádio local tendem a ser homens, dos escalões etários mais novos, das classes sociais mais altas e das grandes regiões metropolitanas, Grande Lisboa e Grande Porto.

Figura 28 - Tempo que deixou de ouvir rádio local, por sexo, grupos de idade, classe social e região



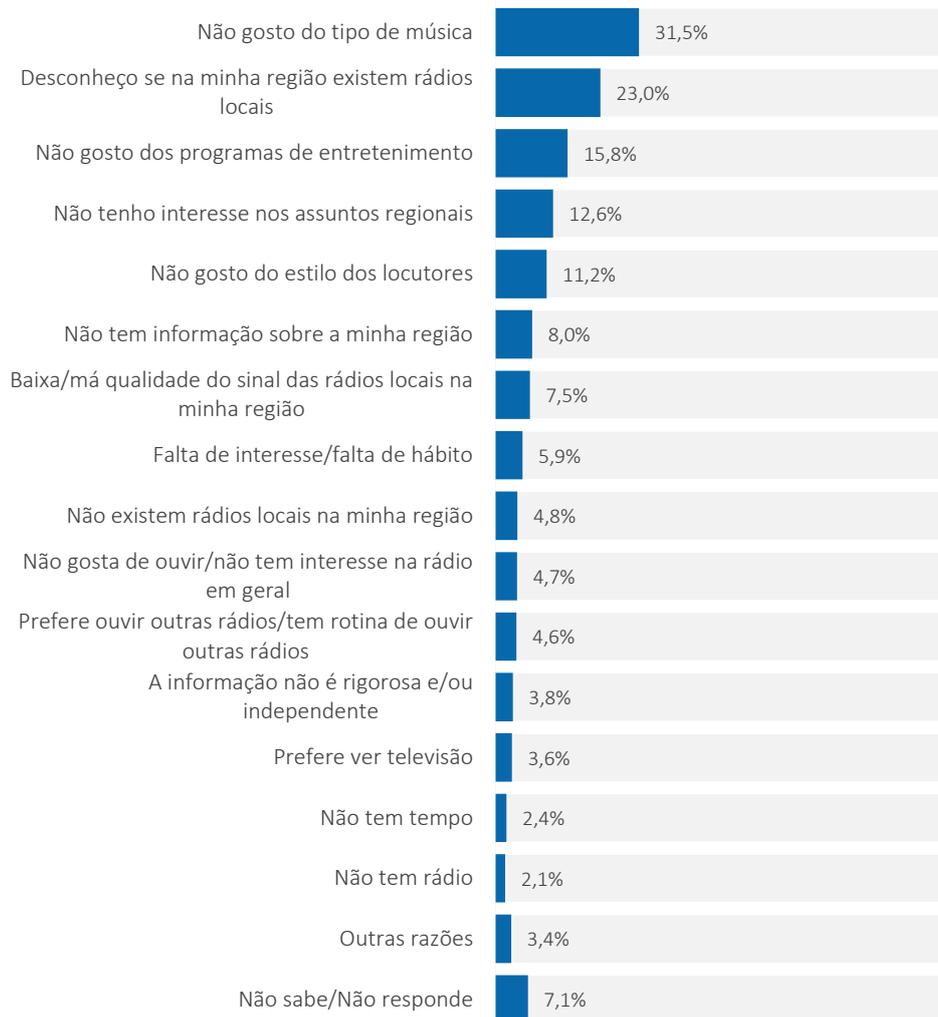
* $p < 0,001$. *V de Cramer*: sexo = 0,14 e região = 0,15. *Rho de Spearman*: grupos de idade = 0,31.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais.

Base: Não ouvintes de rádio local.

A maioria dos que costumavam ouvir rádio local refere que deixaram de o fazer há mais de 5 anos (61,9%). Não existem grandes diferenças em função do sexo e, quanto à classe social, as diferenças também não têm relevância. Na análise por regiões, a relação é baixa, sendo o Litoral Centro (68,9%) e o Sul (67,3%) as regiões que apresentam uma maioria relativa de pessoas que deixaram de ouvir há mais de 5 anos. Já na análise por idade, existe uma correlação, o que é expectável: quanto mais avança a idade, maior será o tempo que deixou de ouvir rádio local.

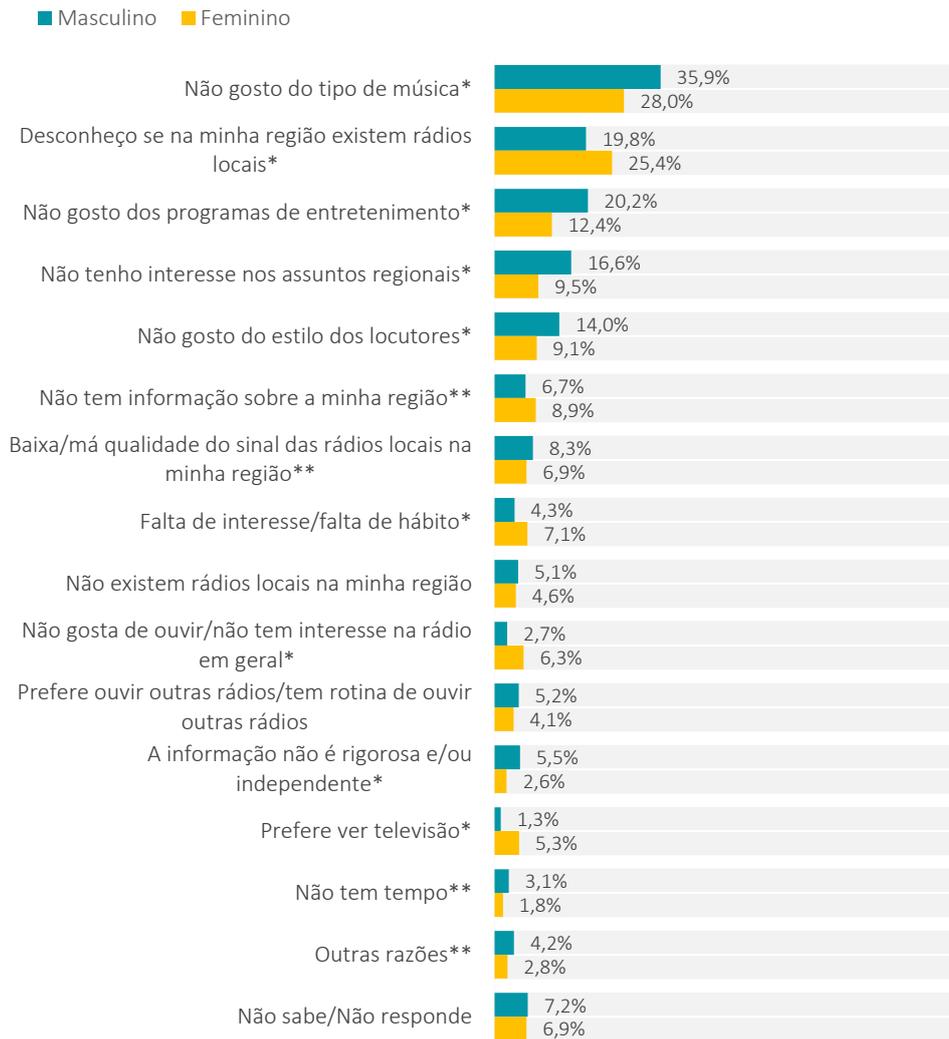
Figura 29 - Razões de não ouvir rádio local



Base: Não ouvintes de rádio local.

No que diz respeito às razões de não ouvir rádio local, as mais referidas são “Não gosto do tipo de música” (31,5%), “Desconheço se na minha região existem rádios locais” (23,0%) e “Não gosto dos programas de entretenimento” (15,8%). Observa-se diferenças na ordem como se posicionam os motivos quando analisados em função do sexo, idade, classe social e região dos indivíduos.

Figura 30 - Razões de não ouvir rádio local, por sexo



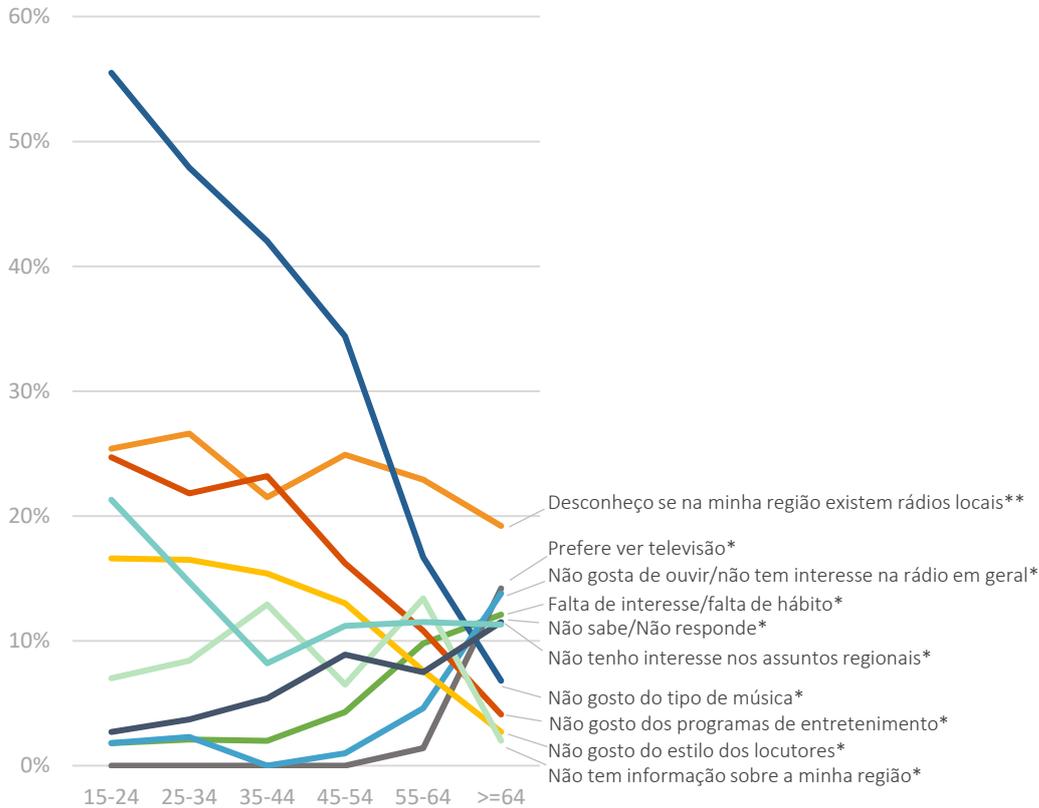
* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.9.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais.

Base: Não ouvintes de rádio local.

Por sexo, as primeiras cinco razões dos homens e das mulheres não diferem do total geral, mas posicionam-se de forma diferente. As que têm maiores diferenças são “Não gosto do tipo de música”, “Não gosto dos programas de entretenimento” e “Não tenho interesse nos assuntos regionais”, sendo mais frequentes nos homens. Já com uma diferença menor, “Desconheço se na minha região existem rádios locais” é mais assinalada pelas mulheres e “Não gosto do estilo dos locutores”, mais referida pelos homens.

Figura 31 - Razões de não ouvir rádio local, por grupos de idade



* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.10.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais e aquelas que mais discrimina os casos por grupos de idade.

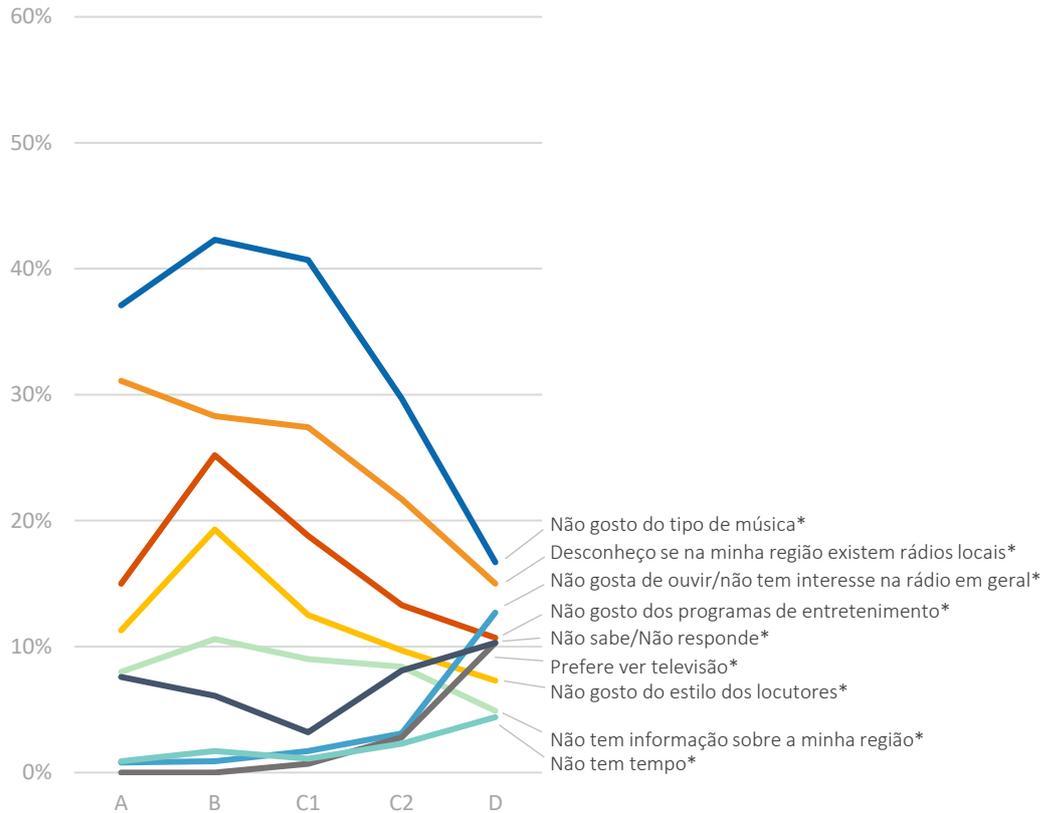
Todas as categorias de razões são mostradas no anexo C.10.

Base: Não ouvintes de rádio local.

Na análise por idade, os mais jovens, sobretudo no grupo dos 15 aos 24 anos, não ouvem rádio local principalmente porque não gostam do tipo de música, exatamente 55,5%, mas à medida que avança a idade esta razão perde relevância, registando 16,7% na faixa etária dos 55 aos 64 anos e 6,8% nos indivíduos com 64 anos e mais. As razões “Não gosto dos programas de entretenimento”, “Não gosto do estilo dos locutores” e “Não tenho interesse nos assuntos regionais” mostram a mesma tendência, ou seja, é mais assinalada pelos mais novos e menos pelos mais velhos. Já a tendência oposta, ou seja, maior peso relativo nos mais velhos e menor nos mais jovens, observa-se, apesar de não serem as principais, nas razões “Prefere ver televisão”, “Não gosta de ouvir/não tem interesse na rádio em geral”, “Falta de interesse/falta de hábito” e “Não sabe/Não responde”.

Salienta-se que a razão “Desconheço se na minha região existem rádios locais” posiciona-se entre as principais em todos os grupos de idade, sendo de facto a mais referida pelos dois escalões etários mais velhos.

Figura 32 - Razões de não ouvir, por classe social



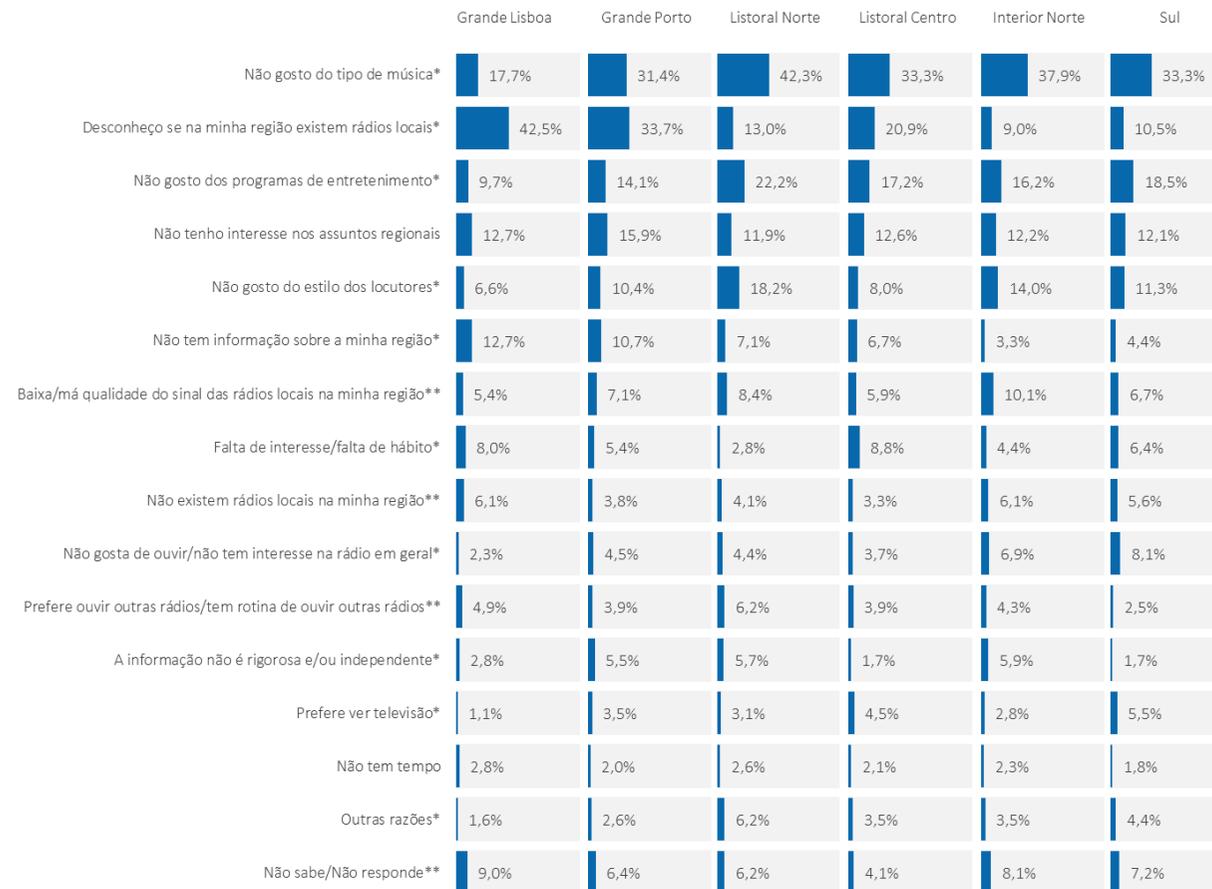
* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.11.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais e aquelas que mais discrimina os casos por grupos de idade. Todas as categorias de razões são mostradas no anexo C.11.

Base: Não ouvintes de rádio local.

Quanto à classe social, “Não gosto do tipo de música” e “Desconheço se na minha região existem rádios locais” são as duas razões mais referidas, ambas com menor peso nas classes sociais menos favorecidas e maior nas mais favorecidas. A mesma tendência se verifica nos motivos “Não gosto dos programas de entretenimento” e “Não gosto do estilo dos locutores”. A tendência oposta, mas com menor relevância, observa-se nas razões “Não gosto de ouvir/não tem interesse na rádio em geral” e “prefere ver televisão”.

Figura 33 - Razões de não ouvir rádio local, por região



* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.12.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais e aquelas que mais discrimina os casos por grupos de idade. Todas as categorias de razões são mostradas no anexo C.12.

Base: Não ouvintes de rádio local.

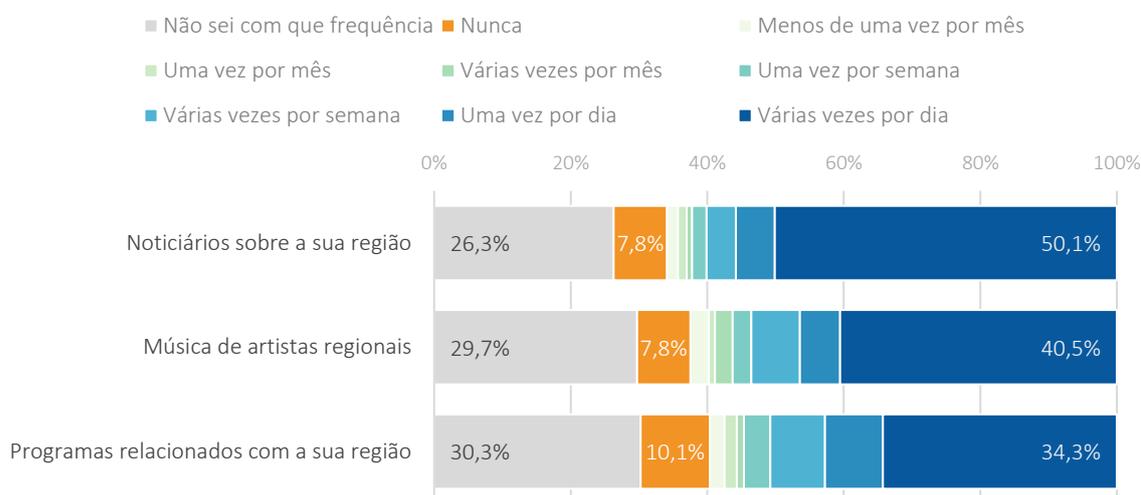
A razão que mais difere entre regiões é “Desconheço se na minha região existem rádios locais”, sendo mais assinalada nos principais centros urbanos do país, Grande Lisboa (42,5%) e Grande Porto (33,7%), enquanto nas zonas do continente com perfil mais rural tem menor peso, especificamente, no Interior Norte (9,0%) e no Sul (10,5%). “Não gosto do tipo de música” ocupa o primeiro lugar para todas as regiões, com exceção da Grande Lisboa e Grande Porto, onde se posiciona na segunda razão mais referida.

Outras razões com diferenças mais marcantes entre zonas mais urbanas e mais rurais do país são: “Não tem informação sobre a minha região”, com maior peso relativo na Grande Lisboa e Grande Porto e “Não gosto dos programas de entretenimento” com menor peso nas duas grandes regiões metropolitanas e maior nas restantes regiões.

Perceções sobre a rádio local

A perceção dos ouvintes de rádio local sobre a frequência de transmissão de determinados tipos de conteúdos varia consoante o conteúdo. Metade dos ouvintes de rádio local (50,1%) considera que os noticiários são emitidos várias vezes por dia. Já quanto à transmissão de música de artistas regionais, 40,5% dos ouvintes consideram que é transmitida “várias vezes por dia” e, quanto aos programas relacionados com a região, a percentagem de respondentes desce para 34,3%.

Figura 34 - Perceção da frequência de transmissão de conteúdos de rádio local



Base: Ouvintes de rádio local.

Constata-se que as categorias “Não sei com que frequência” e “Nunca” têm um peso importante em todos os conteúdos, sendo mais assinaladas nos programas relacionados com a região, com 30,3% e 10,1%, respetivamente. De seguida, relativamente à música de artistas regionais, 29,7% não sabem

com que frequência é emitida e 7,8% consideram que “Nunca”; e os noticiários sobre a região onde os pesos destas categorias são 26,3% e 7,8%, respetivamente.

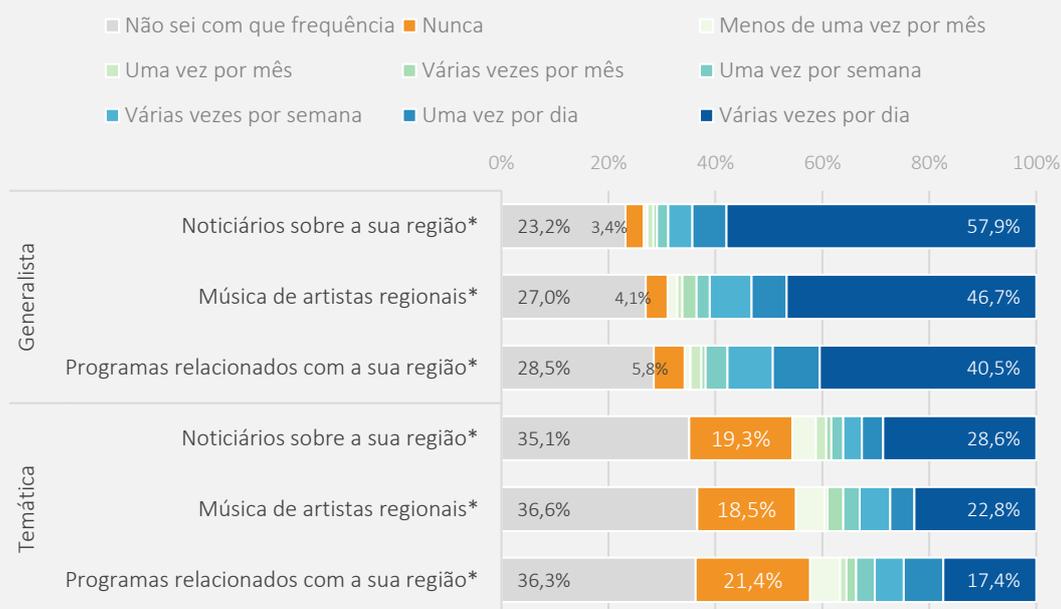
O cruzamento da frequência dos conteúdos com os indicadores sociodemográficos revela uma associação baixa, mas que permite identificar certos padrões (cf. anexo C.13). Os homens tendem a considerar que os conteúdos aqui reportados são transmitidos com maior frequência e o peso da categoria “Não sei com que frequência” é menor nos homens do que nas mulheres. Por idade, com pequenas diferenças percentuais entre os escalões etários, os mais novos apresentam uma perceção da frequência dos conteúdos menor quando comparados com os mais velhos. Por sua vez, o desconhecimento da frequência de transmissão de conteúdos é ligeiramente maior nos mais jovens.

As tendências nas frequências de transmissão de conteúdos sobressaem quando distribuídas por classe social e região. As classes sociais mais altas mostram as maiores percentagens nas categorias “Não sei com que frequência” e “Nunca”, mas quanto mais baixa a classe social menor é o peso destas categorias; nestas classes, verifica-se uma maior perceção de frequência destes conteúdos várias vezes por dia, nomeadamente nas classes sociais média baixa (C2) e baixa (D).

Por seu lado, a Grande Lisboa, principalmente, seguida do Grande Porto e do Litoral Centro, surgem como as regiões em que mais se desconhece a frequência de transmissão dos conteúdos analisados, sendo também aquelas em que mais se refere que estes nunca são transmitidos. Pelo contrário, os ouvintes das regiões Interior Norte, Sul e das regiões autónomas consideram que a frequência de emissão destes conteúdos é maior.

Caixa 4

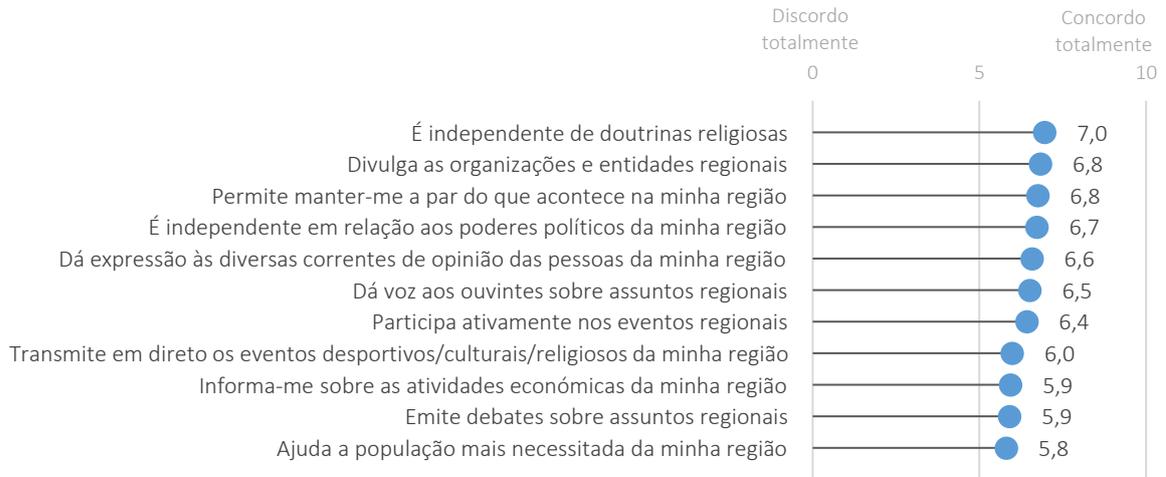
Os conteúdos abordados têm maior transmissão nas rádios locais generalistas do que nas temáticas, de tal forma que é esperado uma maior associação entre estes indicadores como se confirma nas análises realizadas. A percepção da frequência de transmissão não difere dos resultados globais já apresentados, reforça-se: uma maior percepção da frequência da transmissão dos noticiários, seguida da música de artistas regionais e dos programas sobre a região. Por outro lado, o peso relativo da categoria “Nunca” nos ouvintes que costumam ouvir com maior frequência rádios temáticas é maior nos três tipos de conteúdos. Também a categoria “Não sei com que frequência” se destaca, sendo a opção mais frequente assinalada por estes ouvintes.



* $p < 0,001$. *V de Cramer*: noticiários sobre a sua região = 0,36; música de artistas regionais = 0,31 e programas relacionados com a sua região = 0,33.
Base: Ouvintes de rádio local.

Por outro lado, avaliou-se o grau de concordância dos ouvintes de rádio local sobre um conjunto de aspetos relacionados com o princípio de proximidade, como a informação e transmissão de eventos locais ou regionais, a criação de espaços na rádio abertos a participação dos ouvintes, a relação da rádio com os ouvintes e o seu envolvimento nos eventos regionais, assim como a independência da rádio local face aos poderes políticos regionais e a independências das doutrinas religiosas. Os inquiridos expressaram o seu grau de concordância utilizando uma escala de 1 a 10, em que 1 significa “discordo totalmente” e 10 significa “concordo totalmente”.

Figura 35 – Grau de concordância sobre aspetos da rádio local



Base: Ouvintes de rádio local.

Os resultados gerais revelam que os ouvintes de rádio local tendem a concordar com os aspetos avaliados, pois estes posicionam-se, em média, no nível positivo da escala. Os aspetos com maior concordância são a rádio local “é independente de doutrinas religiosas” (7,0), “divulga as organizações e entidades regionais” (6,8) e “permite manter-me a par do que acontece na minha região” (6,8). Já os aspetos com um menor grau de concordância, mas acima do ponto médio da escala, são a rádio local “ajuda a população mais necessitada da minha região” (5,8), “emite debates sobre assuntos regionais” (5,9) e “informa-me sobre as atividades económicas da minha região” (5,9).

O grau de concordância das dimensões avaliadas varia consoante o sexo, idade, classe social e região, alterando a ordem das mesmas consoante a característica do ouvinte (cf. anexo C.14). Menciona-se a seguir as diferenças que mais se destacam.

Os homens apresentam um maior grau de concordância com os aspetos relacionados com a independência religiosa e política da rádio e com o pluralismo, i.e, a expressão de diversas correntes de opinião. A independência religiosa (7,2) e política (7,1) ocupam a primeira e segunda posição dos aspetos com maior grau de concordância para os homens, e a rádio como espaço plural (6,8) constitui a quinta. Nas mulheres a independência religiosa (6,6) é o terceiro aspeto com maior concordância e a rádio local como espaço de expressão das diversas correntes de opinião (6,3) e independente dos poderes políticos da região (6,2), situa-se na sexta e sétima posição, respetivamente.

Por grupos de idade, os dois escalões etários mais jovens tendem a ter um grau de concordância menor quando comparado com os mais velhos; de facto, em aspetos como “ajuda a população mais necessitada da minha região” e “emite debates sobre assuntos regionais”, têm médias inferiores a cinco, o que significa uma tendência a discordar. A ordem dos aspetos segundo o nível de concordância também varia consoante o escalão etário, a independência religiosa e política da rádio local ocupam as primeiras posições dos primeiros quatro escalões etários, ou seja, entre os 15 e 54 anos, já para os dois escalões mais velhos as afirmações “permite manter-me a par do que acontece na minha região”, “dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais” e “divulga as organizações e entidades regionais” constituem os aspetos com maior concordância para estes grupos de idade.

Considerando os itens que apresentam maior correlação com a idade, ainda que baixa, sobressaem: a rádio local “ajuda a população mais necessitada da minha região” com uma média de concordância igual a 4,9 no escalão dos 15 aos 24 anos e 4,7 dos 25 aos 34 anos, mas que aumenta consoante a idade, atingindo um grau médio de concordância de 7,0 nas pessoas com idades entre os 55 e 64 anos e 6,7 para os indivíduos maiores de 64 anos; “emitem debates sobre assuntos regionais” e “dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais” apresentam a mesma tendência, quer dizer, a concordância é maior nos escalões etários mais avançados.

No que diz respeito às classes sociais, as mais favorecidas têm em média um grau de concordância mais baixo do que aquelas menos favorecidas, com exceção da avaliação da independência, quer política quer religiosa, onde não se identificam diferenças entre as classes sociais. Salienta-se que os aspetos relacionados com a independência ocupam as primeiras posições para as classes sociais alta (A), média alta (B) e média (C1), mas para as classes sociais inferiores (C2 e D) a rádio local como meio para se manter a par do que acontece na região e a divulgação das entidades regionais sobressaem nos itens com maior concordância.

O aspeto “ajuda a população mais necessitada da minha região” apresenta a maior correlação com a classe social, ou seja, quanto maior a classe social menor o grau de concordância. De facto a média de concordância para as classes sociais alta (A) e média (B) é igual a 3,7 e 3,8, respetivamente, enquanto para as classes sociais mais baixas as médias são maiores, com valores iguais a 6,3 para a classe média baixa (C2) e 6,6 para a classe baixa (D). Estas tendências também são identificadas para os aspetos “emite debates sobre assuntos regionais”, “dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais”, “transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região”, “divulga as organizações e entidades regionais” e “permite manter-se a par do que acontece na minha região”. Todas as correlações assinaladas são baixas.

A análise por região mostra que as regiões metropolitanas, a Grande Lisboa e o Grande Porto, tendem a ter uma média de concordância menor do que nas ilhas e nas regiões menos urbanas do continente do país, o Interior Norte e Sul. Na Grande Lisboa, dos onze aspetos avaliados, nove situam-se na metade inferior da escala, destacando-se os aspetos com maior discordância: “emite debates sobre assuntos regionais” (3,3), “transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região” (3,5), “informa-me sobre as atividades económicas da minha região” (3,6) e “ajuda a população mais necessitada da minha região” (3,9). Nas restantes regiões, os aspetos avaliados apresentam uma média acima de 5, sendo o Interior Norte e as ilhas onde os aspetos variam entre 6 e 8.

A associação entre os aspetos avaliados e a região é moderada, com exceção dos itens relacionados com a independência religiosa e política, que apresentam um menor desvio das médias por região e uma associação baixa. Estes aspetos relacionados com a independência das rádios locais ocupam a primeira e segunda posição com maior concordância para os ouvintes da Grande Lisboa e Litoral Norte, no entanto nas regiões do interior do país e ilhas outros itens têm maior concordância, como “permite manter-me a par do que acontece na minha região” e “divulga as organizações e entidade regionais”.

Os itens com maior associação com a região são “emite debates sobre assuntos regionais”, “divulga as organizações e entidades regionais” e “permite manter-me a par do que acontece na minha região”, os quais atingem valores médios de concordância entre 6 e 8, uma avaliação inequivocamente positiva, para o Interior Norte, Sul e ilhas, mas que para a Grande Lisboa e o Grande Porto os valores variam entre 3 e 6, uma avaliação negativa ou moderadamente positiva.

Caixa 5

Como era esperado, a relação entre os itens avaliados e o tipo de programação da rádio é maior, sendo por vezes forte, como se evidencia com a divulgação das entidades regionais e emissão de debates sobre assuntos da região, obtendo um nível médio de concordância maior nas generalistas, enquanto nas rádios locais temáticas a média indica uma discordância destes aspetos. Salienta-se que para as rádios generalistas os valores médios variam entre 6 e 8, sendo os aspetos “divulga as organizações e entidades regionais” (7,6) e “permite manter-me a par do que acontece na minha região” (7,5) os que ocupam as primeiras posições dos itens com maior concordância; já os que registam uma menor concordância são “ajuda a população mais necessitada da minha região” (6,6) e “informa-me sobre as atividades económicas da minha região” (6,7). Por seu lado, o grau de concordância dos ouvintes de rádios locais temáticas é menor em todos os itens, variando entre 4 e 7, sendo os aspetos relativos a independência religiosa (6,5) e política (6,1) os que constituem os primeiros com maior concordância, já os restantes apresentam valores médios abaixo do ponto meio da escala, mostrando maior discordância “transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região” (3,5) e “emite debates sobre assuntos regionais” (3,5).



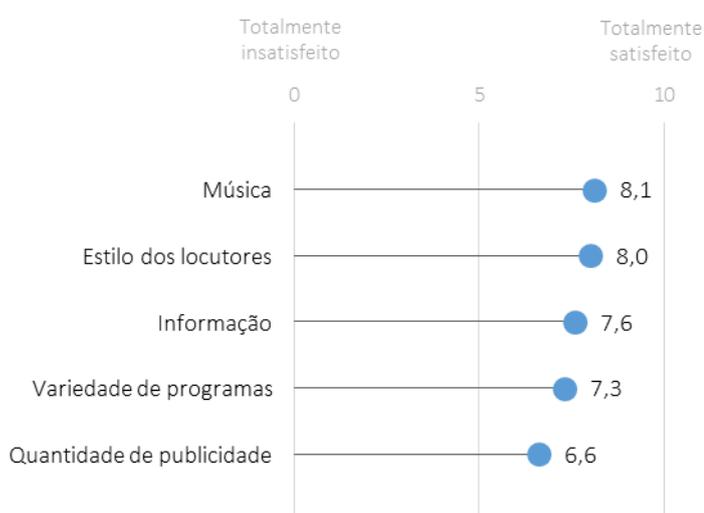
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *Eta* são apresentados no anexo C.15.
Base: Ouvintes de rádio local.

Satisfação dos ouvintes de rádio local

Os ouvintes de rádio local avaliaram a sua satisfação, numa escala de 1 (“totalmente insatisfeito”) a 10 (“totalmente satisfeito”), sobre um conjunto de aspetos da rádio local que ouvem com maior frequência, especificamente a informação, a variedade de programas, a música, o estilo dos locutores e a quantidade de publicidade.

Através destes aspetos, e com o objetivo de resumir num indicador a satisfação dos ouvintes, criou-se o índice de satisfação geral, que indica uma satisfação média igual a 7,5; ou seja, pode-se afirmar que, em termos gerais, os públicos destas rádios se sentem satisfeitos ou têm uma apreciação positiva do que ouvem na rádio local.

Figura 36 - Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local



Base: Ouvintes de rádio local.

Considerando a média de satisfação pelos itens avaliados, todos apresentam valores acima do ponto médio da escala. Por ordem decrescente de satisfação, surgem a “música” (8,1), o “estilo dos locutores” (8,0), a “informação” (7,6), a “variedade de programas” (7,3) e, por último, a “quantidade de publicidade” (6,6).

Analisando o nível de satisfação em função do sexo, idade, classe social e região, os valores médios variam entre 6 e 9 (cf. anexo C.16). A satisfação com determinados conteúdos difere consoante o perfil sociodemográfico, com exceção do sexo, onde não se registam diferenças significativas entre homens e mulheres, ou seja, o sexo do ouvinte não influencia a satisfação com a rádio local.

Por grupos de idades, os mais jovens têm uma satisfação menor do que os mais velhos ainda que claramente positiva. Os três escalões etários mais novos registam uma satisfação média em torno

de 7, já nos três escalões mais velhos, o nível médio de satisfação é de cerca de 8. Esta tendência de aumento da satisfação no mesmo sentido da idade identifica-se para cada um dos temas tratados na satisfação. Contudo, a maior correlação, embora baixa, identifica-se nos itens “variedade dos programas”, registando um nível médio de satisfação de 6,6 no grupo etário mais jovem e de 8,0 no mais velho; e “informação”, com níveis médios de satisfação de 7,1 para os jovens de 15 aos 24 anos e 8,2 nos indivíduos com mais de 64 anos.

Por classe social, observa-se uma maior satisfação nas classes sociais mais desfavorecidas; as médias de satisfação são tanto menores quanto mais altas são as classes sociais. As correlações mais importantes identificadas, mas com valores considerados baixos, observam-se: na “variedade de programas”, sendo a classe social baixa (D) com maior satisfação igual a 8,0 e a classe social alta (A) com a menor média de satisfação, especificamente 6,2; na “informação”, com uma média de 8,2 para a classe baixa (D) e de 6,5 para a classes alta (A); e o “estilo dos locutores”, com uma média de satisfação de 8,3 para a classe social mais desfavorecida (D) e de 7,3 para os respondentes da classe social alta (A). Salienta-se que a satisfação com a “quantidade de publicidade” apresenta os níveis de satisfação mais baixos para todas as classes sociais e as diferenças identificadas por classes sociais não são significativas.

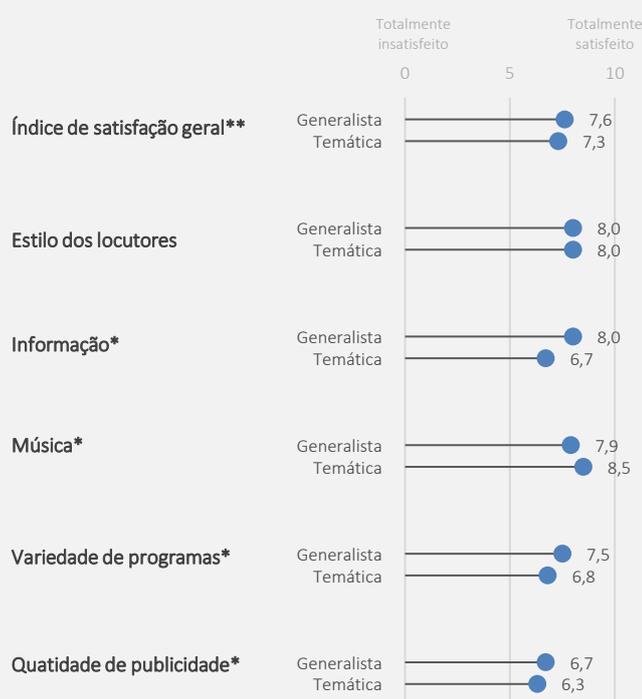
Quanto à região dos ouvintes, todos os aspetos avaliados mostram diferenças significativas, sendo mais evidente na “informação”, que atinge uma média de satisfação igual a 6,6 na Grande Lisboa, mas que nas restantes regiões oscila em torno de 8, destacando-se o Sul com uma média de satisfação com a informação de 8,1. Também a “variedade de programas” obtém uma média de 6,6 na Grande Lisboa, sendo nas ilhas e no Sul a satisfação maior, com valores médios de 7,8 e 7,9, respetivamente.

A ordem dos conteúdos pelo nível de satisfação revela diferenças entre as regiões. Considerando os itens com maior satisfação, nas ilhas destaca-se o “estilo dos locutores”, seguido da “informação”; ambos os aspetos têm a mesma relevância no Interior Norte; já no Sul a “música” sobressai, bem como a “informação” e o “estilo dos locutores”; no Litoral Norte a “música” e a “informação” constituem os aspetos com maior satisfação; e na Grande Lisboa, no Grande Porto e no Litoral Centro a “música” e o “estilo dos locutores” destacam-se nos aspetos com maior satisfação.

Caixa 6

O índice de satisfação global das rádios locais generalistas é igual a 7,6 e das temáticas 7,3, o que significa que os ouvintes das generalistas tendem a estar mais satisfeitos do que os ouvintes das rádios temáticas. No entanto, esta leitura deve ter em conta os aspetos que foram avaliados, pois a “informação” nas rádios temáticas (especificamente nas musicais que representam a maioria) poderá ter menor relevância para determinadas emissoras em comparação com as rádios generalistas, para as quais constitui uma obrigação. De facto, a “informação” surge como o aspeto com maiores desvios, atingindo uma satisfação média nos ouvintes de rádio generalista igual a 8,0 e de 6,7 no caso dos ouvintes de rádio temáticas. Por outro lado, de todos os aspetos avaliados, a satisfação com o “estilo dos locutores” não é influenciada pelo tipo de programação.

Tendo em conta a ordem dos aspetos com maior satisfação, os ouvintes de rádios locais generalistas avaliam com maior satisfação a “informação”, o “estilo dos locutores” e a “música”; já os ouvintes de rádios locais temáticas expressam maior satisfação pela “música”, seguida do “estilo dos locutores”. A “quantidade de publicidade” é o item com menor nível de satisfação.

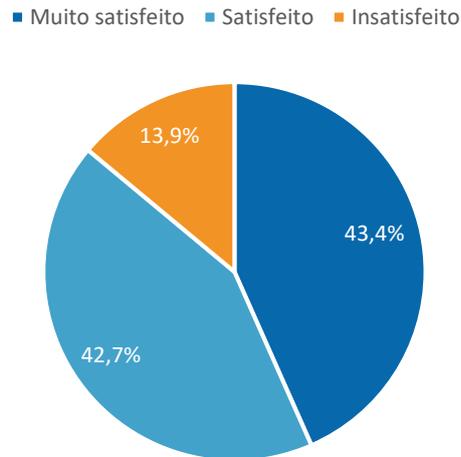


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *Eta* são apresentados no anexo C.17.
Base: Ouvintes de rádio local.

Para uma análise mais detalhada da satisfação, os ouvintes de rádio local foram agrupados consoante o nível médio de satisfação mediante uma análise de *clusters*²³, o que permitiu definir três grupos: insatisfeito, satisfeito e muito satisfeito, sendo que 86,1% dos ouvintes de rádio local se sentem satisfeitos ou muito satisfeitos.

²³ Considerando as características das variáveis e da amostra, os casos foram agrupados através de métodos não hierárquicos *k-means*. A definição do número de grupos foi validada pelo método hierárquico Ward.

Figura 37 - Ouvintes de rádio local, por grupos de satisfação



Base: Ouvintes de rádio local.

O grupo de ouvintes de rádio local que mostram maior insatisfação caracteriza-se por ter um grau médio de satisfação dos aspetos avaliados no ponto meio da escala ou inferior, a “música” atinge uma média de 5,0, a “informação” de 4,8, o “estilo dos locutores” de 4,2, a “quantidade de publicidade” de 3,8 e a “variedade de programas” de 3,6. Por seu lado, os ouvintes considerados como muito satisfeitos registam uma média de 9,4 para o “estilo dos locutores” e a “música”, de 9,3 na “informação”, de 9,1 na “variedade de programas” e de 8,6 na “quantidade de publicidade”. Já o nível de satisfação no grupo de satisfeitos mostra que a música regista uma média de 7,9, o “estilo dos locutores” 7,7, a “informação” 7,0, a “variedade de programas” 6,6 e a “quantidade de publicidade” 5,7.

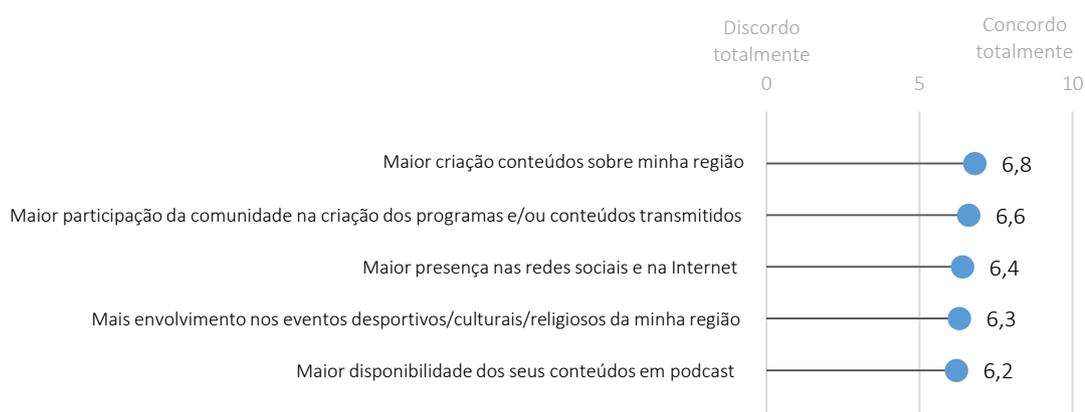
Analisando os grupos opostos, ou seja, os grupos insatisfeitos e muito satisfeitos, não se verifica uma relação destes com o sexo dos ouvintes, mas verifica-se uma associação, apesar de baixa, com a idade, classe social e região (cf. anexo C.18). No grupo de insatisfeitos sobressaem os escalões etários mais jovens, as classes sociais mais favorecidas e as regiões do Litoral Centro, Litoral Norte, Grande Lisboa e Interior Norte. O grupo de ouvintes com maior nível satisfação tende a mostrar as características opostas do grupo dos insatisfeitos, no que diz respeito, a idade e a classe social, ou seja, os escalões etários mais velhos e as classes sociais menos favorecidas destacam-se e, quanto à região, as ilhas, o Sul, o Grande Porto e o Interior Norte tendem a ter maiores níveis de satisfação. É importante referir que o tipo de programação não está relacionado com os grupos dos insatisfeitos e dos muito satisfeitos, ou seja, as diferenças encontradas nos pesos relativos de ambos os grupos distribuídos por tipo de programação não são significativas.

Expectativas sobre a evolução da rádio local

Procurou-se conhecer as condições que poderiam no futuro incentivar a escuta de rádio, no caso dos não ouvintes, para passarem a ouvir, ou o aumento de escuta, no caso dos ouvintes. Usando a mesma escala de avaliação de nível de concordância de 1 a 10, em que 1 significa “discordo totalmente” e 10 significa “concordo totalmente”, os inquiridos foram confrontados com afirmações relacionadas com a criação de conteúdos de proximidade, o envolvimento da rádio nos eventos desportivos, culturais e religiosos da região, a participação da comunidade nos programas e conteúdos transmitidos, como também, tendo em conta a importância do *online* para a evolução da rádio, avaliou-se a posição dos entrevistados sobre a maior presença da rádio nas redes sociais e Internet, bem como a disponibilização dos conteúdos em *podcast*.

Os ouvintes de rádio, quer seja local ou não, e os não ouvintes consideram que os aspetos avaliados poderiam incentivar a escuta de rádio. As médias de concordância dos aspetos sugeridos são positivas, mas não são elevadas.

Figura 38 - Grau de concordância sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local



Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

A “Maior criação de conteúdos relacionados sobre a minha região” surge como o aspeto com maior nível médio de concordância (6,8), seguido de “Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos” (6,6), “Maior presença nas redes sociais e na Internet” (6,4), “Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos” (6,3) e “Maior disponibilidade dos seus conteúdos em *podcast*” (6,2).

A análise do grupo de não ouvintes indica que o grau médio de concordância dos itens regista valores em torno dos 6, sendo a “Maior criação de conteúdos sobre a minha região” (6,7) e a “Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos” (6,4) os

aspectos com maior concordância. Tendo em conta a importância deste grupo para o alargamento de audiências, analisou-se o grau de concordância destes indivíduos segundo as suas características sociodemográficas. Salienta-se que esta análise mostra tendências muito semelhantes quando se considera também os ouvintes de rádio local (cf. anexo C.19).

Por sexo, a “Maior criação de conteúdos sobre a minha região é mais valorizado pelas mulheres, o mesmo acontecendo com a “Maior presença nas redes sociais e na Internet”. No caso dos homens não se alteram os itens mais valorizados, apenas os valores médios são mais moderados.

Os aspetos relacionados com o reforço da digitalização da rádio, através da presença nas redes sociais e na Internet e da disponibilização dos seus conteúdos em *podcast*, obtêm maior concordância média nos grupos de idade mais jovens. De facto, estes aspetos são os que registam maiores níveis de concordância para os dois escalões mais jovens; já nas pessoas com idades superiores aos 44 anos, a criação de conteúdos sobre a região, o envolvimento nos eventos regionais e a participação da comunidade nos conteúdos apresentam os maiores níveis de concordância.

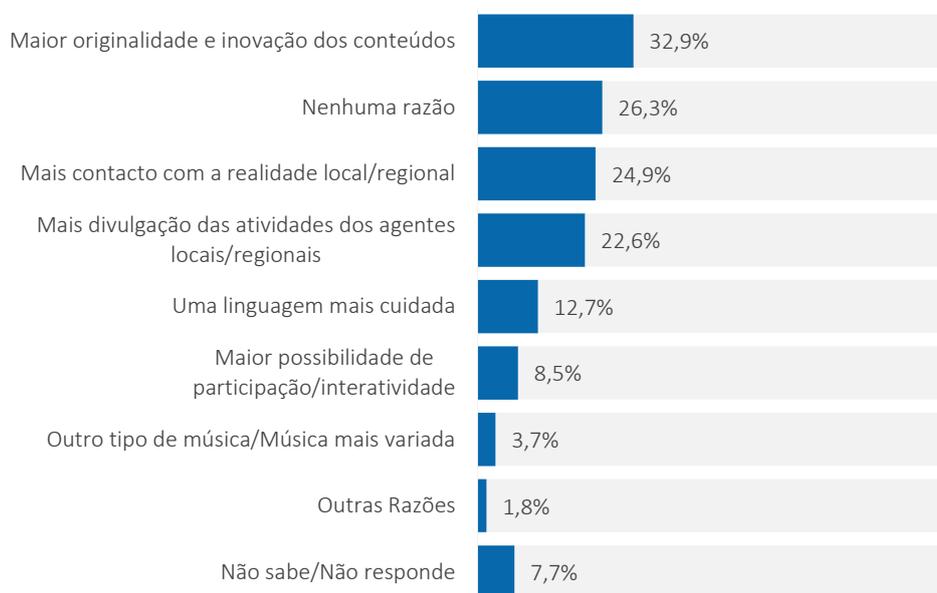
Por classe social, as correlações identificadas especificamente nos aspetos “Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região” e “Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos”, apresentam uma intensidade muito baixa. Ambos os aspetos registam médias de concordâncias que variam entre 5,6 e 6,4 nas duas classes sociais mais altas (A e B), mas na classe baixa (D) obtêm médias de 6,9. Para todas as classes sociais a criação de conteúdos sobre a região posiciona-se como o *item* com maior concordância.

Na análise por região, as tendências observadas no geral refletem-se para cada região, ou seja, a “Maior criação de conteúdos sobre a minha região” e a “Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos” surgem muitas vezes nos aspetos com maiores níveis de concordância. Outros aspetos que sobressaem são a “Maior presença nas redes sociais e na Internet” no Litoral Norte e “Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região” no Sul.

Considerando agora apenas os ouvintes mais insatisfeitos, grupo que apresenta valores médios de concordância mais baixos: os valores variam entre 5,0 – “Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região” e 5,4 – registada nos aspetos “Maior presença nas redes sociais e na Internet” e “Maior disponibilidade dos seus conteúdos em *podcast*”. Os restantes itens sugeridos relacionados com a criação de conteúdos e a partilha da comunidade nesta criação registam graus médios de concordância de 5,2 e 5,1, respetivamente.

Outra dimensão abordada nesta parte é a análise das razões que levariam os não ouvintes a ouvir rádio local. É importante referir que o grupo dos não ouvintes é composto não só por aqueles que não têm o hábito de ouvir rádio, mas também pelos ouvintes de rádio mas não local.

Figura 39 - Razões que levariam a ouvir rádio local



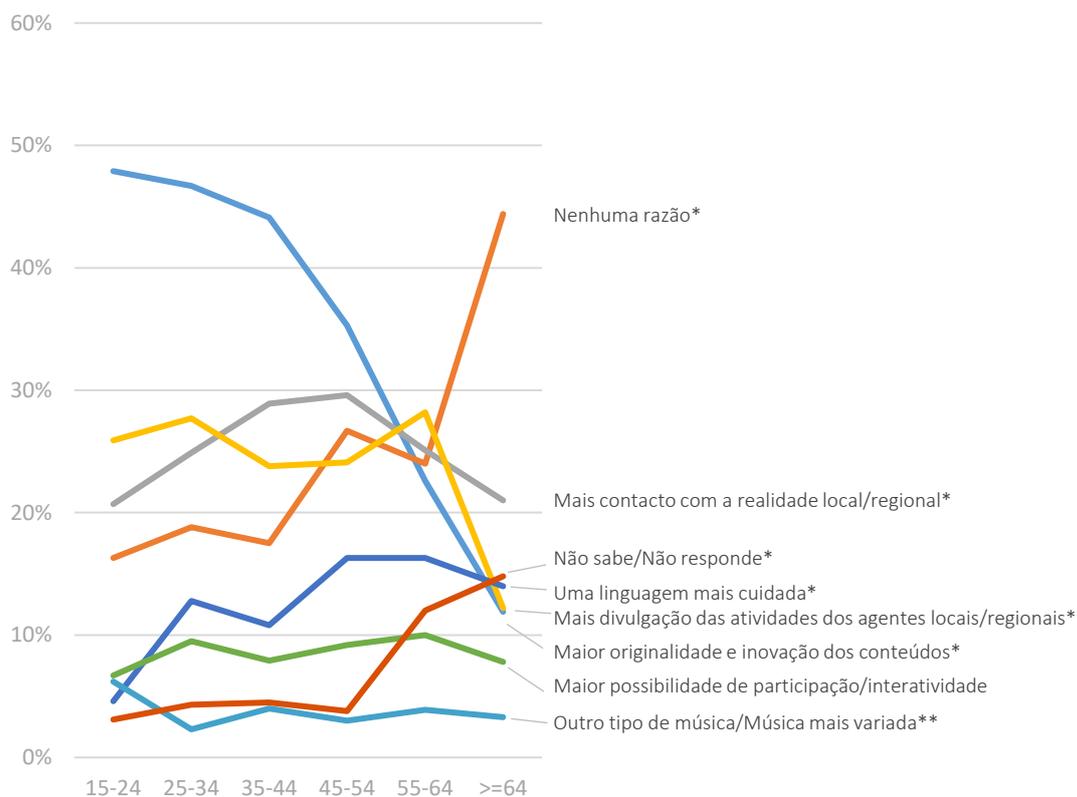
Base: Não ouvintes de rádio local.

A razão mais assinalada é “Maior originalidade e inovação dos conteúdos”, representado 32,9% dos não ouvintes. Outras razões que se destacam são “Mais contacto com a realidade local/regional” com 24,9% e “Mais divulgação das atividades dos agentes locais/regionais” que reúne 22,6% dos não ouvintes.

É importante assinalar que cerca de um em cada quatro dos não ouvintes refere que nenhuma razão o levaria ouvir rádio local, o que equivale a 1337 mil indivíduos. Este grupo caracteriza-se por ser principalmente do sexo feminino, destacando-se as pessoas com mais de 64 anos, as classes sociais baixa (D) e média baixa (C2) e da região da Grande Lisboa.

Analisando as razões que levariam a ouvir rádio local em função dos indicadores sociodemográficos, as quatro opções já referidas mantêm a sua importância, contudo identificam-se algumas diferenças, nomeadamente por grupos de idade e classe social. Quanto ao sexo e às regiões, no geral, não se identifica grandes variações.

Figura 40 - Razões que levariam a ouvir rádio local, por grupos de idade



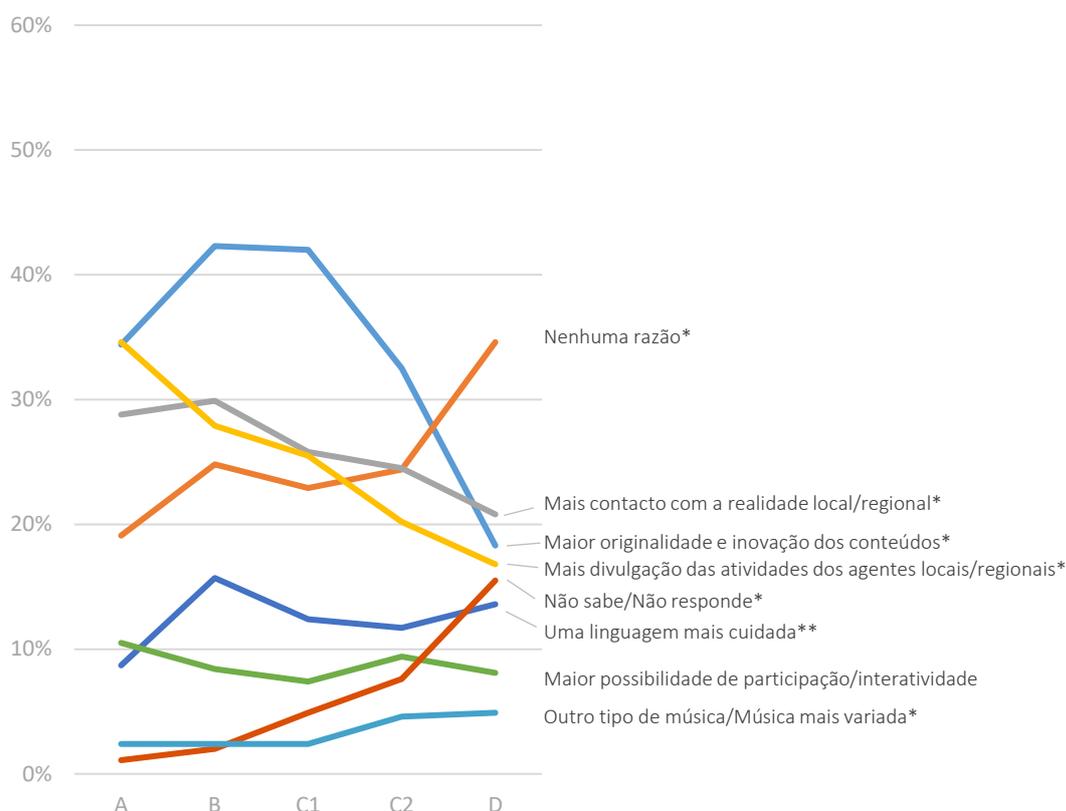
* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.20.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais.

Base: Não ouvintes de rádio local.

Por grupo de idade, a “Maior originalidade e inovação dos conteúdos” é a opção mais assinalada pelos mais jovens, atingindo os 47,9% nos indivíduos dos 15 aos 24 anos, mas que diminui nos grupos etários mais avançados, representando 11,9% das pessoas com mais de 64 anos, surgindo para este grupo no sexto lugar da lista de razões. Outra opção de resposta que apresenta diferenças acentuadas entre os grupos de idade é “Nenhuma razão”, que no caso dos grupos etários dos mais jovens reúne 16,3%, mas que para o último escalão etário representa 44,4%, sendo a opção mais referida pelas pessoas com mais de 64 anos.

Figura 41 - Razões que levariam a ouvir rádio local, por classe social



* $p < 0,001$; $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.21.

Nota: Apresentam-se as categorias com 30 casos ou mais.

Base: Não ouvintes de rádio local.

Considerando a classe social, as associações identificadas são baixas, contudo existem padrões de comportamento. Quanto às razões “Maior originalidade e inovação dos conteúdos”, “Mais divulgação das atividades dos agente locais/regionais” e “Mais contacto com a realidade local/regional”, os pesos relativos são menores nas classes sociais menos favorecidas, não obstante aumentam nas classes sociais mais altas. Pelo contrário, as opções “Nenhuma razão”, “Não sabe/não responde” e “Outro tipo de música/Música mais variada”, têm maior expressão nas classes mais baixas e em classes mais altas registam pesos menos expressivos.

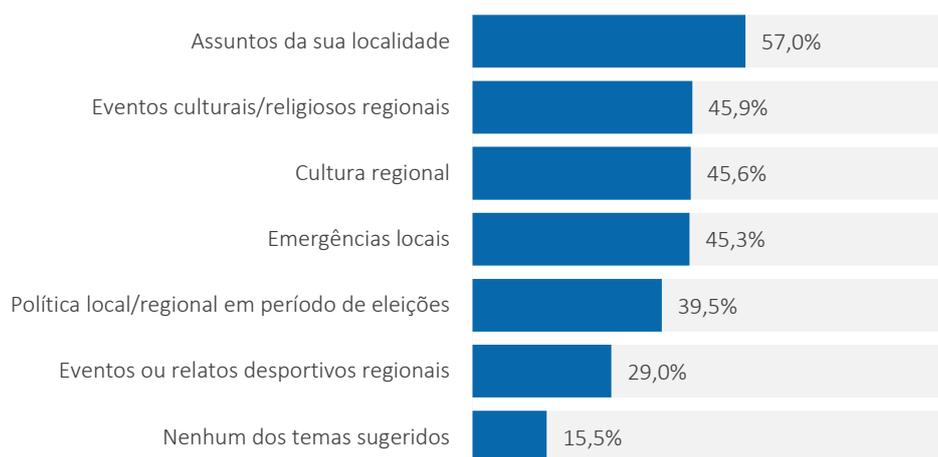
Hábitos de informação

Os meios de comunicação social local e regional têm a particularidade de oferecer aos seus públicos conteúdos que têm pouca ou nenhuma expressão nos meios de âmbito nacional. A cobertura de acontecimentos de uma localidade e a atenção dada a determinados temas de interesse para uma

comunidade têm nos meios locais e regionais a possibilidade de serem divulgados e chegarem aos cidadãos.

No entanto, importa conhecer os hábitos das pessoas relativos aos conteúdos de proximidade, assim como identificar o que procuram e quais os meios que costumam utilizar para esse fim.

Figura 42 - Temas locais/regionais procurados



Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

Os conteúdos de proximidade têm interesse para a população: mais da metade dos inquiridos procura informação sobre “Assuntos da sua localidade” (57,0%). Outros temas com maior procura são os “Eventos culturais/religiosos regionais” (45,9%), a “Cultura regional” (45,6%) e as “Emergências locais” (45,3%). Ainda com um peso importante, mas com menores frequências estão a “Política local/regional em período de eleições” (39,5%) e os “Eventos ou relatos desportivos regionais” (29,0%). Salienta-se que 15,5% dos indivíduos não assinalou nenhum dos temas sugeridos.

Observa-se diferenças consoante as características da população, ainda que os assuntos relacionados com a localidade ocupem a primeira posição dos temas mais procurados (cf. anexo C.22). Em relação ao sexo, os “Eventos ou relatos desportivos regionais” e a “Política local/regional em período de eleições” têm um peso relativo maior nos homens do que nas mulheres. Quanto aos grupos de idade, a categoria “Nenhum dos temas sugeridos” aumenta o seu peso relativo consoante o avanço da idade; pelo contrário, os “Eventos ou relatos desportivos regionais” e as “Emergências locais” são mais referidas pelos mais jovens do que pelos mais velhos. Por seu turno, os temas “Política local/regional em período de eleições”, “Cultura regional” e “Eventos culturais/religiosos regionais” apresentam maiores frequências nas classes sociais mais favorecidas e à medida que desce a classe social, diminui o seu peso relativo; o oposto se verifica com a categoria “Nenhum dos temas

sugeridos”. Por região, as “Emergências locais” nas regiões autónomas e no Litoral Centro obtêm percentagens acima de 50%, ocupando o lugar de segundo tema mais referido para ambas as regiões; também a “Cultura regional” é referido pela metade dos inquiridos do Litoral Centro e Sul.

Figura 43 - Meios de informação utilizados



Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

Tendo em conta os meios que costumam utilizar os inquiridos para se informarem destes temas, as redes sociais (62,1%), a televisão (50,4%) e os *sites* de meios de comunicação (49,4%) são os mais procurados. Os meios de comunicação regionais, como a imprensa e a rádio local e regional, são assinalados por 36,1% e 27,2% dos inquiridos, respetivamente.

A análise dos hábitos de informação por meio de informação segundo as características sociodemográficas permite identificar diferenças (cf. anexo C.23). Por sexo, os resultados tendem a manter-se, à exceção da rádio local e regional, meio que apresenta maiores variações, sendo mais referido pelos homens. Já os escalões etários mais jovens tendem a procurar informação local ou regional nos meios digitais – redes sociais e *sites* de meios de comunicação; contudo à medida que avança a idade estes meios têm menor procura, sendo a televisão e a imprensa regional os mais referidos pelos grupos de idade mais avançados, principalmente nos indivíduos com mais de 64 anos. Também se observa tendências no que toca as classes sociais, os *media* digitais têm uma maior procura nas classes sociais mais altas e são os mais assinalados, mas esta procura diminui conforme a classe social desce; a televisão constitui o meio com maior procura na classe social baixa (D); a rádio local e regional é mais referida pelas classes sociais menos favorecidas do que as classes mais

altas. Na análise por região, apesar dos meios digitais terem uma procura importante pela população, outros obtêm relevância conforme a região, como por exemplo, a televisão, com pesos relativos acima de 50% nas regiões autónomas, no Grande Porto e na Grande Lisboa; a rádio local e regional com maiores frequências no Interior Norte e nas ilhas e menos procurados nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto; e a imprensa regional com uma procura considerável nas ilhas e no Litoral Norte e menos expressiva na Grande Lisboa e Grande Porto.

Conclusões

Apesar de 43,5% da população residente em Portugal com idade igual ou superior a 15 anos afirmar ouvir rádio local, este valor, que representa uma minoria relativa, pode esconder a relevância que tem este meio na sociedade portuguesa. A desagregação dos dados demonstra outras realidades, já que a escuta de rádio local difere no território português, sendo mais ou menos ouvida consoante a região.

As regiões do continente que abrangem os distritos com menor número de rádios locais licenciadas no país, especificamente o Interior Norte e Sul, apresentam um peso relativo de ouvintes acima da média nacional, com destaque do Interior Norte, onde 52,2% da população ouve rádio local. Do mesmo modo, nas regiões autónomas dos Açores e Madeira, a rádio local ganha maior relevo com 71,8% de ouvintes. As regiões situadas no litoral, que se caracterizam por ser mais urbanas e com maior população e nível económico, registam um menor peso relativo de ouvintes.

As outras características dos ouvintes – sexo, idade e classe social – não são determinantes para explicar a escuta ou não de rádio local. No entanto, verifica-se que os homens tendem a ouvir mais rádio local do que as mulheres. Relativamente à idade, apesar de ser no escalão das pessoas com mais de 64 anos que mais se ouve rádio local, a idade mediana dos ouvintes é aproximadamente 47 anos, o que demonstra que metade dos ouvintes de rádio local são adultos, mas não idosos. Por seu turno, as classes sociais mais baixas são os grupos com mais ouvintes de rádio local e esta relação é mais evidente quando os dados são desagregados por região.

A música é a principal razão para ouvir rádio local, independentemente do sexo, idade, classe social do ouvinte e do tipo de programação da rádio local mais ouvida. Já a informação local/regional surge com maior expressão entre as principais razões entre os ouvintes do Interior Norte e Sul, o que pode explicar a relevância que tem este meio como fonte de informação regional em determinados territórios do país.

Não deixa de ser importante considerar a distribuição das rádios locais no país, marcada pela maior presença de rádios generalistas com conteúdos de proximidade em determinados pontos geográficos, principalmente no interior do continente e nas ilhas. Por seu lado, os ouvintes de rádios locais de Grande Lisboa e Grande Porto, regiões que concentram o maior número de rádios temáticas, condicionam os motivos referidos, estando a música muito acima das outras razões relacionadas com as rádios de proximidade.

Corrobora-se que a rádio local é um meio de companhia, que permite aos seus ouvintes manter uma ligação não só com os locutores, como também com os seus conhecidos, que também divulga as tradições e cultura das regiões, principalmente no caso das rádios locais generalistas, assim o

indicam os dados referentes às principais razões dos ouvintes do Interior Norte, Sul e regiões autónomas. Também nos ouvintes mais velhos e nas classes sociais mais baixas tendem a ser valorizadas estas funções da rádio local.

Se os ouvintes de rádio local têm um peso importante em determinadas regiões, noutras, em especial no litoral do país, os não ouvintes ultrapassam a média nacional (56,5%). É o caso da Grande Lisboa (69,8%), Grande Porto (61,3%), Litoral Centro (57,1%) e Litoral Norte (57,0%). A grande maioria refere que nunca teve o hábito de ouvir rádio local e a principal razão é o tipo de música. Mas entre as principais razões para não ouvir rádio local sobressai o desconhecimento da existência de rádios locais na região, com maior relevância na Grande Lisboa e Grande Porto, e com variações relevantes em função do sexo (com destaque do sexo feminino), idade (principalmente os jovens) e classe social (sobressaem as classes sociais mais favorecidas).

No que diz respeito às perceções dos ouvintes sobre a rádio local que mais ouvem, a sua apreciação da frequência de transmissão de conteúdos de proximidade é coerente, como era esperado, com o tipo de programação oferecido pelas rádios. Ou seja, os ouvintes de rádios generalistas têm uma perceção de que a transmissão de noticiários sobre a região, da música de artistas regionais e dos programas relacionados com a região é mais frequente quando comparados com os ouvintes de rádios temáticas. Também a perceção de frequência de emissão destes conteúdos varia consoante a classe social, aumentando à medida que diminui a classe social, e a região, maior perceção da frequência nos territórios com maior proporção de ouvintes de rádio local. Não deixa de chamar a atenção a expressão dos ouvintes que desconhecem com que frequência são transmitidos os conteúdos sugeridos.

Quanto às representações dos ouvintes sobre os diversos aspetos ligados à rádio local e o princípio de proximidade que lhe deu origem, apesar de em termos gerais registam-se médias de concordância que variam entre 6 (“ajuda a população mais necessitada da minha região”) e 7 (“é independente de doutrinas religiosas”), uma desagregação dos dados consoante o tipo de programação da rádio mais ouvida e por indicadores sociodemográficos demonstra perceções diferentes.

Assim, os ouvintes de rádios locais temáticas apresentam uma maior discordância com os aspetos sugeridos, o que não surpreende, de facto confirma o afastamento destas do princípio de proximidade. Já relativamente às rádios com programação mais virada para as comunidades, ou seja, as generalistas, a concordância é maior. Por região, observa-se uma maior discordância nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, mas nas regiões menos urbanas e nas ilhas os ouvintes mostram

maior concordância, ou seja, nestas regiões os ouvintes tendem mais a considerar que as rádios locais se aproximam da ideia de localismo e proximidade.

Os aspetos relacionados com a independência da rádio relativamente a doutrinas religiosas e a poderes políticos não parecem ser um problema, segundo a perceção dos ouvintes. Já determinados aspetos relacionados com o princípio de proximidade, como a transmissão de debates sobre assuntos e de eventos desportivos, culturais e religiosos regionais, as informações sobre as atividades económicas da região e o envolvimento da rádio no sentido de ajudar as pessoas mais necessitadas, geram maior discordância, mostrando maiores diferenças conforme a idade e a classe social dos ouvintes. Estes aspetos no geral já registam os menores níveis de concordância, mas os ouvintes mais jovens e de classes sociais mais favorecidas demonstram maior discordância.

Quanto à satisfação dos ouvintes com a rádio local que costuma ouvir, a grande maioria declara-se satisfeito com o que ouve. Por ordem decrescente de satisfação são elencados: a música, o estilo dos locutores, a informação, a variedade de programas e a quantidade de publicidade.

Há diferenças nos aspetos avaliados em função da idade, classe social e região, especificamente, a satisfação aumenta à medida que avança a idade, e as classes sociais baixas apresentam uma maior satisfação do que as classes sociais altas. Por região, a informação e a variedade de programas são os aspetos com maiores flutuações, sendo menor a satisfação nas regiões do litoral e maior nas ilhas e nas regiões do interior do continente, o que não deixa de estar relacionado com o tipo de programação das rádios locais que mais ouvem nestes territórios. Salienta-se que todas as tendências identificadas por idade, classe social e região se posicionam no lado positivo da escala de satisfação.

Apesar do nível de satisfação mostrar valores médios positivos, deve-se considerar a insatisfação dos mais jovens e dos ouvintes das regiões do Litoral Centro, Litoral Norte, Grande Lisboa e Interior Norte, onde a diversidade de programas poderá ser um fator que afete a escuta de rádio local. Sobressai também a menor satisfação sobre os conteúdos informativos dos ouvintes da Grande Lisboa, relacionado com a falta de oferta de rádios que emitam conteúdos de proximidade.

Avaliando o que poderia incentivar a escuta de rádio local, a população tende a concordar que a criação de conteúdos de proximidade, a participação das pessoas na produção de conteúdos, a maior presença no *online*, o envolvimento das rádios nos eventos regionais e a maior disponibilização dos conteúdos em *podcast*, podem influenciar positivamente na sua escuta de rádio local. Note-se porém que são níveis de concordância moderados.

Ainda assim, as tendências identificadas em função da idade são essenciais para captar audiências. Os mais jovens mostram uma maior concordância com os aspetos relacionados com a digitalização

da rádio; já os mais velhos apreciam mais o envolvimento da rádio nos eventos regionais e a participação da comunidade na produção de conteúdos. Por outro lado, apostar na originalidade e inovação de conteúdos de proximidade pode atrair os não ouvintes.

Constata-se que os conteúdos de proximidade, quer informativos, quer de entretenimento, colhem interesse da população e os meios digitais, como as redes sociais e os *sites* dos meios de comunicação social, são os mais utilizados para os encontrar.

Além da relevância que têm a Internet e a televisão, meios de comunicação que registam altos níveis de audiências, a rádio local não deixa de ser o meio para se informar e conhecer o que acontece em determinados lugares. É o caso do Interior Norte, ilhas e Sul, onde os meios nacionais dizem pouco ou nada às populações destes territórios. A baixa utilização observada nas regiões metropolitanas de Lisboa e Porto está relacionada com o número reduzido de rádios de proximidade registados nestes territórios.

No geral, os aspetos avaliados nas diferentes dimensões deste estudo têm uma apreciação positiva por parte da população, contudo a ideia de localismo e proximidade da rádio com os ouvintes está comprometida em determinados territórios do país, principalmente no litoral. Já nas ilhas e no interior do continente, a rádio local continua a ser percebida como um meio de proximidade, no sentido em que através dela os ouvintes consideram que podem obter informações sobre assuntos locais, ter voz e ouvir os outros que fazem parte, tal como é capaz de preservar as suas tradições e cultura.

Estas conclusões reforçam a relevância de salvaguardar o princípio de proximidade que deu origem à rádio local, pelo ponto de vista da população, o que é particularmente notório naqueles lugares em que este princípio está fragilizado, quer pela falta de rádios de proximidade, quer pela oferta de uma programação geograficamente indiferenciada. Será útil que as políticas para o setor de radiodifusão local em Portugal tenham em conta as dinâmicas dos públicos na sua relação com os meios de comunicação, em particular, que sejam orientadas para o papel central da Internet nos *media* e que considere as assimetrias geracionais e territoriais.

CARACTERIZAÇÃO DOS PÚBLICOS DE RÁDIO LOCAL

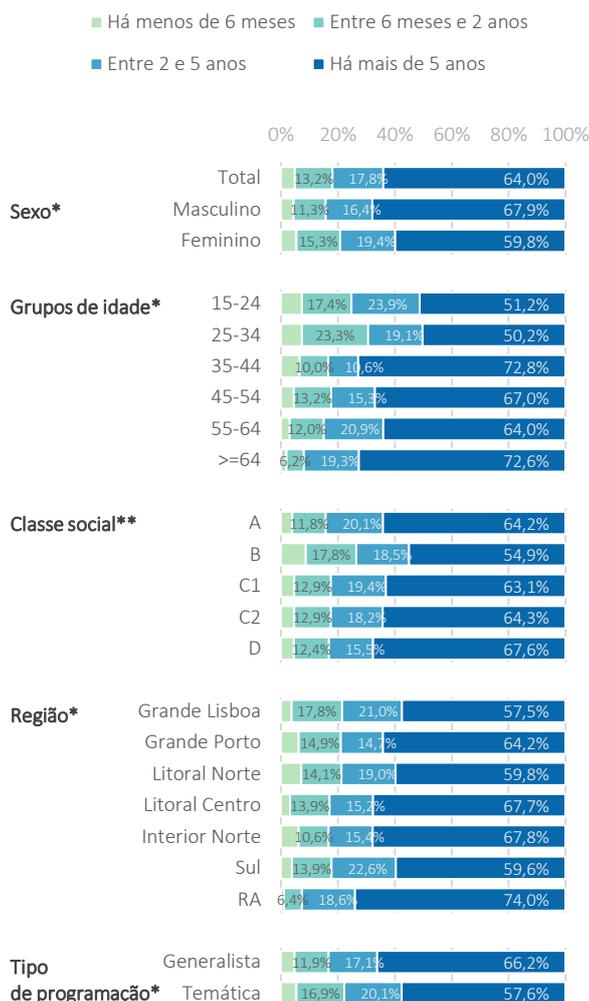
No presente capítulo são expostos os resultados obtidos a partir do inquérito à população, realizado com o apoio da Marktest, sobre os hábitos de escuta de rádio local. Se no capítulo anterior se apresentaram as representações e a satisfação dos ouvintes de rádio local, neste pretende-se conhecer desde quando ouvem rádio, a duração média diária de escuta, os locais, os suportes e os horários em que ouvem a rádio local que seguem com maior frequência.

É importante salientar que a rádio local referida como a mais ouvida não corresponde necessariamente à rádio local com maior audiência e que os indicadores aqui expostos não são comparáveis com os indicadores obtidos em estudos sobre audiências.

Desde quando ouve a rádio local

A maioria dos ouvintes de rádio local já ouve há mais de cinco anos a rádio que escuta com maior frequência (64,0%). Identificam-se algumas tendências consoante as características sociodemográficas e o tipo de programação da rádio.

Figura 44 - Tempo que ouve a rádio local, por sexo, grupos de idade, classe social região e tipo de programação



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. *V de Cramer*: sexo = 0,09; região = 0,15 e tipo de programação = 0,08. *Rho de Spearman*: grupos de idade = 0,12 e classe social = 0,06.
Base: Ouvintes de rádio local.

Por sexo, os homens têm uma ligação temporal maior com a rádio local que costumam ouvir, 67,9% deles referem que há mais de cinco anos ouvem aquela rádio; no caso das mulheres, são 59,8%.

Quanto à idade, como é esperado, os mais novos tendem a ter uma relação com a rádio mais recente; já os indivíduos com mais de 34 anos têm uma relação temporal maior.

Relativamente à classe social, as diferenças não são muito expressivas, mais de 63% dos ouvintes referem ouvir a rádio há mais de cinco anos, com exceção da classe social média alta (B) que apresenta um peso relativo desta categoria inferior a 55%.

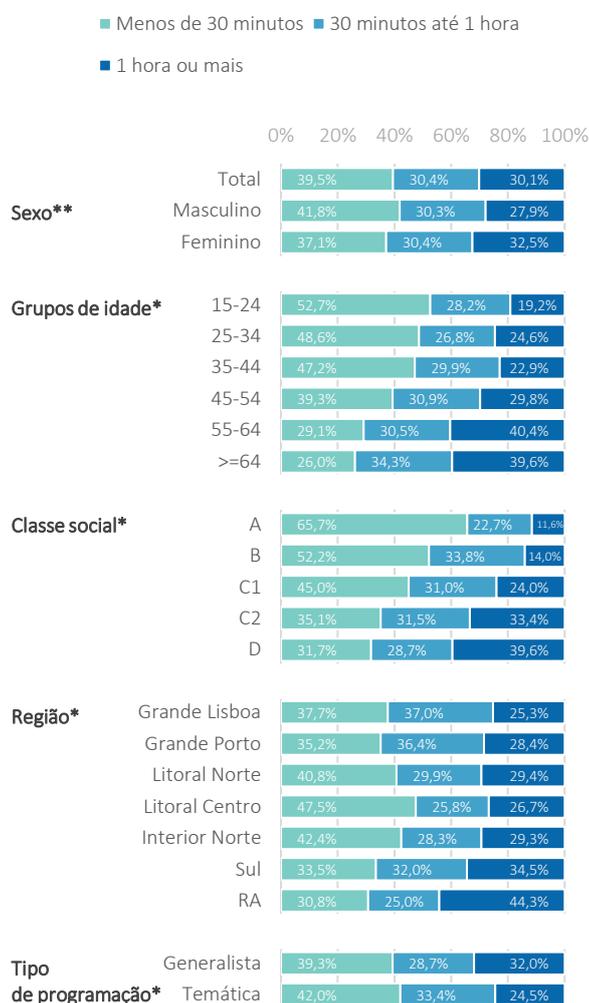
Por região, destacam-se as regiões autónomas com 74,0% dos ouvintes que ouvem a rádio há mais de cinco anos, seguindo-se as regiões do Interior Norte, Sul e Litoral Centro com maior peso relativo de ouvintes com mais anos a ouvir a rádio local.

No que diz respeito ao tipo de programação, os ouvintes que referiram uma rádio local generalista têm mais anos ouvindo a sua rádio quando comparados com os ouvintes que mencionaram uma rádio local temática.

Tempo médio diário de escuta

Em termos globais, o tempo médio mais frequente de escuta diária de rádio local é de menos de 30 minutos, 39,5% dos ouvintes referem-no. No entanto, os valores desagregados mostram comportamentos diferentes, principalmente consoante a idade e a classe social.

Figura 45 – Tempo médio de escuta diária de rádio local, por sexo, grupos de idade, classe social, região e tipo de programação



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. *V de Cramer*: sexo = 0,06; região = 0,10 e tipo de programação = 0,07. *Rho de Spearman*: grupos de idade = 0,21 e classe social = 0,21.
Base: Ouvintes de rádio local.

Por sexo, a maioria dos respondentes indica que o tempo médio de escuta é inferior a 30 minutos, com destaque para o peso relativo dos homens, que representa 41,8%. Por seu turno, a análise da categoria de tempo médio mais longo permite afirmar que as mulheres dedicam mais tempo a ouvir rádio, 32,5% delas afirmam ouvir em média 1 hora ou mais e os homens 27,9%.

Por escalão etário, quanto maior o escalão, menor é o peso relativo de ouvintes com o tempo médio de escuta inferior a 30 minutos, por outras palavras, à medida que avança o intervalo de idade aumenta o tempo médio de escuta diária. No caso do grupo etário mais jovem, dos 15 aos 24 anos, 52,7% refere ouvir em média menos de 30 minutos e 19,2% escuta 1 hora ou mais; já o grupo de mais de 64 anos, 26,0% escuta em média menos de 30 minutos e 39,6% dedica 1 hora ou mais.

Por classe social, verifica-se que à medida que desce a classe social os tempos médios mais longos aumentam o peso relativo, em detrimento do peso do tempo médio mais curto, ou seja, as classes sociais mais baixas tendem a dedicar mais tempo a ouvir rádio local, considerando o escalão de tempo mais longo, 1 hora ou mais, a classe social alta (A) reúne 11,6%, mas na classe social baixa (D) esta categoria aumenta o seu peso reunindo 39,6% dos ouvintes.

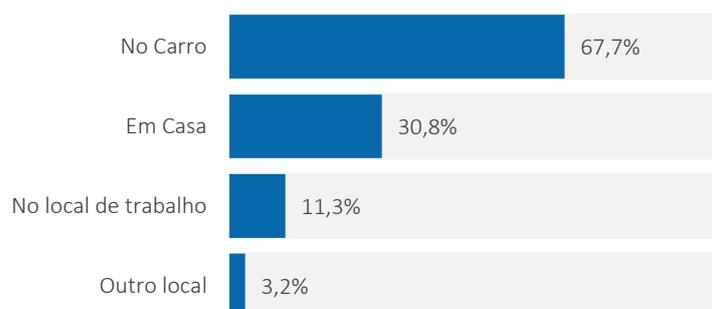
Quanto à região, os ouvintes das ilhas e do Sul dedicam mais tempo a ouvir a rádio local, 44,3% e 34,5%, respetivamente, refere ouvir em média 1 hora ou mais; por seu turno, o Litoral Centro é a região com maior percentagem de ouvintes que dedicam menos tempo, 47,5% destes ouvintes despendem menos de 30 minutos.

Por tipo de programação, observa-se que os ouvintes de rádios locais generalistas tendem a ouvir a sua rádio por mais tempo quando comparados com os ouvintes de rádios locais temáticas.

Locais de escuta

O carro é o local onde mais se ouve rádio, 67,7% dos ouvintes têm este hábito; a casa surge como o segundo lugar com maior representação, 30,8%.

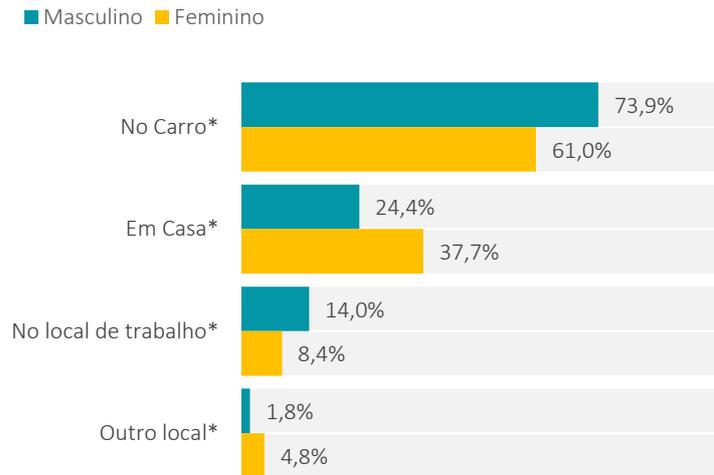
Figura 46 – Locais de escuta de rádio local



Base: Ouvintes de rádio local.

A análise pelas variáveis sociodemográficas e o tipo de programação da rádio mais ouvida, com exceção da idade, demonstra as tendências globais: o carro é o local de escuta mais comum, seguido da casa e do local de trabalho.

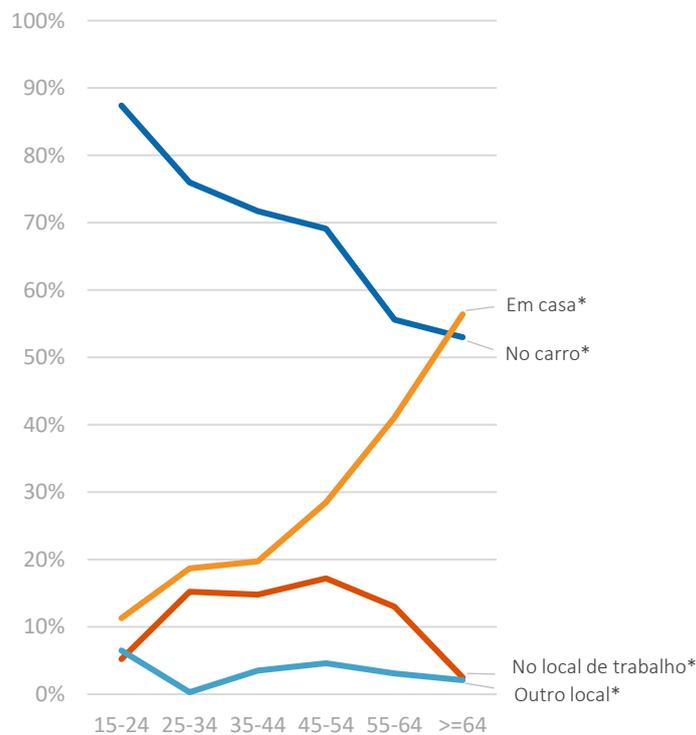
Figura 47 – Locais de escuta de rádio local, por sexo



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo c.24.
Base: Ouvintes de rádio local.

A escuta no carro e no local de trabalho é mais frequente nos homens; por seu turno, o peso relativo de escuta em casa e noutros locais é maior nas mulheres.

Figura 48 – Locais de escuta de rádio local, por grupos de idade

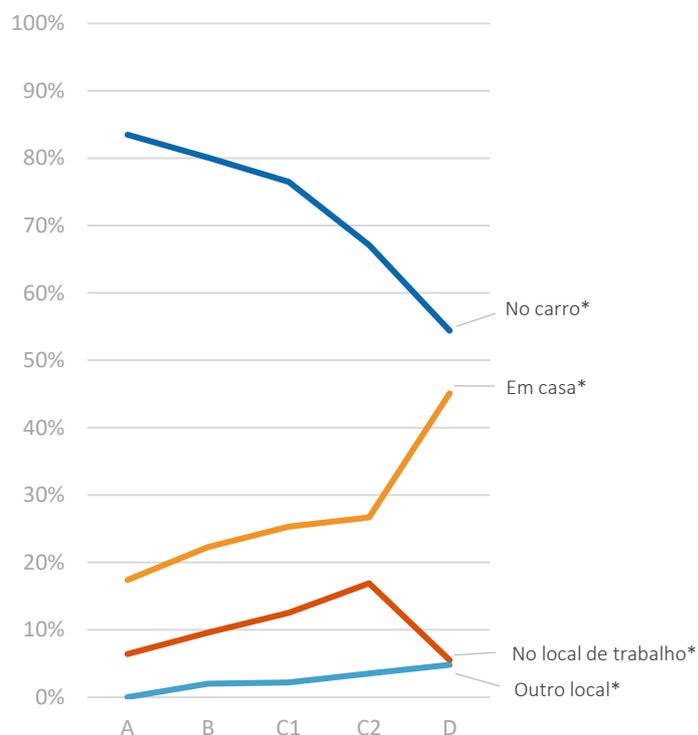


* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.25.
Base: Ouvintes de rádio local.

Quanto à idade, o peso relativo de escuta no carro diminui e na casa aumenta à medida que avança o intervalo de idade. A casa é o local mais influenciado pela idade, posicionando-se no primeiro local

de escuta para os indivíduos com mais de 64 anos. A escuta no trabalho é menor nos escalões etários extremos, ou seja, no mais jovem e no mais velho.

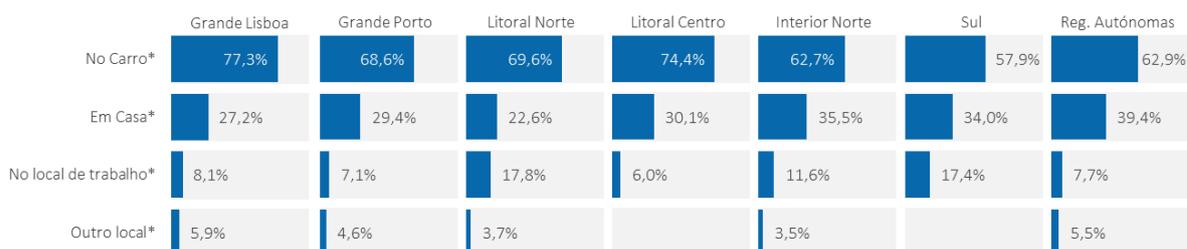
Figura 49 – Locais de escuta de rádio local, por classe social



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.26.
Base: Ouvintes de rádio local.

Por classe social, o carro posiciona-se como o local com maior peso relativo para todas as classes sociais; contudo, observa-se que o carro diminui o seu peso à medida que desce a classe social enquanto a casa aumenta.

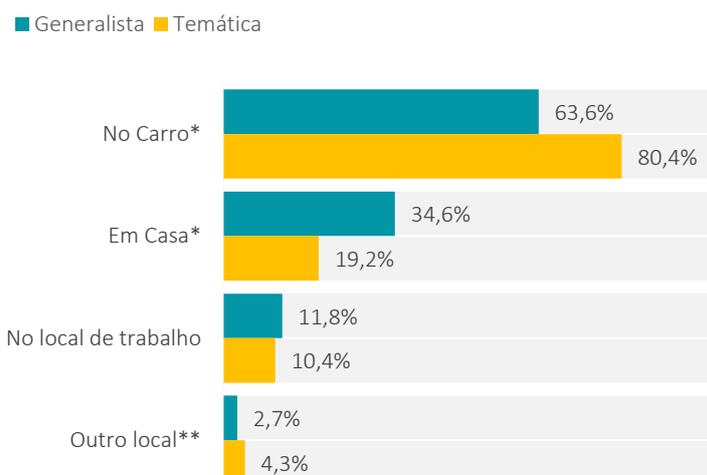
Figura 50 – Locais de escuta de rádio local, por região



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.27.
Base: Ouvintes de rádio local.

Relativamente à região, as regiões do litoral – a Grande Lisboa, o Grande Porto, o Litoral Norte e o Litoral Centro – apresentam o maior peso de ouvintes que costumam ouvir rádio no carro; já nas ilhas e nas regiões do interior – o Interior Norte e o Sul – a percentagem de ouvintes em casa é maior que nas restantes.

Figura 51 – Locais de escuta de rádio local, por tipo de programação



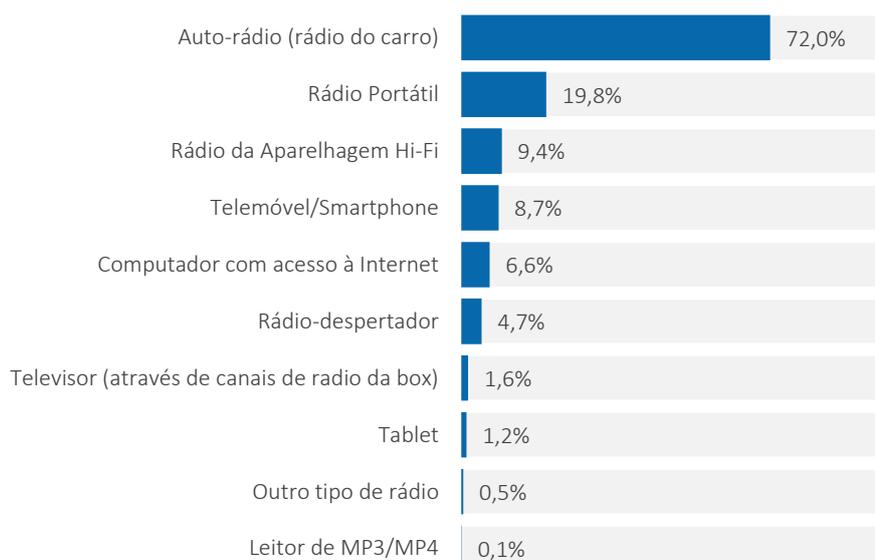
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$ Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.28.
Base: Ouvintes de rádio local.

Por tipo de programação, o carro tem maior representação nos ouvintes de rádios locais temáticas; já a casa obtém maior relevância nos ouvintes de rádio locais generalistas. Quanto ao local de trabalho, não há diferenças no comportamento dos ouvintes.

Equipamentos de escuta

No que diz respeito aos equipamentos de escuta utilizados para ouvir a rádio local mais ouvida, o auto-rádio sobressai como o dispositivo com maior utilização, representando 72,0%; o rádio portátil é o segundo com 19,8%. Os restantes suportes apresentam valores inferiores a 10%.

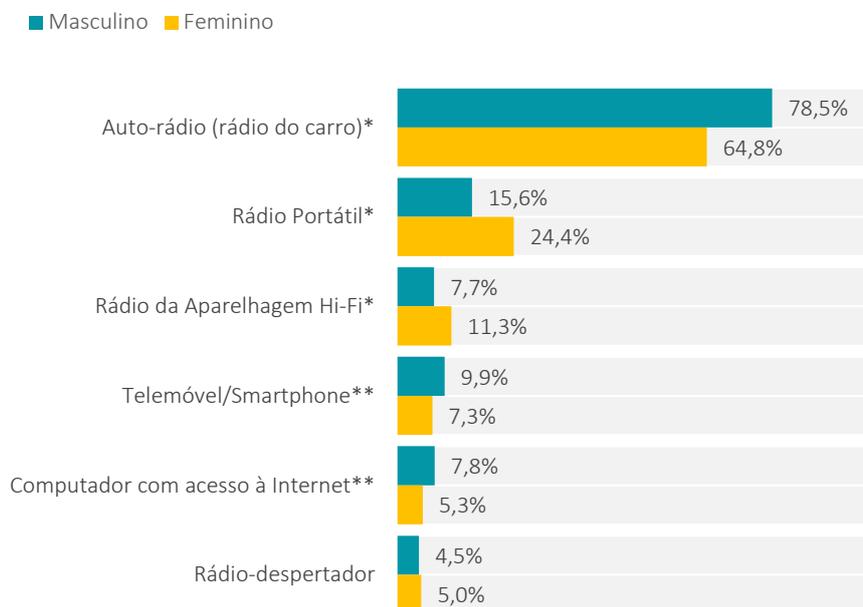
Figura 52 - Equipamentos de escuta de rádio local



Base: Ouvintes de rádio local.

O auto-rádio surge como o mais utilizado consoante as características sociodemográficas e o tipo de programação. Salienta-se que o uso de determinados dispositivos está relacionado com o local de escuta.

Figura 53 - Equipamentos de escuta de rádio local, por sexo



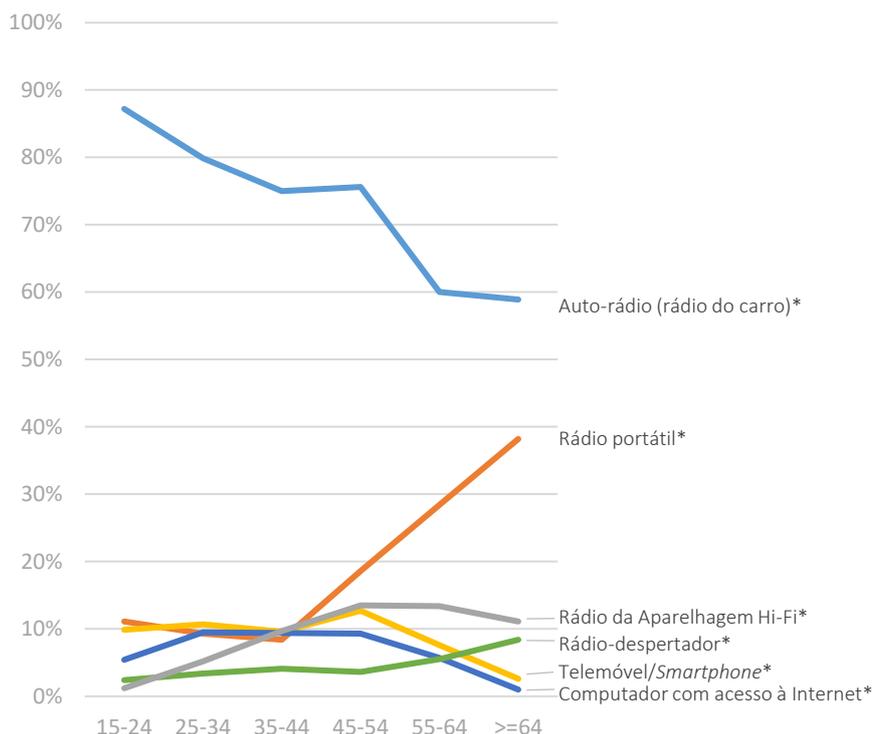
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.29.

Nota: Apresentam-se os equipamentos com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Por sexo, o peso relativo do auto-rádio no grupo dos homens é maior, 78,5% deles indicam utilizar este equipamento; no caso das mulheres, 64,8% refere este dispositivo. Por seu lado, o rádio portátil regista a maior percentagem de uso no grupo feminino, 24,4% delas costuma usar este suporte enquanto nos homens este representa 15,6%. O uso do rádio-despertador não é influenciado pelo sexo do ouvinte.

Figura 54 - Equipamentos de escuta de rádio local, por grupos de idade



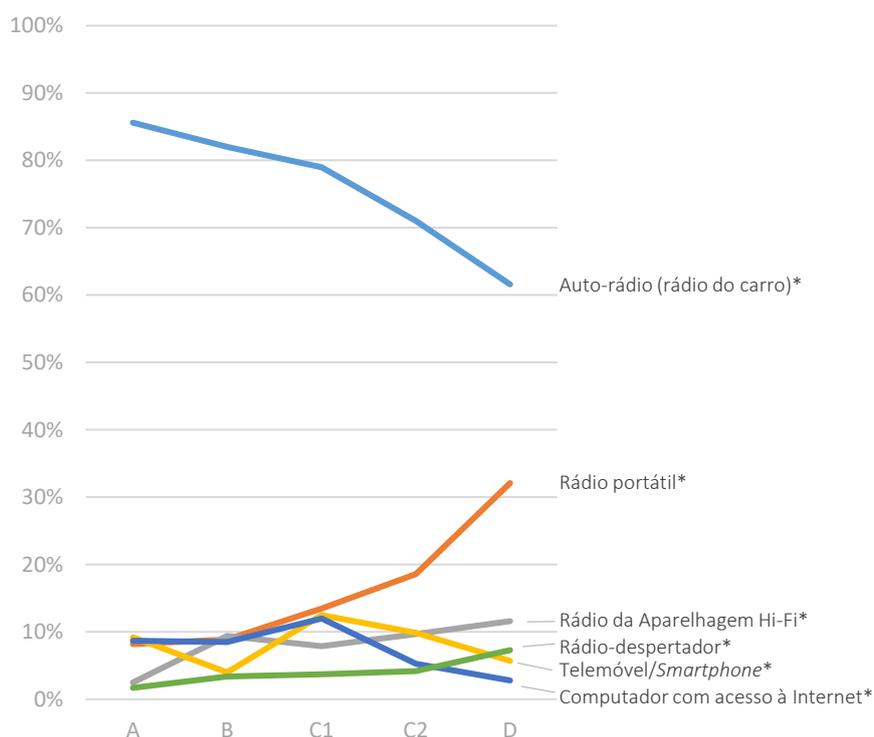
* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.30.

Nota: Apresentam-se os equipamentos com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Na análise por grupos de idade, os escalões mais jovens tendem a usar mais o auto-rádio do que os escalões etários mais velhos, nestes o rádio portátil, apesar de não ultrapassar o auto-rádio, aumenta o seu peso. O mesmo se observa com a aparelhagem de Hi-Fi e do rádio-despertador, sendo os mais velhos os que registam a maior afinidade por estes suportes. O uso do telemóvel/*smartphone* é menor nos dois escalões mais velhos. O computador é mais utilizado pelas pessoas com idades entre os 25 e os 54 anos.

Figura 55 - Equipamentos de escuta de rádio local, por classe social



* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.31.

Nota: Apresenta-se os equipamentos com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Em relação à classe social, o uso do auto-rádio diminui à medida que desce a classe social; já o rádio portátil aumenta a sua expressão nas classes sociais mais desfavorecidas. A aparelhagem Hi-Fi e o rádio-despertador mostram maiores percentagens de utilização na classe social baixa (D). Já o telemóvel/smartphone e o computador destacam-se na classe social média (C1).

Figura 56 - Equipamentos de escuta de rádio local, por região

	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Reg. Atuónomas
Auto-rádio (rádio do carro)*	80,2%	71,6%	72,8%	78,1%	66,7%	63,7%	72,9%
Rádio Portátil*	11,1%	13,7%	19,0%	13,8%	24,1%	29,1%	29,0%
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	8,4%	12,4%	9,8%	5,1%	8,0%	12,9%	14,1%
Telemóvel/Smartphone**	8,8%	7,3%	10,6%	7,5%	10,6%	5,5%	6,5%
Computador com acesso à Internet*	11,0%	6,1%	7,3%	5,4%	5,5%	3,8%	7,6%
Rádio-despertador**	3,5%	4,7%	3,4%	6,8%	5,9%	2,3%	6,5%

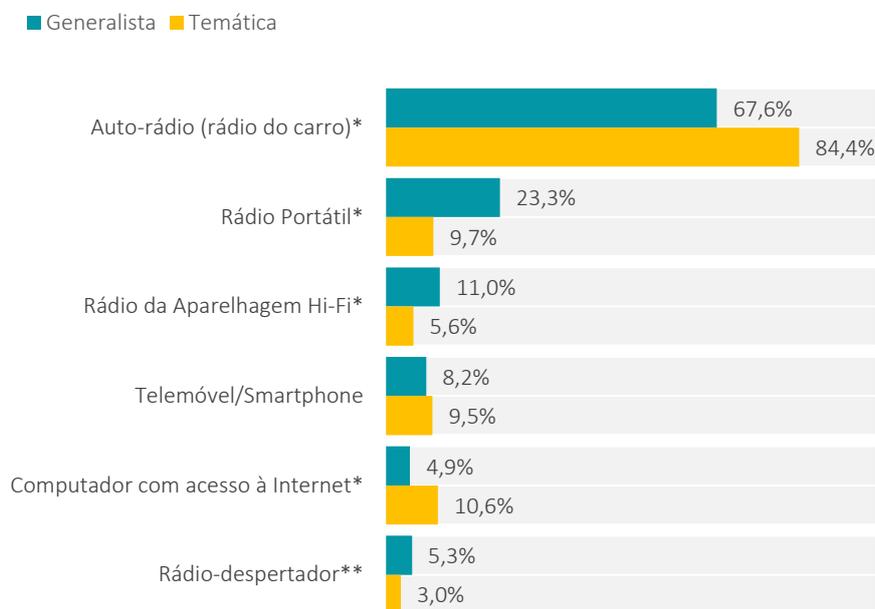
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.32.

Nota: Apresenta-se os equipamentos com 30 casos ou mais.

Base: Ouvintes de rádio local.

Por seu turno, as regiões com maior uso do auto-rádio são as regiões do litoral e as ilhas; já o rádio portátil apresenta maiores frequências no Sul, no Interior Norte e nas regiões autónomas. Com percentagens menos expressivas, o computador destaca-se na Grande Lisboa e o telemóvel/*smartphone* no Litoral Norte e no Interior Norte.

Figura 57 - Equipamentos de escuta de rádio local, por tipo de programação



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.33.

Nota: Apresentam-se os equipamentos com 30 casos ou mais.

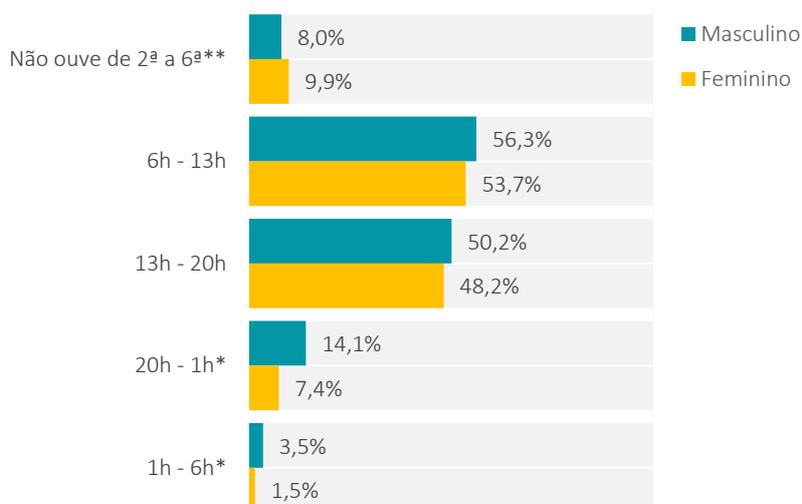
Base: Ouvintes de rádio local.

A grande maioria dos ouvintes de rádio local temática tende a ouvir mais a sua rádio através do auto-rádio (84,4%), seguem-se com valores muito próximos a 10%: o computador (10,6%), o rádio portátil (9,7%) e o telemóvel/*smartphone* (9,5%). Entre os ouvintes que referiram uma rádio local generalista, o auto-rádio também se posiciona como o suporte mais usado (67,6%), mas o rádio portátil ainda é considerada por cerca de um quarto destes ouvintes (23,3%), sendo o segundo dispositivo com maior afinidade, e a aparelhagem Hi-Fi o terceiro (11,0%). O uso do telemóvel/*smartphone* não é influenciado pelo tipo de programação.

Horários de escuta

A rádio local é mais ouvida de segunda a sexta-feira, sendo os períodos diurnos, das 6 horas às 13 horas e das 13 horas às 20 horas, os que reúnem as maiores percentagens de ouvintes. Observam-se comportamentos diferentes segundo as características sociodemográficas e o tipo de programação, destacando-se a idade, a região e o tipo de programação da rádio local.

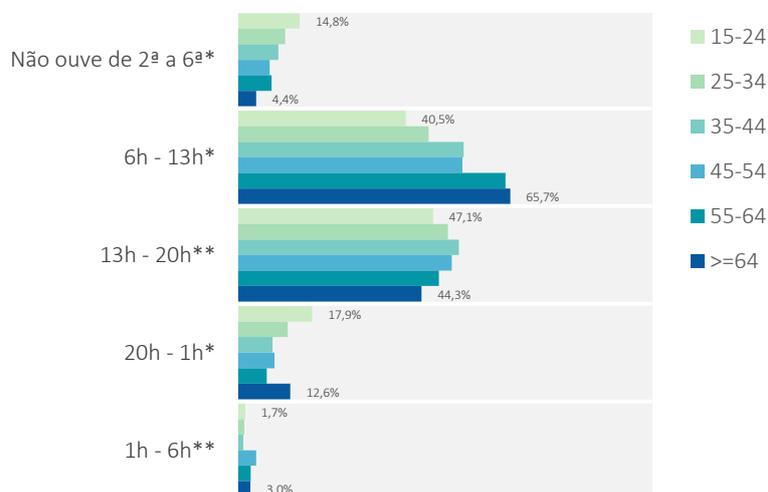
Figura 58 - Horário de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local, por sexo



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.34.
Base: Ouvintes de rádio local.

Os horários de escuta durante estes dias são similares independentemente do sexo dos ouvintes. A maioria costuma ouvir a rádio de manhã, seguindo-se o período da tarde como o segundo mais referido. Por seu lado, os períodos noturnos são mais expressivos no grupo dos homens.

Figura 59 - Horário de escuta de 2ª a 6ª feira da rádio que ouve com maior frequência, por grupos de idade



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.35.

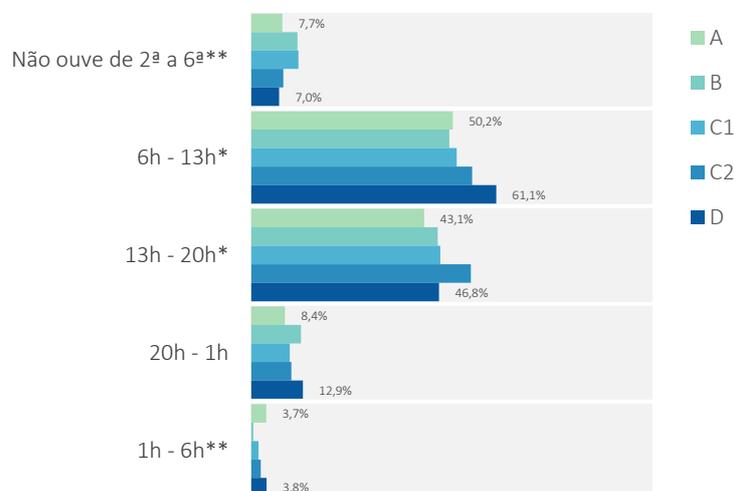
Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve de 2ª a 6ª feira* e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o *Rho de Spearman*.

Base: Ouvintes de rádio local.

Por grupos de idade, o peso relativo de ouvintes no período da manhã sobressai nos dois escalões mais velhos; já o período da tarde destaca-se nos três escalões de ouvintes mais jovens. Os ouvintes

dos 15 aos 24 anos apresentam o maior peso relativo do período noturno das 20 horas à 1 hora da manhã (17,9%). Também este grupo etário apresenta a maior percentagem de não ouvintes durante os dias da semana, de segunda a sexta-feira (14,8%).

Figura 60 - Horário de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local, por classe social



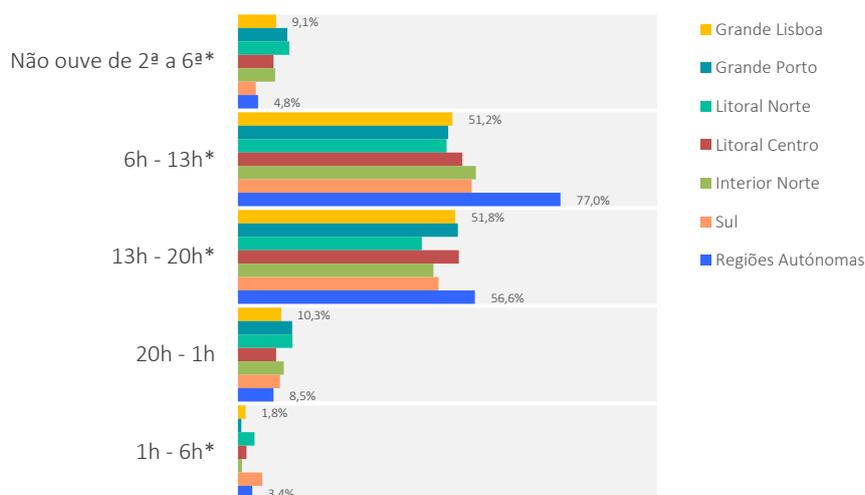
* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.36.

Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve de 2ª a 6ª feira* e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o *Rho de Spearman*.

Base: Ouvintes de rádio local.

Quanto às classes sociais, verificam-se as tendências globais: maior peso relativo no período da manhã, seguido do período da tarde. Por outro lado, a percentagem de ouvintes do horário da manhã tende a aumentar à medida que desce a classe social.

Figura 61 - Horário de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local, por região

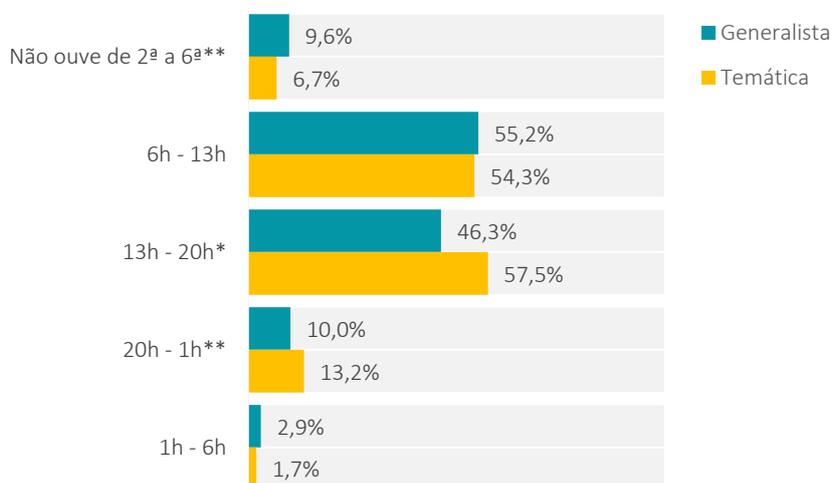


* $p < 0,001$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.37.

Base: Ouvintes de rádio local.

Em relação às regiões, a escuta de rádio no horário da manhã destaca-se nas ilhas, no Sul, no Interior Norte e no Litoral Centro. Quanto ao grupo de não ouvintes de segunda a sexta-feira sobressaem as regiões Grande Lisboa, Grande Porto e Litoral Norte.

Figura 62 - Horário de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local, por tipo de programação

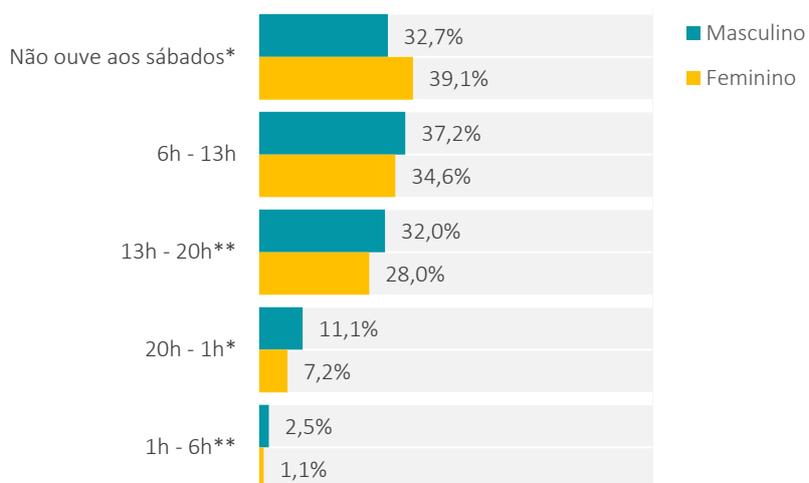


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.38.
Base: Ouvintes de rádio local.

Verificam-se comportamentos diferentes dos ouvintes em função do tipo de programação da rádio que ouve com maior frequência. Apesar de os horários diurnos manterem a sua relevância em ambos os tipos de programação, os ouvintes de rádio local generalista tendem a ouvi-la mais no período da manhã, enquanto entre os ouvintes de rádio local temática a escuta no período da tarde é superior ao registado no período da manhã. É também neste grupo de ouvintes que se verifica a maior percentagem de escuta no horário noturno, das 20 horas à 1 hora da manhã.

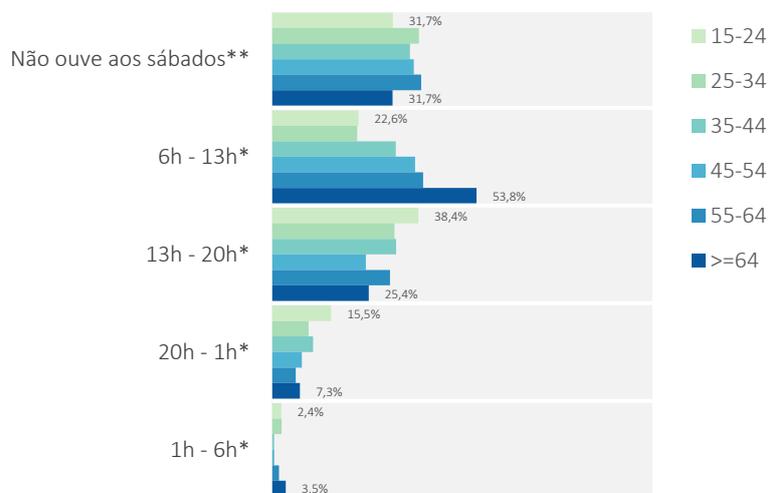
No que se refere à escuta de rádio local ao sábado, regista-se um aumento de ouvintes que não ouvem a sua rádio neste dia da semana. Os períodos diurnos são os mais ouvidos, mas estes diminuem comparativamente com os observados de segunda a sexta-feira. Em termos globais, se durante a semana os períodos diurnos das 6 horas às 13 horas e das 13 horas às 20 horas reúnem 58,7% e 52,5% dos ouvintes, respetivamente; ao sábado o peso desce para 38,2% e 32,0%.

Figura 63 - Horário de escuta ao sábado de rádio local, por sexo



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.39. Base: Ouvintes de rádio local.

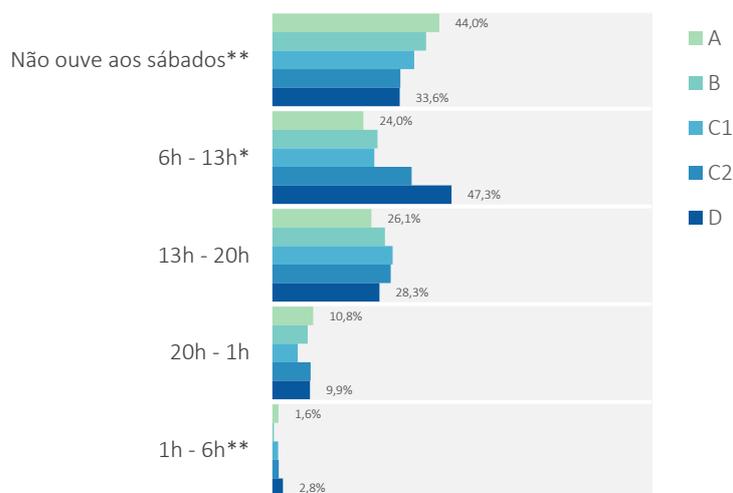
Figura 64 - Horário de escuta ao sábado de rádio local, por grupo de idade



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.40.

Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve aos sábados* e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o *Rho de Spearman*. Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 65 - Horário de escuta ao sábado de rádio local, por classe social

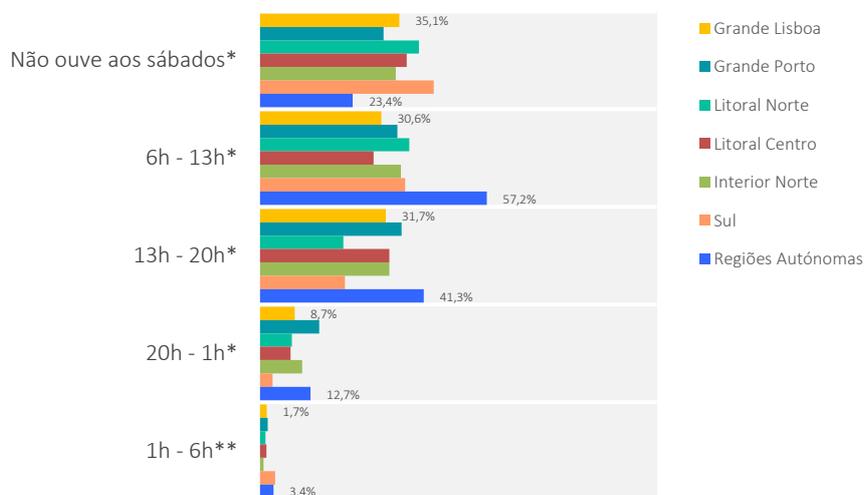


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.41.

Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve aos sábados* e a classe social; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e a classes social considerou-se o *Rho de Spearman*.

Base: Ouvintes de rádio local.

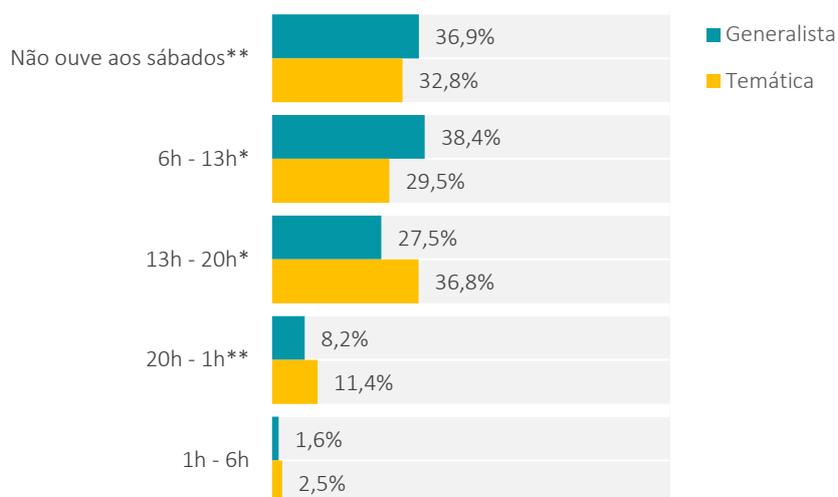
Figura 66 - Horário de escuta ao sábado de rádio local, por região



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.42.

Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 67 - Horário de escuta ao sábado de rádio local, por tipo de programação

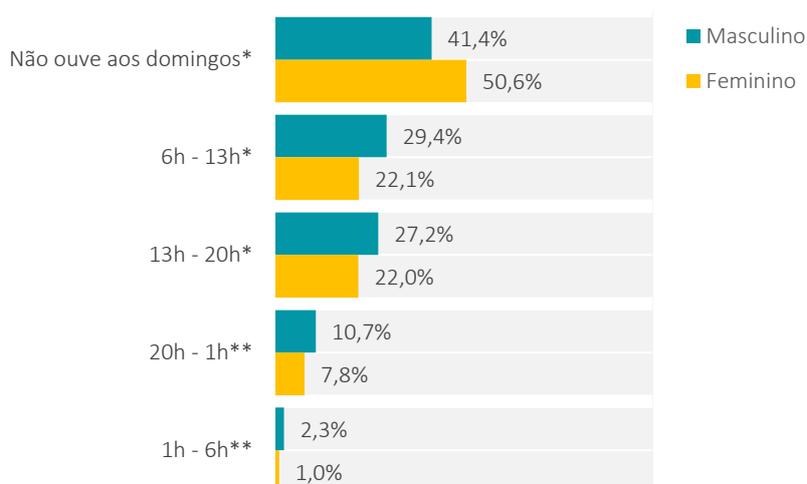


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.43.
Base: Ouvintes de rádio local.

As tendências identificadas na escuta de segunda a sexta-feira não variam ao sábado, com exceção da classe social, em que o peso relativo dos que não ouvem diminui à medida que decresce a classe social.

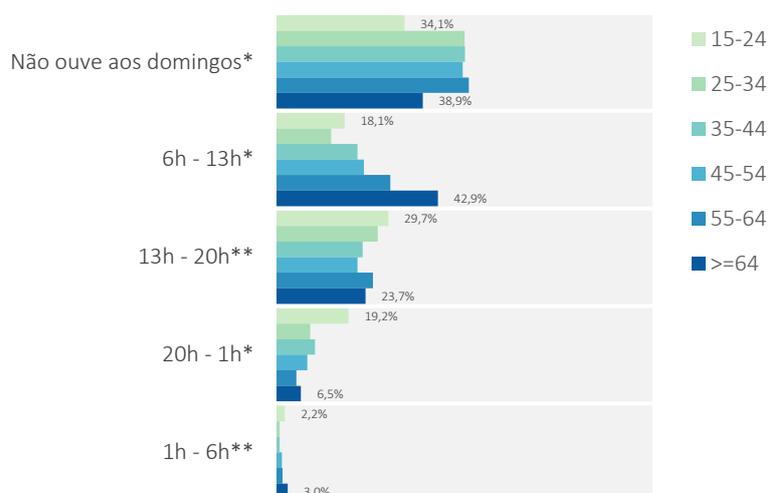
O domingo é o dia da semana com maior percentagem de não ouvintes de rádio local, 48,8% refere não ouvir a sua rádio neste dia. Tal como na escuta dos outros dias da semana já referidos, os horários diurnos reúnem a maioria dos ouvintes que ouvem rádio ao domingo, 27,6% ouve das 6 horas às 13 horas e 26,3% das 13 horas às 20 horas.

Figura 68 - Horário de escuta ao domingo de rádio local, por sexo



* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.44.
Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 69 - Horário de escuta ao domingo de rádio local, por grupos de idade

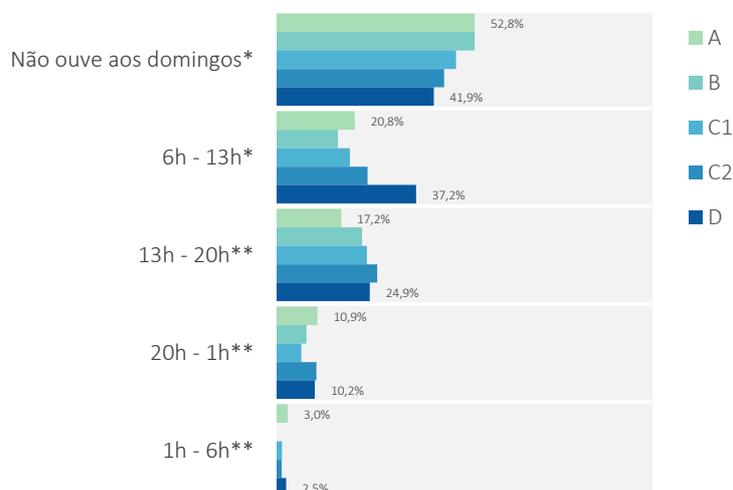


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.45.

Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve aos domingos* e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o *Rho de Spearman*.

Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 70 - Horário de escuta ao domingo de rádio local, por classe social

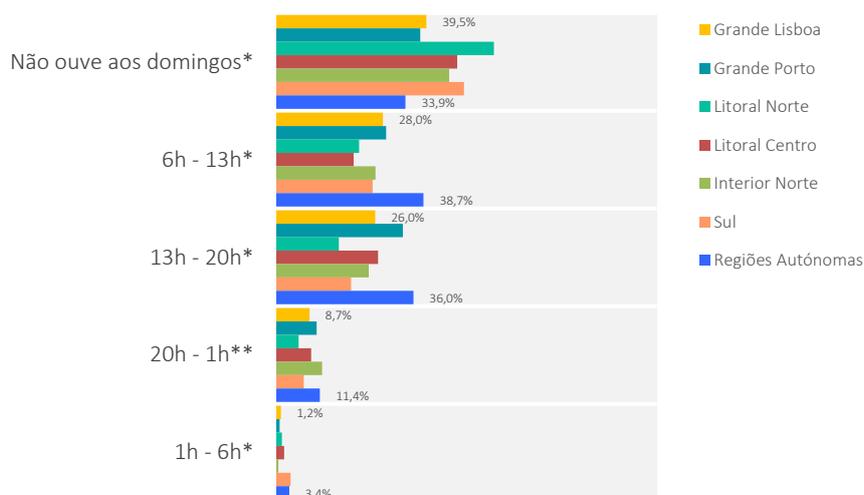


* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* e o coeficiente de correlação *Rho de Spearman* são apresentados no anexo C.46.

Nota: Aplicou-se o *V de Cramer* para avaliar a relação entre a categoria *Não ouve aos domingos* e a classe social; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e a classes social considerou-se o *Rho de Spearman*.

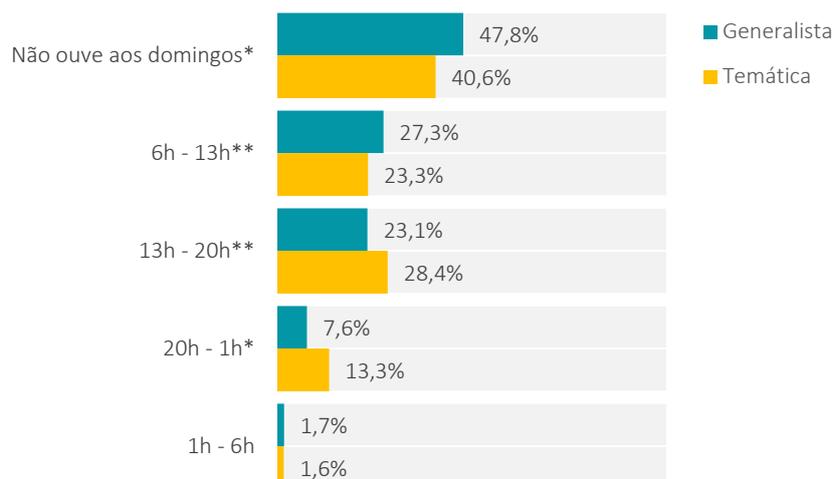
Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 71 - Horário de escuta ao domingo de rádio local, por região



*p<0,001; **p<0,05. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.47. Base: Ouvintes de rádio local.

Figura 72 - Horário de escuta ao domingo de rádio local, por tipo de programação



*p<0,001; **p<0,05. Os valores do coeficiente de associação *V de Cramer* são apresentados no anexo C.48. Base: Ouvintes de rádio local.

As principais diferenças quando comparados com os outros dias da semana observam-se na análise por grupos de idade, classe social e região. Quanto à idade, a escuta no horário da tarde sobressai nos ouvintes com idades entre os 15 e os 34 anos; o horário da manhã é mais frequente nos ouvintes com mais de 45 anos. As classes sociais alta (A) e baixa (D) tendem a ouvir rádio no período da manhã, nas restantes classes o período da tarde regista a maior percentagem de escuta. Por região, a escuta no horário da manhã é superior ao da tarde, exceto no Grande Porto e no Litoral Centro, onde acontece o contrário.

CONCLUSÕES GERAIS

Podemos concluir que, para todos os grupos auscultados neste estudo, predomina a percepção de que a rádio local perdeu importância relativa perante outros meios de comunicação. Os especialistas assim o afirmam, e tanto a população como as organizações locais privilegiam, nas suas práticas de comunicação, outros meios de comunicação. Ainda assim, persiste o entendimento de que a rádio local continua a ser relevante e que, quando efetivamente ofereça conteúdos de proximidade, desempenha um papel de interesse público nas localidades onde está presente.

À percepção de perda de vitalidade da rádio local associa-se um sentimento de empobrecimento do espaço mediático e de maior vulnerabilidade dos territórios de baixa densidade. As visões sobre a rádio local, quer de especialistas quer de organizações locais e da população, refletem uma representação do país atravessado longitudinalmente por uma divisão entre o litoral urbano, povoado e mais rico, e o interior despovoado e com menor vitalidade económica.

Da avaliação do setor pelos especialistas e organizações, sobressai uma percepção de estado de crise em duas dimensões. Por um lado, de crise económica, relacionada com a sustentabilidade dos operadores de rádio local, sobretudo dos independentes de grupos de comunicação. Por outro lado, de crise da programação e da informação local, ou seja, daquilo que é visto por muitos como o traço definidor e distintivo da rádio local: os conteúdos de proximidade.

Importa relacionar as conclusões deste volume com as da primeira parte do estudo. Recorde-se que este estudo, no seu conjunto, corresponde a dois objetivos gerais, apresentados na introdução do primeiro volume (2022, p. 9): conhecer a realidade nacional do setor e a sua evolução numa década – sendo esse o propósito do primeiro volume – e fazer a sua avaliação no terreno, através da auscultação aos atores locais (populações, organizações da sociedade civil e autarquias) – objetivo do segundo volume.

Em que medida as conclusões das duas partes do estudo, que logicamente refletem as percepções e interesses dos atores auscultados em cada uma, convergem e em que aspetos parecem conflitar? O que equivale a perguntar, como se conciliam os interesses das empresas do setor com o interesse público da sociedade?

Relativamente às conclusões de natureza económica, de acordo com o primeiro volume, o conjunto mais numeroso no setor é composto por operadores de menor dimensão, “onde é maior a probabilidade de encontrar associações e cooperativas, desenvolvendo a atividade radiofónica no concelho de licenciamento dos serviços de programas” (2022, p. 20). São “estruturas locais, com menor capacidade de captação de mercado, quer em termos de audiências, quer publicitários, com

recursos humanos e técnicos mais limitados, encontram-se numa posição de maior fragilidade tanto económica quanto perante putativos poderes de influência” (2022, p. 20). Esta conclusão converge com a perceção dominante, quer dos especialistas, quer das organizações da sociedade civil. As duas partes do estudo reforçam-se mutuamente quanto ao diagnóstico de fragilidade acentuada da parte do setor radiofónico local composta por operadores independentes de grupos económicos.

Um aspeto saliente daquela crise é o que se prende com a qualificação e a empregabilidade. No presente volume, entre os especialistas e nas respostas qualitativas de algumas organizações, destaca-se o tema da escassez de meios económicos das rádios para assegurar a contratação de profissionais, em particular de jornalistas. Outro tema prende-se com as carências de formação, pelos mesmos motivos. Entre as organizações que expressaram a intenção de vir a constituir uma rádio, a falta de recursos humanos surge mesmo como um dos maiores obstáculos identificados. Cruzando estes dados com o inquérito aos operadores apresentado no primeiro volume, importa notar que mais de metade dos operadores indicaram que o salário médio mensal pago aos seus trabalhadores com vínculo situou-se entre 500€ e 750€, o que confirma a informação de alguns especialistas. Neste inquérito, entre as maiores dificuldades e constrangimentos ao funcionamento do meio foi identificada a contratação e fixação de recursos humanos. Como se afirma nesse relatório, a “carência de meios humanos e a dificuldade de os fixar tornam-se uma consequência da escassez de receitas. Para alguns inquiridos, só com voluntariado se consegue manter um projeto destes no interior” (2022, p. 371).

Outra das conclusões do primeiro volume indica que, através da atividade regulatória, é possível aferir “o dinamismo do setor, sobretudo nos primeiros anos de vigência do atual regime jurídico, com incidência sobretudo em alterações de domínio, cessões, modificações de projeto e transmissão em cadeia” (2022, p. 19). Ressalva-se porém que este cenário, ainda que alinhado com objetivos de estímulo económico e de conformação às exigências do setor, subjacentes à lei de 2010, poderá representar prejuízo para a identidade local da programação e da informação, ou seja, poderá fragilizar a efetivação do princípio do pluralismo.

Com efeito, a análise realizada neste volume confirma as preocupações que a primeira parte do estudo aflorou quanto aos reflexos daquela lei (e das anteriores) na oferta de conteúdos. Considera-se que o quadro legal contribuiu para o declínio do localismo, através de normas facilitadoras de concentração, de associações e parcerias e de deslocalização da produção que não foram acompanhadas por correspondentes garantias de manutenção do vínculo às comunidades locais.

No que se refere à atuação da ERC, este diagnóstico pode ajudar a perceber, perante requerimentos para alteração de projetos submetidos ao regulador, a necessidade de fazer depender a autorização da efetiva concretização de compromissos que representem o vínculo de proximidade.

Uma maior atenção às necessidades locais poderá também ter como efeito facilitar uma futura reorganização do mapa do espectro, conforme sugerido pelos especialistas, com vista a possibilitar a concessão de micro-frequências a novos projetos que pretendam emitir em FM, ideia que se inscreve numa visão de revitalização do princípio de proximidade.

Com efeito, os especialistas consideram essencial reaproximar as rádios locais das suas comunidades, com particular atenção a projetos desenvolvidos em contexto escolar (do ensino básico ao superior), como forma de renovação de audiências, de futuros profissionais e de reforço da proximidade e da originalidade dos conteúdos produzidos. Não apenas os especialistas como também as organizações e as populações entendem que há margem para que as rádios desempenhem nas suas comunidades um papel mais dinâmico; será importante por isso, na estratégia pública para o setor, incluindo através das necessárias alterações legislativas, incentivar essa vertente de proximidade das rádios. Esta ideia vai ao encontro da polissemia do modelo de comunicação social de proximidade:

Para lá das dimensões geográficas, surge um novo tipo de território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação, etc. Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física. São elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter (Peruzzo, 2005, p. 74).

Sem dúvida que, para os especialistas, a rádio hertziana continua a ser a forma de assegurar o acesso universal, mas o reforço da presença digital é visto como vital no quadro de uma estratégia futura. No mesmo sentido, os inquéritos à população e às organizações confirmam a importância da Internet nas práticas de comunicação: veja-se como as redes sociais e os *sites* de meios de comunicação são, para a população, os principais meios de informação local e regional; por seu turno, no inquérito às organizações, os meios próprios (sobretudo digitais) são a principal forma de comunicação das organizações.

Se para impulsionar as emissões *online* o projeto ROLI foi relevante, hoje o principal desafio será adaptar a oferta radiofónica de proximidade a um ambiente digital mais complexo e variado quanto ao tipo de conteúdos oferecidos, orientados cada vez mais para um modelo não-linear.

Outro aspeto abordado nesta parte do estudo foi o financiamento público, do qual emergiram várias linhas de intervenção possíveis. Uma delas prende-se com a distribuição mais equilibrada do investimento do Estado enquanto anunciante, o que poderia ser conseguido pela revisão do *regime de publicidade institucional do Estado* para abranger as autarquias no conjunto de entidades promotoras de campanhas. Tendo inquirido as autarquias quanto a esta possibilidade, as respostas foram maioritariamente positivas, salientando a sua proximidade à população. Por um lado, as autarquias consideram que as campanhas de publicidade institucional seriam benéficas para o seu contacto com a população, por outro lado vêem essa descentralização como meio de maior justiça territorial no investimento publicitário.

Quanto ao *financiamento autárquico*, ainda que especialistas e organizações reconheçam a sua relevância, alertam para a necessidade de ser regulamentado, para maior transparência, por se entender que a independência das rádios é um princípio superior a proteger (esta questão já vem sendo debatida desde o processo legislativo iniciado em 1983²⁴, ou seja, antes mesmo da legalização das rádios locais). No inquérito às organizações é perceptível uma grande valorização deste princípio, com as associações e as próprias autarquias a alertar para os riscos de instrumentalização das rádios perante uma excessiva dependência financeira do poder local. Face a este risco, alguns especialistas consideram importante pugnar para que o apoio financeiro das câmaras municipais às rádios seja sujeito a aprovação em assembleia municipal por maioria de dois terços.

Na perceção da independência das rádios locais, de uma forma geral, tanto os ouvintes como as organizações avaliam positivamente a autonomia face aos poderes político, religioso e, no caso das organizações, também económico. Ou seja, predomina a perceção de que, até agora, as rádios têm conseguido manter a sua independência mas que esta é um princípio frágil, que importa salvaguardar.

²⁴ Projeto de Lei sobre serviços locais de radiodifusão n.º 252/III de 26 de novembro de 1983.

RECOMENDAÇÕES

As principais conclusões resultantes das diferentes linhas de trabalho – auscultação de especialistas, inquérito à sociedade civil e autarquias e inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local – permitem fazer um conjunto de recomendações no sentido de reforçar o carácter de proximidade da rádio local.

Estas decorrem da verificação de que o papel da rádio local na sociedade é tanto mais relevante quanto mais a sua oferta se diferencie, no panorama mediático, pelo localismo dos conteúdos.

Por outro lado, constatou-se que a evolução da rádio poderá passar pela diversificação da oferta, no sentido de oferecer conteúdos de proximidade não apenas de base geográfica mas de afinidades socioculturais.

As recomendações apresentadas de seguida são de ordem legislativa (eventuais alterações à Lei da Rádio), executiva (apontando rumos para políticas de apoio) e tecnológica (ligadas à gestão do espectro radioelétrico).

Assim, recomenda-se,

Na esfera legislativa:

1. Mitigar, em futuros processos de alteração legislativa, a desafetação das rádios locais às áreas geográficas para que foram licenciadas, permitida pelas revisões da Lei da Rádio ocorridas em 2001 e 2010 – designadamente através de normas facilitadoras de concentração, de associações e parcerias e de deslocalização da produção sem as correspondentes garantias de manutenção do vínculo às comunidades locais – por se ter verificado que o declínio de localismo na programação da rádio local, ocorrido nas últimas décadas, está relacionado com esta orientação;
2. Regular o financiamento autárquico das rádios, por se ter verificado que as câmaras municipais são tendencialmente o ator local com relação mais próxima à rádio local, que em muitos casos contribui já para o seu financiamento (através de compra de publicidade e outros tipos de apoio). Face a esta realidade, importará prever mecanismos de salvaguarda da transparência de financiamento das rádios locais. Por exemplo, como sugerido por especialistas, definir que o apoio financeiro das câmaras municipais às rádios seja sujeito a aprovação em assembleia municipal por maioria de dois terços;
3. Estudar a pertinência de uma reclassificação da tipologia, com vista a permitir diferenciar as rádios locais que mantêm um serviço de proximidade das restantes (por exemplo, rádios temáticas musicais com programação de carácter local muito reduzida ou inexistente), com correspondente

regulamentação tanto ao nível da admissibilidade de tipologias distintas numa área geográfica relevante como de condições diferenciadas para o acesso à atividade e para o seu exercício, consoante a tipologia autorizada (ex.: especificidade relativa a obrigações, apoios públicos, financiamento autárquico);

4. Também em matéria de classificação, estudar a eventual criação do estatuto de *rádio comunitária*.

Na esfera executiva:

5. Desenvolver uma estratégia de valorização dos recursos humanos, nas vertentes de desenvolvimento de competências e de melhoria de condições de empregabilidade;

6. Adotar medidas com vista ao reforço da presença das rádios locais no ambiente digital, tanto na vertente de digitalização de arquivos sonoros, com um fim de preservação de património, quanto na vertente da oferta não-linear de conteúdos, com um fim de diversificação de formas de consumo;

7. Criar incentivos a parcerias entre as rádios locais e organizações sem fins lucrativos de âmbito local, em particular escolas de todos os graus de ensino. Estes incentivos, inscritos na prioridade atualmente conferida à literacia mediática, devem visar o estímulo à proximidade e à inovação em matéria de conteúdos.

Na esfera tecnológica:

8. Propor à ANACOM a avaliação da possibilidade de requalificação e reordenamento do espectro hertziano terrestre destinado à radiodifusão sonora, não só atualizando as perspetivas de evolução para a difusão digital hertziana como estudando os cenários de uma eventual disponibilização de micro-frequências para a criação de rádios comunitárias.

BIBLIOGRAFIA

- Autoridade Nacional de Comunicações. (2022). *Plano Estratégico do Espectro. Consulta Pública*. Lisboa: Autoridade Nacional de Comunicações.
- Bonixe, L. (2010). Legalização, Concentração E Multimédia: Os Desafios Das Rádios Locais Portuguesas. *Rádio-Leiruras*, 1(1), 187-202.
- Bonixe, L. (2012). As rádios locais em Portugal – da génese do movimento à legalização. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9(2), 313-325.
- Bonixe, L. (2013). O local como especialização. As rádios locais portuguesas enquanto espaço para a comunicação de proximidade. Em I. P. Portalegre (Ed.), *I Congresso de Estudos Rurais do Norte Alentejano “O Futuro do Mundo Rural em Questão”*, (pp. 170-185). Obtido de <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/9323/1/O%20Futuro%20do%20Mundo%20Rural%20em%20Quest%C3%A3o.pdf#page=171>
- Bonixe, L. (2019). As primeiras experiências de radiodifusão local em Portugal (1977-1984). *Media & Jornalismo*, 19(35), 183-195.
- Bonixe, L. (2019). *As rádios locais em Portugal – da génese ao online. Contexto e prática do jornalismo de proximidade*. Lisboa: ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Bonixe, L. (2021). Resiliência e crise – a rádio portuguesa na pandemia do novo coronavírus. *Estudos em Comunicação*(32), 69-93.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2001). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 10 for Windows*. Philadelphia: Routledge.
- Cardoso, G., Baldi, V., Quintanilha, T., Paisana, M., & Pais, P. (2018). *As Rádios Locais em Portugal. Caracterização, tendências e futuros*. Relatórios OberCom, Observatório da Comunicação. Obtido de <https://obercom.pt/as-radios-locais-em-portugal-caracterizacao-tendencias-e-futuros/>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155-159.
- Comissão Europeia. (12 de Setembro de 2012). *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*. Obtido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0492&from=PT>
- Comissão Interministerial de Coordenação Portugal 2020. (2015). *Alteração da deliberação relativa à classificação de territórios de baixa densidade para aplicação de medidas de diferenciação positiva dos territórios*. Obtido de https://poseur.portugal2020.pt/media/37819/delibera%C3%A7%C3%A3o_cic_pt2020_01072015_territorios_baixa_densidade.pdf
- Constituição da República Portuguesa. (1976). Diário da República: n.º 86/1976, Série I de 1976-04-10.

- Costa, P. (2017). *Teias da rádio: ensaios e reflexões sobre as políticas do setor*. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2008). *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses*. Lisboa.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2009). *Caracterização do sector da radiodifusão local*. Lisboa.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2012). *Deliberação 1/OUT-R/2012 - Diretiva sobre a promoção da diversidade informativa nas rádios*. Obtido em 28 de Dezembro de 2021, de <https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OiJtZWRpYS9kZWNPc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvMTk4OC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjlyOiJkZWxpYmVyYWNhby0xb3V0LXlyMDEyIjtzOjY9/deliberacao-1out-r2012>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (Junho de 2022). *A Rádio em Portugal. Uma década de intervenção regulatória*. Obtido de <https://www.erc.pt/pt/estudos/media-imprensa-radio-tv/-a-radio-em-portugal-uma-decada-de-intervencao-regulatoria/>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (Setembro de 2022). *Relatório de Regulação 2021*. Obtido de <https://www.erc.pt/pt/estudos/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2021/>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2012). *Parecer 8/2012 - Projeto de alteração ao Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora*. Lisboa. Obtido de <https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OiJtZWRpYS9kZWNPc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvMTk5MC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjEzOiJwYXJlY2V5LTgyMDEyIjtzOjY9/parecer-82012>
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A simple Guide and Reference* (14ª ed.). Nova Iorque: Routledge.
- Grupo Marktest. (Janeiro de 2013). *Regiões Marktest*. Obtido de Web site da Marktest: https://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Regioes_Marktest_Actualizacao_de_2013.pdf
- Informa D&B. (2020). *O Setor Social em Portugal. Retrato do tecido empresarial*. Obtido de www.informadb.pt
- Lei da Rádio, 87/88 (30 de Julho de 1988).
- Lei da Rádio, 54/2010 (24 de Dezembro de 2010).
- Marôco, J. (2014). *Análise Estatística com o SPSS Statistics* (6ª ed.). Pêro Pinheiro: Report Number.
- Midões, M. (2019). *Rádios comunitárias em Portugal: Mapeamento e características participativas*. Lisboa: ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.

- Observatório do QREN. (2013). *Resultados do QREN - Contributos para 2014-2020 (Avaliação da Estratégia e do Processo de Implementação das EEC - Tipologia PROVERE)*. Observatório do QREN/Secretaria-Geral do Min. das Finanças. Obtido de <https://planapp.gov.pt/wp-content/uploads/2023/01/Sintese-dos-Resultados-e-Recomendacoes.pdf>
- Ofcom. (2011). *The future of small scale radio*. Obtido de https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/27267/smallradio.pdf
- Oliveira, M. (Janeiro-Junho de 2013). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Significação: revista de cultura audiovisual*, 40(39), 71-87. Obtido de <https://www.redalyc.org/pdf/6097/609765999005.pdf>
- Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia. (24 de Junho de 2021). *Regulamento 2021/1058 relativo ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e ao Fundo de Coesão*. Obtido de https://ec.europa.eu/regional_policy/funding/erdf_en
- Peruzzo, C. M. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*(43), 67-84.
- PORDATA. (s.d.). *Densidade populacional segundo os Censos*. Obtido em 6 de Março de 2023, de <https://www.pordata.pt/municipios/densidade+populacional+segundo+os+censos-591>
- Projeto de Lei sobre serviços locais de radiodifusão n.º252/III (26 de Novembro de 1983).
- Reis, A. I., Ribeiro, F., & Portela, P. (2014). *Das Piratas À Internet: 25 Anos de Rádios Locais*. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 18/2020, 62 (Diário da República, 1.ª série 27 de Março de 2020).
- Saffran, M. J. (2008). *Effects of local-market radio ownership concentration on radio localism, the public interest, and listener opinions and use of local radio*. Tese de Mestrado. Rochester Institute of Technology. Obtido de <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4082&context=theses>
- UNESCO. (2021). *World Atlas of Languages*. Obtido em 6 de Março de 2023, de <https://en.wal.unesco.org/countries/portugal>
- WorldDAB. (2023). *Countries*. Obtido em 3 de Abril de 2023, de <https://www.worlddab.org/countries>
- Zambujal, M. (2015). *Jornalismo&Jornalistas (61)*. Lisboa: Clube de Jornalistas.

ANEXOS

A. Metodologia

A.1 - Inquérito às autarquias e organizações da sociedade civil

Universo

O universo considerado neste inquérito compreende as câmaras municipais, as juntas de freguesias e as diversas organizações da sociedade civil em Portugal continental e regiões autónomas. Os dados mais recentes deste universo, até dezembro de 2019, indicam que no território português existia 308 câmaras municipais, 3091 juntas de freguesias e mais de 68 mil organizações do setor social²⁵.

Amostra

Tendo em conta os objetivos finais do inquérito às autarquias e organizações da sociedade civil, recorreu-se a uma amostragem não probabilística, mas procurando refletir as diversas entidades, quer pela sua tipologia, quer pela sua distribuição geográfica.

Devido ao número de organizações da sociedade civil, delimitou-se este universo tendo como ponto de partida as bases de dados de várias entidades que as representam. Relativamente às câmaras municipais e juntas de freguesias, obteve-se a totalidade dos contactos. Deste modo, conseguiu-se 5938 contactos, dos quais 3399 correspondem ao poder local e os restantes 2539 são organizações do setor social.

Dos 5938 inquéritos enviados, obteve-se 2337 inquéritos respondidos, destes 1465 tinham respostas completas. Após uma validação dos inquéritos completos, foram contabilizadas 1294 respostas válidas, abrangendo respondentes de 294 concelhos de todo o território continental e regiões autónomas.

Por tipo de entidade, a distribuição da amostra realizada é a seguinte:

Figura 73 – Composição da amostra, por tipo de entidade

Tipo de entidade	n	%
Organizações da sociedade civil	562	43,4
Associação	424	32,8
Cooperativa	31	2,4
Fundação	21	1,6
Outro	86	6,6
Autarquias	713	56,6
Câmara Municipal	116	9,0
Junta de freguesia	616	47,6
Total	1294	100,0

²⁵ Considerou-se o relatório da empresa especializada em informação empresarial Informa DB (2020).

Por distrito, a amostra segue a seguinte distribuição:

Figura 74 - Composição da amostra, por distrito

Distrito	n	%
Aveiro	85	6,6
Beja	38	2,9
Braga	87	6,7
Bragança	49	3,8
Castelo Branco	56	4,3
Coimbra	90	7,0
Évora	57	4,4
Faro	85	6,6
Guarda	64	4,9
Leiria	59	4,6
Lisboa	104	8,0
Portalegre	26	2,0
Porto	94	7,3
Santarém	64	4,9
Setúbal	45	3,5
Viana do Castelo	48	3,7
Vila Real	47	3,6
Viseu	86	6,6
Região Autónoma da Madeira	55	4,3
Região Autónoma dos Açores	55	4,3
Total	1294	100,0

Desenho do questionário

Com base nos objetivos do estudo e as entrevistas realizadas aos especialistas e associações representativas a nível autárquico e do setor social, foi desenhado o questionário. O pré-teste permitiu a validação do seu desenho.

Recolha de dados

O inquérito foi enviado através da plataforma *online* LimeSurvey entre setembro e outubro de 2022. Considerando que o questionário era autoadministrado, disponibilizou-se um correio eletrónico para prestar esclarecimentos ou informações adicionais.

A divulgação do inquérito contou com o apoio de associações representativas das autarquias, como a Associação Nacional de Municípios (ANMP) e a Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE), e do setor social, como a Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local (ANIMAR) e a Confederação Portuguesa das Coletividades de Cultura, Recreio e Desporto (CPCCRD).

Aos inquiridos foi assegurada a confidencialidade das respostas.

Processamento de dados

Os dados obtidos foram validados com a utilização do *software* Microsoft Excel e o seu tratamento estatístico através do *software* IBM SPSS Statistics 28.

As técnicas de amostragem aplicadas neste inquérito impedem realizar generalizações ao universo, portanto, a análise de dados efetuadas foram meramente descritivas e dizem respeito as 1294 organizações que responderam.

A.2 - Inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local

Universo

O universo do inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local é constituído pela população residente em Portugal continental e regiões autónomas, com idade igual ou superior a 15 anos. Segundo os dados oficiais mais atuais, este universo é quantificado em 8 989 849 indivíduos (Recenseamento Geral da População de 2011).

O estudo foi estratificado por regiões, sexo e escalões etários. No caso específico da estratificação geográfica, consideraram-se as Regiões Markttest (2013), as quais permitem, comparativamente aos NUTS II, uma segmentação mais fina do território e da população, tendo em conta a conjugação dos seguintes elementos: habitat, índice de consumo e índice de ruralidade.

A quantificação do universo é a seguinte:

Figura 75 - Quantificação do universo

Variável	N	%
Sexo		
Masculino	4242601	47,2
Feminino	4747248	52,8
Idade		
15 a 24 anos	1147315	12,8
25 a 34 anos	1429643	15,9
35 a 44 anos	1597781	17,8
45 a 54 anos	1492654	16,6
55 a 64 anos	1312392	14,6
65 e mais anos	2010064	22,4
Regiões MARKTEST		
Grande Lisboa	1833663	20,4
Grande Porto	987214	11,0
Litoral Norte	1634115	18,2
Litoral Centro	1308424	14,6
Interior Norte	1810642	20,1
Sul	989443	11,0
Regiões Autónomas	426348	4,7
Total	8989849	100,0

Amostra

Para assegurar a representatividade dos resultados, recorreu-se a uma amostragem probabilística estratificada por sexo, idade e região (Região Markttest). A amostra teórica foi planeada para 1575 entrevistas, a que corresponde uma margem de erro teórica de +/- 2,5 p.p., para um intervalo de confiança de 95%. A amostra realizada obteve 2661 entrevistas, que para um intervalo de confiança de 95%, equivale uma margem de erro de +/- 1,9 p.p.

A distribuição da amostra foi controlada pelas seguintes variáveis: sexo, escalão etário, Regiões Markttest e nível de concelhio. Considerando os padrões de comportamento de consumo de rádio, no Bareme Rádio, estudo realizado pela Markttest e que integrou o presente inquérito, as entrevistas foram também controladas por dia da semana.

A distribuição da amostra realizada é a seguinte:

Figura 76 - Distribuição da amostra realizada

Variável	n	%
Sexo		
Masculino	1256	47,2
Feminino	1405	52,8
Idade		
15 a 24 anos	374	14,1
25 a 34 anos	436	16,4
35 a 44 anos	506	19,0
45 a 54 anos	463	17,4
55 a 64 anos	400	15,0
65 e mais anos	482	18,1
Regiões MARKTEST		
Grande Lisboa	674	25,3
Grande Porto	426	16,0
Litoral Norte	429	16,1
Litoral Centro	331	12,4
Interior Norte	468	17,6
Sul	257	9,7
Regiões Autónomas	76	2,9
Total	2661	100,0

Desenho do questionário

O questionário foi elaborado pela ERC tendo em conta os objetivos do estudo e as entrevistas realizadas aos especialistas. A Marktest realizou uma série de recomendações e submeteu o questionário a um pré-teste, o qual permitiu a sua validação.

Recolha de dados

A recolha da informação foi integrada no questionário do Bareme Rádio, nos meses de Junho e Julho de 2022, através dos canais CATI (*Computer Assisted Telephonic Interviews*) e CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*).

A forma de seleção do elemento amostral foi a seguinte:

- Na recolha telefónica para contactos de telefone fixo, em função da distribuição geográfica da amostra por concelho, os lares são selecionados aleatoriamente a partir de uma base de dados de números de telefone. Em cada lar, o entrevistado é selecionado aleatoriamente, por quotas de sexo e idade (por norma entrevista-se a pessoa que atende o telefone, se estiver dentro da quota definida. Se não estiver, pede-se para entrevistar outra pessoa do lar que esteja presente, para a quota disponível).
- Na recolha telefónica para contactos de telemóvel, o número é gerado aleatoriamente por um programa informático; o interlocutor desse número de telemóvel é selecionado para a realização da entrevista se estiver dentro da quota disponível para o dia (por sexo, idade e concelho).
- Na recolha online o entrevistado é selecionado aleatoriamente por quotas de sexo, idade e concelho, com recurso a bases de endereços de *email* da Marktest.

Ponderação da amostra

Os dados foram ponderados pelo sistema *rim-weighting* pelas variáveis sexo, escalão etário, classe social e Regiões Markttest, de forma a assegurar a máxima representatividade da amostra face ao universo em estudo.

Foi feita uma extrapolação para o universo, de modo a permitir que os dados extraídos apresentem também valores projetados para a população.

Processamento de dados

As estatísticas descritivas e os testes estatísticos foram calculados através do *software* IBM SPSS Statistics 28. A regra de decisão dos testes estatísticos foi considerando como erro máximo 5% ($\alpha = 0,05$), isto é, admitiu-se no máximo uma probabilidade de 0,05 de rejeitar H_0 quando ela é verdadeira (probabilidade de erro tipo I). Nos casos onde não foram reunidas as condições para aplicar os testes paramétricos, recorreu-se aos testes não paramétricos.

Para a avaliação das relações entre os indicadores, considerou-se as medidas de associação mais adequada ao tipo de variável: V de Cramer (entre qualitativas nominais) e Coeficiente Eta (entre qualitativas nominais e quantitativas), bem como o coeficiente de correlação Rho de Spearman (entre qualitativas ordinais). A interpretação da intensidade da relação entre as variáveis, no caso do V de Cramer e o Coeficiente Eta, tem como base a escala concebida por Cohen (1992): menor de 0,09 – relação nula; de 0,10 a 0,29 – relação baixa; de 0,30 a 0,49 – relação moderada e maior de 0,50 – relação forte; já o coeficiente Rho de Spearman considerou-se a escala de Cohen e Holliday (Bryman & Cramer, 2001): menor de 0,19 – correlação muito baixa; de 0,20 a 0,39 – correlação baixa; de 0,40 a 0,69 – correlação moderada; de 0,70 a 0,89 – correlação alta e de 0,90 a 1,00 – correlação muito alta.

Apresenta-se os dados desagregados pelas variáveis sociodemográficas que reúnem 30 casos ou mais. A categoria de resposta “Não sabe/Não responde” foi considerada, nos casos em que a sua expressão foi relevante, para explicar o comportamento analisado.

Regiões Markttest

Segundo a Markttest (2013), a estrutura das Regiões Markttest (que considera o continente de Portugal) é a seguinte:

Região da Grande Lisboa

- Distrito de Lisboa - concelhos de Amadora, Cascais, Lisboa, Loures, Odivelas, Oeiras e Sintra.
- Distrito de Setúbal - concelhos de Almada e Seixal.

Região do Grande Porto

- Distrito do Porto - concelhos de Gondomar, Maia, Matosinhos, Porto e Gaia.
- Distrito de Aveiro - concelho de Santa Maria da Feira.

Região do Litoral Norte

- Distrito de Aveiro - com exceção dos concelhos de Arouca, Castelo de Paiva, Santa Maria da Feira, Sever do Vouga e Vale de Cambra.
- Distrito de Braga - concelhos de Barcelos, Braga, Esposende, Guimarães, Vila Nova de Famalicão e Vizela.
- Distrito de Coimbra - concelhos de Cantanhede, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Mira, Montemor-o-Velho e Soure.
- Distrito do Porto - concelhos de Póvoa do Varzim, Santo Tirso, Trofa, Valongo e Vila do Conde.
- Distrito de Viana do Castelo - concelhos de Caminha e Viana do Castelo.

Região do Litoral Centro

- Distrito de Leiria - com exceção dos concelhos de Alvaiázere, Ansião, Castanheira de Pêra, Figueiró dos Vinhos e Pedrogão Grande.
- Distrito de Lisboa - com exceção dos concelhos de Amadora, Cascais, Lisboa, Loures, Odivelas, Oeiras e Sintra.
- Distrito de Santarém - com exceção dos concelhos de Almeirim, Alpiarça Benavente, Chamusca, Coruche, Ferreira do Zêzere, Mação, Salvaterra de Magos e Sardoal.
- Distrito de Setúbal - concelhos do Barreiro, Moita, Montijo, Sesimbra e Setúbal.

Região do Interior Norte

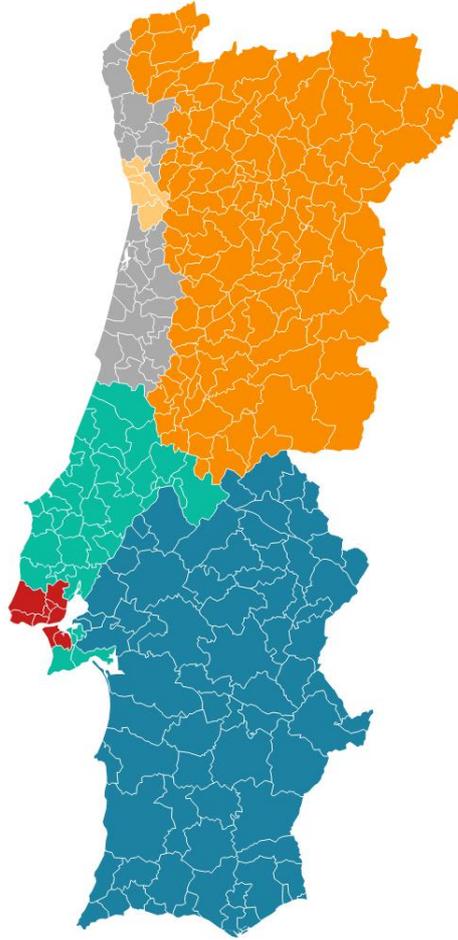
- Distrito de Aveiro - concelhos de Arouca, Castelo de Paiva, Sever do Vouga e Vale de Cambra.
- Distrito de Braga - concelhos de Amares, Cabeceiras de Bastos, Celorico de Basto, Fafe, Póvoa do Lanhoso, Terras do Bouro, Vieira do Minho e Vila Verde.
- Distritos de Bragança e Castelo Branco.
- Distrito de Coimbra - concelhos de Arganil, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa, Penacova, Penela, Tábua e Vila Nova de Poiares.
- Distrito da Guarda.
- Distrito de Leiria - concelhos de Alvaiázere, Ansião, Castanheira de Pêra, Figueiró dos Vinhos e Pedrogão Grande.
- Distrito do Porto - concelhos de Amarante, Baião, Paços de Ferreira, Paredes, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses e Penafiel.
- Distrito de Santarém - concelhos de Ferreira do Zêzere, Mação e Sardoal.
- Distrito de Viana do Castelo - com exceção dos concelhos de Caminha e Viana do Castelo.
- Distritos de Vila Real e Viseu.

Região do Sul

- Distritos de Beja, Évora, Faro e Portalegre.
- Distrito de Santarém - concelhos de Almeirim, Alpiarça, Benavente, Chamusca, Coruche e Salvaterra de Magos.
- Distrito de Setúbal - concelhos de Alcácer do Sal, Alcochete, Palmela, Grândola, Santiago do Cacém e Sines.

Figura 77 - Regiões Markttest

- Região Markttest**
- Grande Lisboa
 - Grande Porto
 - Interior Norte
 - Litoral Centro
 - Litoral Norte
 - Sul



Fonte: Markttest.

B. Entrevistas

Ana Isabel Reis

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local? Em que dimensões concretas da vida coletiva a rádio de proximidade faz a diferença no panorama mediático?

Há três dimensões clássicas do papel da rádio na vida coletiva, que são as dimensões habituais atribuídas às rádios locais, nomeadamente a democrática, a alternativa e a de proximidade. Mas vou destacar outro aspeto. A rádio, por si só, é um serviço público, nas rádios locais mais ainda. Tal deve-se à proximidade e ao facto de emitirem para meios mais pequenos, comunidades mais pequenas e às vezes com uma elevada percentagem de iliteracia. Por isso, as rádios locais têm um papel fundamental em relação às rádios nacionais.

As rádios locais têm quase um papel triplo, digamos assim, de proximidade geográfica, de proximidade na linguagem e de proximidade no sentido em que sabem comunicar melhor com determinadas faixas de população porque as conhecem bem, falam a mesma linguagem, sobretudo das zonas não urbanas. Se calhar, isto também explica a grande assimetria que há entre os conteúdos das rádios urbanas e das não urbanas, isto é, porque é que as rádios urbanas não têm determinado tipo de conteúdos e as do interior têm.

Essa dimensão do serviço público, para mim, é aquela que é fundamental nas rádios locais. No fundo, está ligado às funções básicas da rádio. Por exemplo, quando tudo falha, a rádio subsiste, porque podemos não ter eletricidade, Internet ou rede de telemóveis, mas a rádio é a única coisa que consegue passar a mensagem. Ou seja, esta dimensão do serviço público, de passar informação que não é apenas jornalística, é informação útil e básica que muitas vezes é essencial para as rádios locais enquanto serviço público.

A dimensão social está na base das rádios locais, é a sua razão de existir e é por isso que se mantêm ligadas à comunidade; refiro-me à coesão social, à tradição oral, à perpetuação da cultura, dos valores, daquilo que identifica as pessoas ao nível de pequenas comunidades. Há aqui uma noção de construção de identidade local muito importante, que também acaba por dar lugar à diversidade.

A dimensão utilitária que é a de transmitir informação útil e básica, é uma das funções típicas da rádio. Não tenho a certeza que todas as rádios locais o façam, até porque elas se foram transformando em termos de propriedade. Muitas deixaram de ser locais e, portanto, esta dimensão perdeu-se naturalmente.

A dimensão política para mim é fundamental, porque é a consolidação da sociedade democrática e participativa ou, no fundo, aquilo que esteve na génese da criação das rádios locais. Porque é que surgiram as rádios piratas? Porque havia uma grande centralização do poder e dos temas da agenda mediática e houve a necessidade de dar voz a quem não a tinha. No fundo, serem as pessoas da comunidade a fazer, elas próprias, os meios pelos quais se expressam, resultando daí uma identificação muito maior das suas necessidades, anseios, preocupações e, ao mesmo tempo, a divulgação dos seus valores culturais e, digamos assim, a sua manutenção enquanto micro

sociedades. Então, essa dimensão política da participação, que constitui um pilar da democracia que temos como ideal, foi a que levou à criação das rádios piratas, mas também foi esta dimensão que provavelmente se foi diluindo ao longo do tempo.

Outra dimensão é também o facto de poderem ser promotoras da opinião pública e de pessoas que, de forma informada, tomam as suas próprias decisões. Já no tempo das rádios piratas isso existia e depois, ao longo destes 30 anos, acabou por se sentir mais que esse papel de formadores de opinião pública e de cidadãos se foi perdendo porque as rádios locais foram sendo absorvidas por rádios maiores, muitas tornaram-se em meras antenas de retransmissão de uma rádio que emite a partir de Lisboa, perderam o sentido local e com isso perderam esse papel de formadoras de cidadãos informados ou de uma opinião pública informada e forte.

Depois há aqui também uma dimensão nacional e local, mas ao mesmo tempo global: o mundo mudou, os contextos mudaram e, portanto, temos aqui dimensões que se interligam e que acabam por trazer novos cenários à rádio com os quais nós próprios ainda não sabemos lidar, nem as rádios nacionais conseguem, quanto mais as pequenas. Como nos adaptamos aos novos tempos, que mudam permanentemente a todo o momento? Mesmo que uma rádio local pense numa estratégia, que já tem poucos meios, ao fim de dois anos, tudo mudou, e isso dificulta a adaptação às novas realidades.

Há depois novamente a concretização da dimensão fundadora da rádio que é, no fundo, manter a coesão social, a noção de identidade nacional, mas também local, a partilha dos valores, da língua que nos une, da ligação às comunidades migrantes, que são muito importantes e vai além dos limites território geográfico que poderia confinar a rádio local. Daí falar-se em proximidade e não em local. Apesar das rádios em FM continuarem um pouco encerradas na sua dimensão geográfica, porque não conseguem aproveitar as potencialidades da Internet, isto é, acabam por não conseguir passar por essa dimensão mais global.

Outra dimensão que tem a ver com o meio rádio propriamente dito, muitas vezes esquecida, é a dimensão sonora, ou seja, a rádio local, enquanto arquivo de um património sonoro e de uma tradição oral que, no fundo, é isso que diferencia e que dá identidade àquelas comunidades. As rádios locais são repositórios maravilhosos de tudo o que é uma identidade cultural, às vezes esquecida, da tradição oral, das histórias que contam, de línguas e falares locais, dos sotaques que se vão perdendo, até porque o interior está muito envelhecido. As novas gerações vão perdendo esse contato e as rádios ainda estão muito ligadas a essa geração envelhecida e, portanto, acaba por não se aproveitar a dimensão sonora destas rádios, que no fundo é um património que nós nos esquecemos. Por exemplo, para o estudo das rádios piratas, em certos casos já não há arquivos. Quando existem, são em fita magnética, um suporte que se deteriora, ou estão em casa de particulares.

Como é que avalia o estado atual da oferta radiofónica local, face às dimensões que referiu?

Tenho uma visão simultaneamente positiva e negativa, porque há casos que têm uma ligação à comunidade extraordinária, mas há outros que, por fatores internos e externos, não têm essa ligação, porque esse vínculo perdeu-se quando deixaram de ser locais e passaram a ser propriedade de rádios nacionais e meros retransmissores.

As rádios nacionais neste momento não olham tanto para o local, estão fechadas em si próprias e poucas vezes saem de Lisboa ou falam para fora de Lisboa. As rádios locais têm essa ligação, de falar para comunidades, micro comunidades e esse valor continua a ser o preponderante.

Há um centralismo demasiado intenso que faz com que as pequenas rádios acabem por ser compradas ou alugadas por outras, sejam nacionais ou regionais, porque as regionais também têm concentração de *media*, o que afeta a pluralidade. Tudo isto tem a ver com fatores internos e externos, que é sobretudo aquilo que já sabemos, é muito difícil uma rádio local sobreviver economicamente, ter sustentabilidade. Este é um problema que vem desde as rádios piratas. Foram legalizadas demasiadas rádios para a dimensão do mercado publicitário. Elas vivem sobretudo da publicidade local, que é reduzida.

Há um aspeto que gostava de salientar, há redes de publicidade nacional para rádios locais, que muitas vezes significa um balãozinho de oxigénio que ajuda no fundo a sobreviver. São redes que angariam publicidade de empresas nacionais que depois querem fazer micro publicidade em determinadas zonas. Agora se é lucrativo o suficiente para as rádios, não sei.

Outra questão relacionada com a sustentabilidade são as outras áreas de negócio que as rádios possam vir a ter e que são essenciais para a sua sustentação. Algumas rádios têm, para além da rádio, o jornal, o *site*, ou também estão inseridas em grupos económicos da região que têm outras áreas que as permite manter a atividade. Outras áreas de negócio que, no fundo, sustentam a própria rádio.

Relativamente às audiências, a ideia que eu tenho daquilo que vou falando com quem faz rádio local e que me é transmitida, é que essa ligação à comunidade efetivamente existe, mas é uma comunidade envelhecida. Quando falamos em estudos de audiências, vamos falar com os ouvintes da rádio, vamos ouvir apenas os que habitualmente já ouvem rádio e julgo que o problema está em quem não ouve, que são os jovens. Eu tenho alunos, a maior parte não são do Porto, que não conhecem sequer as rádios locais que existem nos sítios onde moram, não as ouvem, não têm uma ideia positiva sobre aquilo que é feito nas rádios. Não se identificam nem com a música, nem com o entretenimento, nem com a informação. E se calhar é importante ouvir também quem não ouve rádio e sobretudo esta faixa etária, porque qualquer estratégia para o futuro das rádios locais tem que passar por esta faixa etária.

Muitas delas também não têm programação para um público infante-juvenil, que é um problema transversal às rádios nacionais. Os programas infantis desapareceram. Havia algumas rádios que tinham, mas não sei se ainda têm. Portanto, se queremos perceber qual é a alteração legislativa ou incentivo, nós temos de ir a quem não ouve e, sobretudo, às gerações mais novas, que são aquelas que estão a tempo de criar hábitos de escuta no futuro.

A aproximação a estes públicos passa pelas rádios nas escolas, nas associações. São essas iniciativas que acabam por incentivar a escuta. Os projetos escolares podem contribuir para que alguns jovens possam seguir essa via mais tarde, porque as próprias redações das rádios estão um pouco envelhecidas. Mesmo os alunos dos cursos de comunicação e jornalismo não se interessam muito por ir estagiar às rádios locais a não ser que tenham esse objetivo. Se calhar se fossem já desde cedo

integrados, identificar-se-iam e poderiam querer trabalhar nessas rádios, porque às vezes por não se identificarem com o produto final, não se sentem estimulados a ir lá.

Quando fala de rádio nas escolas supponho que esteja a falar quer de ensino básico e secundário, quer das universidades?

As rádios comunitárias são um pouco disto tudo, mas são uma lacuna na lei. Em relação às rádios universitárias, também há um vazio, porque as universitárias que existem são no fundo rádios locais, são rádios locais que se chamam universitárias, as universitárias não podem ter publicidade e podem ter alguma dificuldade em sobreviver. Se forem universitárias e feitas apenas por estudantes vão andar ao sabor do ano letivo, com muitas interrupções de férias ou exames e, portanto, não conseguem assegurar uma programação regular. Por isso, é capaz de ter aqui algum tipo de abertura que lhe permita ter outro tipo de sustentabilidade económica e assim assegurar uma programação.

As rádios escolares, as comunitárias e às vezes outros projetos, também das universidades, esbarram com alguma burocracia e processos morosos que se arrastam no tempo, com algum peso burocrático e custos que não conseguem suportar, até mesmo a manutenção de um *site*, por exemplo, é pouco, mas para estudantes é muito. Às vezes, acaba-se por desistir ou contornar e quando se contorna, pode correr bem ou pode correr mal. Mesmo que seja um projeto na Internet pode ser dissuasor com toda esta burocracia. Eu compreendo que tem que haver pagamento de direitos de autor e direitos conexos mas, se calhar, para projetos de estudantes deveria haver aqui uma exceção ou outro enquadramento para projetos de estudantes e de jovens universitários porque, no fundo, é uma oportunidade de eles praticarem, de se expressarem e de participarem. Temos de ver isto do lado da cidadania, da participação e da construção do processo democrático mas, ao mesmo tempo, também da sobrevivência do meio.

O setor de radiodifusão local tem sofrido várias alterações, já tem referido várias de tipo económica, algumas relacionadas com as alterações legislativas que afetam o vínculo que possa ter a rádio local com a comunidade. Ora, no plano tecnológico o que pode destacar?

Houve o projeto ROLI e na altura teve muitas virtudes porque conseguiu captar uma série de rádios locais que não tinham qualquer possibilidade, nem dominavam as ferramentas para poderem estar *online*. Foi a ligação definitiva às comunidades migrantes, porque podiam ser ouvidas por aqueles que eram da terra e que estavam longe e foi fantástico. O que fez aumentar consideravelmente a audiência de rádio, e até lhes trouxe outras perspetivas económicas, porque podiam fazer publicidade, patrocínios, permutas e coisas com as comunidades migrantes. Abriu o leque da audiência e também dos conteúdos porque se passaram a produzir mais conteúdos para essas comunidades e se calhar também a promover outras iniciativas junto das comunidades e tornou-se aqui, mais uma vez, o agregador da coesão social, da proteção da língua.

O problema é que depois o projeto ROLI acabou por considerar apenas a transmissão e a maior parte das rádios locais acabaram por não dar o passo seguinte. Muitas delas só tinham mesmo a transmissão pura e simples da emissão. Não tinham página *web*, não tinham conteúdos, depois vieram as redes sociais e também não aderiram às redes, isto por várias razões. Uma delas é a própria formação de quem trabalha nas rádios que às vezes não tem as ferramentas nem os conhecimentos que lhes permitam passar para essa área. Por outro lado, não têm também as condições económicas e, portanto, houve algumas rádios que ficaram a meio do processo e outras nem chegaram a entrar

e hoje em dia é difícil manter um projeto sem estar nas redes. As redes acabam por agregar também a comunidade, porque amplificam aquilo que a rádio faz, chegam a outros meios e às novas gerações. Depois há também o facto de muitas delas não saberem como utilizar a Internet. É preciso ter alguma formação.

Existe alguma oferta de cursos de formação e atualização que são fundamentais. Mas numa redação com dois jornalistas, se um vai para o curso de formação uma semana, o outro fica com duplo horário? E quem paga as despesas? E se há só um jornalista? Se este for fazer a formação, quem fica para fazer as notícias? Ou seja, as redações ficaram de tal forma reduzidas que, mesmo que queiram fazer uma atualização formativa para terem ferramentas para se renovarem, modernizarem, etc., esbarram com estas questões práticas... Esta questão já é um problema estrutural.

Considerando que a informação é uma das obrigações das rádios que prestam um serviço às comunidades, acha que o atual quadro legal deve ser revisto?

O problema é que com a Lei de 2010 abriu-se a porta para que as rádios locais generalistas passassem para temáticas musicais. Foi uma forma de as rádios combaterem a falta de recursos o que afetou as redações, porque quando se corta nalguma coisa, corta-se na redação que é o que dá despesa.

É evidente que numa visão romântica e ideal, eu diria que mais noticiários é uma coisa positiva, porque no fundo, as pessoas ouvem sobretudo a informação da rádio local, querem ouvir a música e o entretenimento, mas o que ouvem mesmo é as notícias da sua comunidade. Portanto, um investimento maior da informação significa um aumento da literacia, mas também um aumento da informação com vista a uma população mais informada e uma tomada de decisões mais informada. Por conseguinte, estamos a aumentar aqui os graus de cidadania e do exercício dessa cidadania, ou seja, amplia-se o conceito da rádio democrática, da consolidação da democracia.

O problema, depois, é que implica um investimento grande em termos de recursos humanos. Os noticiários salvaguardam o localismo das rádios, porque se é comparado com a rádio nacional, não tem muitas vezes esse noticiário local. Se for temática, pode não ter às vezes, há formas de contornar. Mas o conteúdo jornalístico é aquilo que, no fundo, acaba por dar uma identidade mais forte à região e ao poder político da região, e esse poder político também se tem vindo a diluir ao longo destes 30 anos. Porque é que em 89 as rádios piratas tiveram tanta importância e se agiu em termos legislativos e políticos? Foi um período de grande instabilidade política, de políticas fortíssimas a nível local e porque as regiões tinham um poder político muito forte e, portanto, exerciam esse poder político também através das rádios locais. Algumas foram instrumentalizadas, manipuladas, outras exerceram a voz das populações e das comunidades, mas não deixaram também de dar voz àquilo que eram as forças vivas da região.

Ao haver esse caminho cada vez maior para o centralismo, as redações também se diluem. Vou dar o meu exemplo: eu vivo no Porto, não tenho nenhuma rádio na altura das autárquicas que possa informar-me sobre a campanha eleitoral, por exemplo, porque são todas de pendor musical. A única que estava com pendor informativo, mudou de temática para musical e, portanto, eu deixei de ter os debates, as noites eleitorais. Se eu quiser saber alguma coisa sobre as eleições onde vivo, tenho que esperar que as rádios nacionais estejam cá. Se não estiverem, vou aos jornais ou ao canal de televisão regional. Mas sinto a falta da rádio.

Do conhecimento que tem da relação entre os poderes locais e a rádio, que leituras faz de um possível financiamento das autarquias?

Há uma coisa que eu acho que é positiva na lei. O facto de as autarquias não poderem financiar. É claro que depois há outras formas de conseguir influenciar. O jornalista trabalha em pequenas comunidades e, portanto, de manhã, antes de ir trabalhar vai ao café e na mesa do lado está o Presidente de Câmara ou Presidente da Junta, todos se conhecem e qualquer coisa tem uma consequência imediata. Esta proximidade é tanto positiva como negativa. É positiva porque são, muitas vezes, as autarquias que mais sustentam as rádios através de alguma publicidade institucional, mas isso também tem outro tipo de contrapartidas que podem ser claras ou menos claras. O mesmo acontece nos órgãos nacionais. No fundo não há diferença. A única diferença é que, como o meio é mais pequeno, as coisas são muito mais sentidas na pele.

Relativamente a aspetos de política legislativa futura, quer partilhar mais sobre a questão das rádios comunitárias?

Há uma lacuna legislativa. O processo europeu, e que coincide com o nosso, embora com algumas diferenças temporais, houve um processo de criação de rádios piratas, rádios livres, antes das rádios locais, e o passo seguinte foram as rádios comunitárias. É o mais próximo do serviço público, do envolvimento comunitário e da integração das comunidades. Os projetos de rádios comunitárias, por exemplo, no Reino Unido e na Espanha, têm que ver com o grau de desenvolvimento dos países e é sobretudo uma plataforma de integração e de resolução de problemas sociais. Aí, mais uma vez, a estratégia estatal pode fazer a diferença. E as associações e das estruturas comunitárias e associativas da sociedade civil têm aqui forma de intervir e de interagir com a comunidade e simultaneamente auscultar aquilo que é necessário fazer, ou seja, ajuda-os também provavelmente a definir estratégias na área social.

A lei portuguesa fez com que algumas rádios universitárias, se calhar sejam mais comunitárias, outras locais também sejam mais comunitárias, mas ficou tudo na mesma tipologia, e se calhar alguma diferenciação legislativa poderia ajudar a balizar um bocadinho estas coisas. Estou a pensar no caso de uma rádio aqui no Porto, a rádio Manobras, é um projeto experimental e de temáticas alternativas e de temas que não são falados noutras rádios e que encaixa na ideia de rádio comunitária e, se calhar, há outros projetos semelhantes que acabam por esbarrar nessa falta de definição da lei.

Merecia que se pensasse uma possibilidade de reclassificação?

É possível, até porque com a quantidade de rádios que entretanto passaram a temática musical, a perda de conteúdos locais desvirtua completamente o conceito. Diz-se que existem 300 e tal rádios locais mas não, não existem. Na realidade existem muito menos.

Daí a relevância deste estudo, sobretudo o aspeto de conhecimento da audiência, como contributo para pensar uma estratégia a nível nacional. É preciso conhecer o que existe para se pensar como evoluir, pensar o que é preciso para o futuro e o que é que as pessoas querem. Projetar uma estratégia que seja mais do que de curto prazo.

Pode referir alguns casos relevantes de rádio locais que sejam especialmente expressivos do ponto de vista da programação ou do modelo de financiamento?

Há uma notória assimetria entre o litoral e o interior. A tendência é achar-se que as rádios do litoral têm mais audiência e mais conteúdos, mas encontramos muito mais conteúdos jornalísticos nas do interior, às vezes com uma intervenção na sociedade local com debates e coisas muito estruturadas. Estou a pensar numa rádio na Guarda que tem uma estrutura sólida, é verdade que é mais antiga, mas tem uma dimensão muito sólida, com muita informação e que sobrevive até hoje. Algumas do Alentejo que conseguem manter aqui alguma atividade jornalística muito consolidada. Isto tem a ver com as assimetrias regionais, porque senão as do litoral teriam muito mais peso do que as do interior. Às vezes acho que há exemplos no interior muito mais interessantes do que os do litoral que, no fundo, acabam por ser quase mesmo musicais, com o mínimo indispensável que têm de cumprir em termos legislativos para a área da informação.

Há uma zona muito forte, aqui à volta do Porto, desde o tempo das piratas e onde as rádios continuam a ser muito interventivas em termos locais, também pelo desporto, que foi uma dimensão que não falámos, a importância do desporto nas rádios locais que é fundamental. A zona é a de Marco de Canaveses, Paredes, Penafiel, Amarante... essa zona tem uma tradição muito forte, já desde o tempo das piratas, de intervenção das comunidades e que mantém rádios muito informativas, ou de desporto ou mesmo de conteúdos jornalísticos e com uma intervenção grande na comunidade.

De sustentabilidade económica não sei, mas também são zonas que economicamente são prósperas. Isso também é capaz de ajudar, têm um tecido industrial muito forte e, portanto, também acabará por ter alguma influência também.

Numa perspetiva de evolução do setor, que análise faz de uma possível transição da rádio analógica para o digital?

Na rádio anda-se a várias velocidades. Quando falamos de rádios locais, falamos sobretudo de FM. Não é por acaso que mesmo os países que já passaram para o sistema digital ainda mantêm as rádios locais em FM, porque isso implica um investimento em equipamento, não só para as rádios como para os ouvintes. Há uns anos prevíamos que a mudança da rádio pudesse ser mais rápida do que a da televisão, mas a da televisão acabou por ser mais rápida porque foi acompanhada de medidas políticas, legislativas e de apoios financeiros. Houve uma campanha estruturada. A rádio ficou outra vez para trás. O experimentalismo do DAB limitou-se à rádio pública e depois houve autorização para parar. E não sei se as pessoas estão preparadas para as vantagens, se é que se aperceberam das vantagens.

Carlos Camponez

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local?

Começaria por analisar a importância da rádio local a dois níveis. Um primeiro nível, mais geral, refere-se ao papel das rádios no conjunto dos *media* regionais e locais. Neste contexto, os *media* regionais e locais permitem a partilha a noticiabilidade de uma mundividência que raramente é refletida pelos *media* nacionais. Um segundo nível, mais restrito, refere-se ao meio rádio, com especificidades associadas às suas características particulares, mesmo num contexto, como o atual, crescentemente marcado pela transversalidade e multimediação das formas de comunicação em sociedade. Neste segundo plano, a rádio é reconhecida pela sua importância como um *media* ao serviço do desenvolvimento, pela sua agilidade, pela importância da oralidade, pela versatilidade com que comunica.

A rádio caracteriza-se por ser um meio de fácil acesso, não precisa de uma população que saiba ler ou tenha hábitos de leitura, nem de grandes investimentos. A linguagem gera uma convivialidade com os ouvintes e permite criar sentido de pertença. Os dados, no caso de Portugal, apontam para o facto de a população do interior ser em menor número e mais envelhecida. Para esta população a rádio funciona como companheira, uma voz de fundo em várias situações do seu quotidiano. Nestes contextos, a rádio ainda oferece uma mobilidade que só mais lentamente vai sendo substituída pelo multimédia, a Internet ou as redes sociais.

A rádio local é uma ferramenta ao serviço do desenvolvimento e há exemplos relevantes disso em vários países e comunidades que procuram explorar a sua agilidade, a sua fácil acessibilidade, a sua oralidade e as formas relativamente simples de transmissão de mensagens.

Qual seria a apreciação que faz do estado atual da rádio local em Portugal?

A situação das rádios locais, em Portugal, alterou-se substancialmente na sua ainda relativamente recente história. Há algumas alterações que considero preocupantes. Especificamente, a tendência crescente de concentração das rádios locais a partir das cadeias nacionais de rádio. Hoje, há muitas rádios chamadas locais que simplesmente são retransmissores de conteúdos de outras estações nacionais, com pouco conteúdo de informação de proximidade.

Tenho acompanhado alguns estudos sobre a viabilidade económica dos *media* regionais. Alguns deles padecem de um certo lirismo, pois defendem a comunicação de proximidade e hiper-local. Se concordo com o papel destas formas de comunicação, há que levar também em conta que a comunicação de proximidade é muito onerosa. Para termos informação de proximidade temos de estar no terreno, temos de ir aos locais. “O local”, qualquer que ele seja, é o início de uma cadeia produtiva de informação: é preciso estar lá; é preciso ir lá, falar com as pessoas para sabermos o que está a acontecer.

A este cenário junta-se o facto de, em Portugal, termos assistido ao fim das emissões regionais da RDP. Pelo estudo que fiz desse caso verifiquei que muitas iniciativas locais ou regionais desapareceram completamente da informação do serviço público de rádio, tais como as exposições locais, a vida associativa, festas, cultura, desporto... muitas comunidades ficaram sem essa informação, criando um problema acrescido de deserto informativo em algumas comunidades e regiões do país.

Que análise faz da possibilidade de apoios públicos ou de formas de políticas para auxiliar a sustentabilidade da radiodifusão local?

Qualquer apoio teria de ser pensado em articulação com esta ideia de prestação de um serviço público, mesmo que realizado por entidades não ligadas ao Estado.

O Estado deve apoiar projetos da área da economia social e iniciativas locais lideradas pelos órgãos de comunicação social com o objetivo de dinamizar a oferta de conteúdos locais, assim como pensar formas de canalizar receitas para esses *media*.

Deve-se reforçar a dimensão de projetos comunitários, principalmente nos territórios despovoados. O despovoamento populacional significa também despovoamento económico, poucas receitas, diminuição do emprego e de empresas. Isto, por sua vez, implica falta de meios, de recursos humanos para os meios de comunicação regional desempenharem o seu papel social.

A este cenário, junta-se a conhecida inexistência de distribuição igualitária da publicidade do Estado, entre os órgãos de comunicação nacionais e regionais. O financiamento autárquico pode também contribuir para sustentar os projetos de rádios efetivamente locais, mas é necessário um cuidado no que se refere às formas de assegurar uma informação rigorosa e independente: é um aspeto que exige um debate aprofundado.

Tendo em conta as transformações operadas no setor nas últimas décadas, que aspetos destaca destas mudanças?

Hoje, para fazer um grande projeto de *media* não é preciso estar em Lisboa ou no Porto, porque a Internet permitiu uma universalização das formas de acesso aos conteúdos. Isso reflete-se ao nível dos projetos de comunicação que começam como uma iniciativa pessoal e evoluíram para projetos comunicativos mais complexos.

As novas tecnologias facilitam o acesso à comunicação. Contudo, creio que não podemos generalizar essa situação. Estas novas formas de comunicação implicam meios, como o computador ou o *smartphone*, e literacias de utilização que não é acessível por algumas camadas da população, nomeadamente a mais idosa.

Considera que as obrigações das rádios locais estão adequadas aos tempos de hoje?

Tenho a noção de que assistimos a uma crescente “desobrigação” legislativa dos papéis das rádios locais que usam o espectro radiofónico, considerado um bem público e comum. Isto terá a ver com formas de responder à debilidade económica de muitos projetos de comunicação locais. No entanto, teremos de nos perguntar se este contexto não poderia ser uma base para repensar modelos e formas de comunicação comunitária, local e regional, capazes de integrar também contextos mais desfavorecidos de algumas regiões do país e revivificar a vida e as comunidades locais.

Na sua opinião, que aspetos devem ser considerados numa futura política do setor de radiodifusão local?

É urgente recuperar o carácter local da programação, porque há rádios tipificadas como locais que não têm nada de local.

Há uma dimensão que neste contexto deveria ser debatida: o conceito de rádio comunitária, que de alguma forma pode contornar os problemas as cadeias de rádios e a falta de proximidade de muitos desses projetos.

Estas rádios comunitárias, mesmo em termos de gestão, têm outra flexibilidade e podem ter obrigações e meios mais específicos que não comprometam a sua sustentabilidade. São projetos feitos pela própria comunidade sem fins lucrativos. Recordemo-nos como é que eram as denominadas rádios piratas? Muitas delas começaram por ser rádios comunitárias.

É uma tipologia que deve ser debatida de facto. O próprio termo proximidade pode ser muita coisa: local, regional, de interesse de grupos e movimentos sociais. Isto deve ser repensado de modo a permitir a expressão de iniciativas no âmbito dos serviços de comunicação local, envolvendo as próprias comunidades. Para isso, é preciso proceder a algumas distinções: por exemplo, um projeto estritamente político-partidário dificilmente se enquadrará no conceito de rádio comunitária; uma

rádio comunitária tem de se sustentar numa comunicação da comunidade e não tem de se reger pelas exigências dos órgãos de informação local e/ou regional.

Porém, estas iniciativas também não podem ser deixadas às mãos da livre iniciativa e ao mercado. Não! Estamos a falar de um serviço público de comunicação, capaz de mobilizar instituições comunitárias, pessoas civicamente empenhadas, escolas e as comunidades.

Luis Bonixe

Instituto Politécnico de Portalegre

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local?

A importância da rádio local, em termos genéricos, é enorme, se pensarmos que muitas das localidades deste país não têm uma representação mediática frequente nos principais meios de comunicação social principais – aqui entenda-se, os nacionais. É sobretudo através dos meios locais, não só a rádio, como os jornais, que essa representação mediática pode ser feita.

E portanto, a importância fundamental dos meios locais é a de servirem como um palco para que essas comunidades possam efetivamente ver-se representadas na discussão pública. Naturalmente, isto é o desejável, aquilo que gostaríamos que acontecesse.

Uma das dimensões mais importantes dessa importância é o acompanhamento daquilo que interfere com a coisa pública daquela comunidade. Julgo que a informação é o mais importante serviço à comunidade e que é sobretudo aí que as rádios locais podem e devem fazer a diferença. Com espaços informativos, debates, noticiários, que permitam às pessoas aceder a informação e a confronto de ideias. A rádio em particular, que tem esta vantagem de poder promover debates em períodos eleitorais, de ter a voz dos candidatos, para ajudar os cidadãos a decidir em consciência, conhecendo as propostas. A rádio local tem de ter uma ligação à comunidade que ultrapasse o programa de discos pedidos. Os programas de discos pedidos são uma instituição de facto, são importantes pela relação com a comunidade, mas a rádio local não pode reduzir-se a eles.

Qual é a sua apreciação do estado atual do setor?

O diagnóstico do setor não é fácil de fazer, dada a diversidade de casos. As rádios locais, no caso português, são um universo muito diferente. Encontramos rádios que continuam, do meu ponto de vista, a prosseguir objetivos de serviço à comunidade local, a representar e a dar expressão a essas comunidades. Há outras numa situação intermédia, digamos assim, com modelos mais próximos de uma programação e de uma informação nacional com breves incursões na informação local e na programação local. E temos as que abdicaram completamente; nalguns casos abdicaram porque as frequências já não pertencem sequer a empresas locais.

Nesses casos, a frequência está a ser utilizada por uma rádio com outra dimensão, que não tem propriamente o objetivo de olhar para a comunidade onde a frequência está localizada. Associo esse tipo de situações sobretudo às áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, por razões óbvias, porque não há frequências disponíveis. À volta destas grandes cidades, mas de outras também, por exemplo Coimbra, existe muita oferta mas já não encontramos muitas rádios locais com uma programação local.

Depois encontramos outras rádios que procuram manter uma programação que vá ao encontro efetivamente desses objetivos e desses princípios. Onde eu vejo uma proporção maior de rádios locais ainda com os tais princípios de proximidade, é nos territórios de baixa densidade, de territórios mais pequenos, no interior do país. Aí ainda existe um número significativo de rádios que efetivamente cumprem essa função. Os conteúdos informativos, por exemplo, que têm, são conteúdos sobretudo relacionados com o concelho, com a região.

E, porque é que isso de certa forma está a acontecer? Porque eu acho também que não há tanto interesse de grupos económicos em chegar lá. Tendo em conta as dificuldades económicas que muitas das rádios têm, seria fácil a um grupo económico captar mais uma frequência de Portalegre, uma frequência da Guarda. Mas do ponto de vista económico interessa chegar às zonas mais populosas.

A sustentabilidade económica emerge entre os temas quando se fala do setor de radiodifusão local em Portugal. Qual é a sua análise sobre este problema e que soluções, na sua opinião, podem ajudar a ultrapassar as dificuldades que enfrentam muitas rádios locais?

Do lado das rádios locais, estas orientações têm que ver com a sua própria sustentabilidade. Na minha perspetiva, quando foi aberta a possibilidade de liberalização do setor, no final dos anos 80, considerou-se que se deveria atribuir duas frequências, por vezes até mais, em muitos concelhos deste país. As piratas funcionavam de forma amadora. Talvez não se tenha pensado bem que estas rádios iriam precisar de dinheiro, de publicidade. Algumas localidades não têm esse mercado publicitário para sustentar duas rádios. Eu diria até que não têm para uma, é por isso é que vão fechando. E as que não fecham têm recursos humanos muito exíguos. Conheço muitos casos que têm um jornalista. Quando falamos, por exemplo, na transição digital, como é que um jornalista faz noticiários, atualiza o *site*, vai às redes sociais? É quase impossível, ou mesmo impossível. Parte da explicação para o não cumprimento integral, ou na forma desejada, daqueles objetivos de proximidade, reside nesta questão da sustentabilidade.

Em que medida seria preciso rever muito disto, reclassificando o setor em função da dimensão territorial que cada rádio pretende abranger, com a possibilidade de estratificar, de discriminar positivamente? Por exemplo, ponderando se uma rádio local numa zona do interior do Alentejo, que oferece uma programação relevante e específica para a região, que serve uma população de 15 mil habitantes, deve ser tratada de forma idêntica a outra situada no litoral urbano, que chega a 100 mil habitantes?

Há um sentimento de injustiça que uma reclassificação pode ajudar a corrigir. Acho que aí e esse estudo tem que ser feito, um estudo do tecido económico da região, do local. Agora, não pode ser só uma reclassificação só porque sim, tem que ter efeitos na prática e em concreto, por exemplo ao nível dos encargos com direitos de autor, mas também sobre outros aspetos que eu agora não tenho resposta para vos dar. Gostava que houvesse um debate sobre esta matéria, um debate público, envolvendo as comunidades, os proprietários, os jornalistas, os autarcas. Não tenho elementos para afirmar que esse é o caminho, mas julgo que a questão é importante e merece reflexão.

O interesse da Igreja na aquisição de rádios também faz parte das transformações operadas na última década no setor. Qual é a sua análise sobre a participação deste ator?

A aquisição de rádios por igrejas, não sei se ainda é um problema com a expressão que teve nos anos 90. Houve uma fase muito complicada em que as rádios não tinham condições para sobreviver e foram adquiridas por igrejas. Não tenho dados atuais mas a minha impressão é de que o setor está mais calmo agora em relação a essa matéria, não vejo isto como uma grande preocupação, considero que há outras preocupações por parte do setor como os encargos, as receitas. Há uma questão muito preocupante, é a dificuldade em pagar salários a jornalistas. No inquérito que fiz em 2015, a esmagadora maioria era licenciada, ou seja, qualificada, mas recebia o ordenado mínimo nacional.

Considerando que a informação é uma das obrigações daquelas rádios que prestam um serviço às comunidades, acha que o atual quadro legal deve ser revisto?

É necessário criar condições para que as rádios consigam ter ao seu serviço mais profissionais da informação para poderem fazer um trabalho com qualidade. Concordo com a obrigação de emitir um número mínimo de noticiários. Julgo que é realista prever que, se ela não existisse, haveria rádios a abdicar da informação e acho que isso não faria sentido. O que pode ser discutida é a quantificação dessa obrigação. Também concordo com a obrigação de ter nas rádios um jornalista. Idealmente, haveria condições para contratar mais jornalistas para se poder fazer esse trabalho, mas há que compreender o lado das empresas que, para contratar também precisam de ter mais receitas e, portanto, é novamente a sustentabilidade que está em questão.

Do meu ponto de vista, uma reclassificação permitiria perceber, por exemplo, que rádios poderiam funcionar como rádio comunitária, sem obrigação do cumprimento desses noticiários, ou de ter um jornalista profissional. Porque uma rádio comunitária, tem objetivos ligeiramente diferentes, de acordo com o quadro teórico sobre rádios locais e rádio comunitária.

Já que estamos a falar das obrigações, e perante uma eventual alteração da lei que regula o setor, gostávamos de ouvir a sua posição relativamente ao cumprimento das quotas de música, bem como sobre as normas para as alterações de projetos ou cessões de rádios.

As quotas de música, por princípio, não me oponho à sua existência, porque também nesse domínio, sem imposições, haveria alguns modelos de programação que iriam privilegiar outra música que não a portuguesa. Agora, o que pode ser discutido é a percentagem.

Sobre as obrigações de alterações de projetos, nunca encontrei resistências a isso por parte das rádios. Acho que faz sentido manter estas normas, considerando um setor tão diversificado, com tantos atores, é necessária uma organização.

Na última década a oferta mediática tem crescido com a chegada das *web* rádios, de plataformas de *streaming* de música, *podcast*, etc. Esta realidade é uma ameaça ou oportunidade para a rádio local?

As rádios, e os *media* de uma forma geral, têm que perceber que este é o mundo em que estamos, não se pode olhar para a rádio num mundo que já não existe. Portanto, as *web* rádios, as rádios pessoais, o *podcast*, são uma realidade. As rádios têm de encontrar formas de também continuar a fazer parte deste menu mediático, que está muito mais diversificado.

As rádios locais têm uma vantagem competitiva relativamente a outras rádios e a outros órgãos de comunicação social: nós temos emigrantes pelo mundo inteiro, que continuam a querer estar ligados ao lugar onde nasceram, onde têm familiares. Querem informação da localidade, do futebol, que é muito importante para manterem o sentimento de ligação à sua localidade. Não querem informação sobre os clubes nacionais, porque essa é fácil de encontrar, mas do clube da terra. As rádios têm oportunidade de chegar à Austrália, a França, a qualquer parte... através da voz. Tenho dúvidas de que este potencial esteja a ser suficientemente explorado. No fundo, trata-se de alargar a sua audiência através daquilo em que devem ser especialistas, que é na informação e na comunicação de proximidade.

Portanto, a Internet e todo este novo ecossistema mediático, dominado pelo digital, é uma enorme oportunidade para as rádios, do meu ponto de vista não é de todo uma ameaça, nem deve ser encarado dessa forma.

A Lei de 2010 introduziu uma série de alterações, qual ou quais considera que pode ter tido efeitos na oferta de rádio de proximidade?

Na Lei de 2010 extingue-se a norma segundo a qual uma rádio só poderia ceder a sua frequência a outra se, no mesmo concelho, houvesse outra rádio com uma função local. Isso desaparece nas áreas metropolitanas e a partir daí, contribuiu-se para que muitas rádios à volta de Lisboa e do Porto, deixassem de ser locais. Esse aspecto parece-me importante porque condiciona o cenário da radiodifusão local em Portugal. O que existe nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto é sobretudo uma oferta de informação de âmbito nacional. Não há especificidade nenhuma de Gaia, de Matosinhos, de Almada, do Seixal... e portanto, apesar de estarmos em zonas populosas e com uma grande oferta, a rádio local continuaria a fazer todo o sentido.

Teria sido importante manter a obrigatoriedade de pelo menos uma destas rádios, ou em alternativa, se uma rádio de maior dimensão compra a frequência de uma rádio local, então, teria de se prever a obrigação de ter um noticiário, algum tipo de informação, relacionada com a frequência de origem. O que não acontece, porque quem compra decide depois o que faz com a programação, em muitos casos ignorando por completo a localidade. Quanto a alterações à lei, destacaria essa alteração porque me parece que foi a de maior impacto.

Temos populações mais envelhecidas e zonas do país em que existe um maior isolamento devido à baixa densidade populacional, do mesmo modo, existe uma assimetria territorial em termos económicos e tecnológicos. Que leitura faz destas alterações sociodemográficas no setor de radiodifusão local?

Relativamente à dimensão sociodemográfica, acredito que as mudanças da última década no perfil da população podem ter tido influência no estado do setor. Por exemplo, no plano de sustentabilidade, se há uma desertificação de uma determinada região, as receitas publicitárias vão baixar. É mais um argumento em favor do debate sobre uma reclassificação. O Portugal de hoje não é mesmo de há 30 anos. Se há 30 anos se entendeu que um determinado concelho ia ter duas frequências locais, se calhar hoje isto já não faz sentido. É preciso olhar para as transformações sociodemográficas que aconteceram e perceber o que é que faz sentido manter ou eventualmente reclassificar. Não podemos olhar para uma rádio que está numa determinada localidade e que há 20 ou 30 anos tinha 30 mil habitantes e agora só tem 10 mil e continuar a exigir-lhe o mesmo.

Então e o que é que se faz? Acaba-se pura e simplesmente com elas ou por exemplo, é possível manter, mas com outras características, passando a ser uma rádio comunitária, com participação da sociedade civil. Mas como já disse anteriormente, esta ideia da rádio comunitária, da reclassificação, das obrigações deve ser debatida.

Queríamos saber a sua posição sobre uma série de aspetos que podem ser parte da evolução do setor. Estamos a falar da digitalização, das rádios comunitárias, do financiamento autárquico, da criação de rádios distritais, entre outros temas que considera importante.

Quanto às rádios distritais, a minha impressão é que esse debate foi de certa forma abandonado quando foram atribuídas as rádios regionais, nos anos 90. Houve algumas experiências que foram feitas nesse sentido, que poderiam ser o embrião de um modelo de rádio distrital. Mas, pelo que conheço, não correu assim tão bem. Foram pequenas cadeias de rádios para emitir e trocar informação, a uma escala regional. Mas eu próprio já tinha abandonado essa ideia...

O financiamento pelas autarquias é um tema que já vem surgindo desde o primeiro projeto de lei para a legalização das rádios em Portugal, em 1982. Mas nunca foi posto em prática porque se considerou sempre que colocaria em questão a independência das rádios. Essa limitação, na prática, é contornada por outras formas legais; há autarquias que acabam por apoiar pela compra de espaço publicitário, para promoção das próprias atividades, e os valores são bastante significativos nas contas das rádios. Se houver uma reflexão sobre isto, a questão da autonomia das rádios tem de estar no topo das preocupações, por se tratar de um setor tão fragilizado.

Quanto à digitalização, a minha percepção é que as rádios locais estão muito mais preocupadas em potenciar a sua presença no *online* e em retirar daí vantagens competitivas do que em emitir em DAB. O DAB não avançou em Portugal, mesmo a nível das rádios nacionais, penso que é um debate que não está na ordem do dia.

Sobre as rádios comunitárias, é uma reflexão que faz todo o sentido, inclusive em sede da lei da rádio. Parece-me que algumas rádios, sobretudo rádios de província, têm uma vertente muito mais de rádio comunitária do que propriamente de rádio comercial. Embora seja preciso acautelar os riscos de instrumentalização também nesta matéria. Por exemplo, o cenário no Brasil é perfeitamente dramático, as rádios comunitárias estão nas mãos de partidos políticos ou de seitas religiosas. E não creio que o propósito de criar rádios comunitárias seja obter esse resultado. Sobretudo quando se trata de emissão hertziana. O espectro é limitado e, portanto, tem que ser distribuído de forma racional, equilibrada e justa, no sentido de garantir a pluralidade e a diversidade. Ora é justamente nesse sentido que pergunto, será preferível ter uma rádio local que não cumpre as funções ou criar-se uma outra tipologia, de forma a ter rádios – chamemos-lhe comunitária ou outra designação – que cumpra essa função da pluralidade e diversidade.

Há uma escolha a fazer: continuar com certas rádios locais que não têm capacidade económica e acabarão por fechar ou ser absorvidas por outras, provavelmente transformando-se em rádio temática musical, ou aproveitar as frequências, as estruturas, para criar um outro tipo de rádio, com um caderno de encargos rigoroso, para cumprir de facto estes princípios.

Madalena Oliveira

Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local?

No contexto português, o modo como se pensa o papel da rádio local está muito ligado à memória e ao imaginário do que foram as rádios piratas e o início das rádios locais no final da década de 80 e na transição para a década de 90. Foi um momento muito próspero, efervescente, criativo, e as rádios locais foram um espaço para a diversidade.

Entre aquela altura e os dias de hoje, o contexto mudou profundamente, a acessibilidade aos meios de comunicação é muito diferente, e por isso seria um exagero manter sobre a rádio local a mesma expectativa que existia nesse período. Ainda assim, pela sua vocação para uma certa proximidade às comunidades, as rádios locais têm, em teoria, condições para garantir uma cobertura de assuntos mais locais e de interesses mais locais que escapam à lógica dos *media* nacionais, e que é natural que escapem: as histórias da freguesia mais escondida, a atenção às especificidades de um determinado município, questões do poder local.

Por outro lado, as rádios locais podem ser um espaço de criatividade para os jovens se iniciarem nas competências de comunicação, como sucedeu com as rádios piratas, muito marcantes para a formação profissional de muitos, nesse período. Também são naturalmente um meio de companhia e ainda há hoje muitas rádios que têm programas especificamente de proximidade, como eram os discos pedidos, os pequenos concursos, os espaços de antena para os ouvintes telefonarem.

As rádios locais podem aí ter um papel muito distintivo relativamente às rádios nacionais ou de outro âmbito, porque o locutor é quase uma pessoa da própria comunidade e, às vezes, conhece pessoalmente os ouvintes, conhece as realidades, sabe de que rua se está a falar, conhece o contexto, o que cria uma relação de familiaridade com as pessoas.

No entanto, é difícil falar deste ideário num contexto em que os comportamentos de consumo mediático estão a alterar-se muito. A audiência da rádio local decresceu bastante ao longo dos anos. O enquadramento em que as rádios operam hoje é mesmo muito distinto, o que não quer dizer que sejam menos importantes. Em minha opinião, há que repensar a sua função como complementar e não concorrencial com a rádio nacional. Ou seja, a rádio local deve ter um papel distintivo, que consiste em dar mais espaço à comunidade local e não apenas ser um repetidor, por exemplo, de conteúdos de rádios nacionais ou simplesmente uma máquina de pôr música. Esta distintividade faz-se por um dos campos onde é mais difícil sustentar economicamente as rádios, a informação. É preciso fazer uma grande aposta na informação local para que haja esse espaço de diferenciação da rádio local relativamente aos outros meios.

Qual é a sua apreciação do estado atual do setor?

A minha perceção é que há muito bons exemplos de distintividade, de programas que são próximos das pessoas, mas também se reconhece que há uma padronização excessiva da programação de muitas rádios locais. Há pouca programação que se possa considerar criativa, no sentido disruptivo do termo. É muito o programa de discos pedidos, o programa de conversa da tarde, ou o concurso de animação depois o programa de desporto. Porque há, de facto, alguma cobertura do desporto

local nas rádios locais. Haverá um ou outro programa de debate com os agentes. Mas são poucas as coisas que podemos considerar no sentido disruptivo em termos de criatividade.

E isso não é só por falta de condições económicas. Há toda uma mudança de comportamento e de relação com a tecnologia, que é também uma mudança de imaginário. Para a minha geração era fascinante falar ao microfone, num local de onde se falava, às vezes até um sótão, para toda a cidade. Isso hoje não é nada de especial para um jovem que publica no YouTube a partir do telemóvel, não para toda a cidade mas para todo o mundo. E aqueles que lá continuam, nas rádios locais, são pessoas que muitas vezes têm uma ligação afetiva muito grande ao meio. A rádio é um meio de comunicação que tem essa particularidade de estar associado a uma relação muito afetiva. As pessoas que continuam a trabalhar nas rádios são essas pessoas ainda deslumbradas, é isso que ainda vai permitindo que algumas rádios sobrevivam, mas não se fez renovação de competências ou de estímulo à criatividade.

Acho que quando falamos de distintividade, seria necessário, de facto, também fazer quase uma reeducação das pessoas para essa possibilidade, o deslumbramento de um meio como a rádio que ela é, tem muitas virtualidades. É um meio económico, um meio com muitas potencialidades. É um meio que, de facto, tem esse lado fascinante, mas creio que os mais novos estão desinteressados deste meio. Pela facilidade de acesso que têm a outros meios.

Mas parece-lhe que seria, por exemplo, uma forma até de revitalização da rádio local, a articulação no fundo dessa malha de rádios que já existe com projetos de literacia mediática?

Sim, sim, com projetos de literacia mediática, na proximidade às escolas. Na proximidade às associações culturais locais, por exemplo, uma rádio que consiga ter estrutura para ter uma hora por semana dedicada a uma associação cultural. Há muitas coisas do ponto de vista artístico e cultural que estão a acontecer nas pequenas cidades, que são absolutamente fascinantes. Em várias localidades há associações que fazem imensos trabalhos de exceção e que podiam ter muita participação nas rádios locais, não esperar apenas uma intervenção na divulgação, ou seja, poderiam ter um papel mais expressivo na dinamização das rádios locais.

A ligação às escolas seria também muito importante porque é quando se é mais novo que se consegue promover este fascínio. As rádios desse ponto de vista têm tudo para ser muito mais acessíveis às pessoas, para que as pessoas tenham mais acesso a elas e isso seria um duplo contributo. Por um lado, as pessoas interessavam-se pela rádio e ajudavam outros por contágio a interessar-se. E, por outro, a rádio também beneficiava dessa possibilidade de ter novos talentos e de se renovar a si própria naquilo que é a sua oferta e naquilo que é essa tal missão de proximidade e de espaço para a experimentação.

Esse espaço para a experimentação de coisas novas foi o segredo das rádios piratas, mas a partir da década dos 90, acho que se foi perdendo e a rádio entrou numa espécie de rotina. Claro, estou a falar de uma forma muito geral, porque ainda hoje há rádios que têm de facto coisas vocacionadas para imigrantes ou para os grupos de interesses específicos e, portanto, têm coisas diferentes, efetivamente. Mas creio que isso é uma percentagem relativamente baixa para a quantidade de rádios que dizemos ter no campo.

Seria importante fazer um estudo mais etnográfico, de deslocação às próprias localidades, porque me parece que há muitas rádios que serão pouco mais do que um computador a pôr música ou retransmitir e que, portanto, de local já lhes restará mesmo muito pouco.

O setor de radiodifusão local tem sofrido várias alterações do ponto de vista económico, tecnológico e regulatório com a aprovação da Lei de 2010. Na sua opinião, quais foram os fatores determinantes na última década?

Pensando nas três dimensões – a dimensão económica, a dimensão tecnológica e dimensão regulatória – elas acabam por se cruzar. Na parte tecnológica, obviamente que foi muito pela simplificação e, desse ponto de vista, acho que toda a transformação foi muito favorável, o que pode não ter sido favorável é o impacto que teve no nosso próprio consumo mediático. A digitalização, por exemplo, facilitou muito o trabalho de edição, mas quando olhamos para a rádio no conjunto dos outros meios, percebemos que essa explosão tecnológica, que inclusive também multiplicou o tipo de meios a que as pessoas têm acesso, mudou muito o comportamento das audiências.

A rádio deixou de ter o papel central que tinha porque todo o paradigma de comunicação se alterou por um contexto tecnológico muito mais abrangente: ouve-se música no Spotify, no YouTube, ouve-se e vê-se programas de todo o mundo no telemóvel, as redes sociais sugerem coisas diferentes daquelas que ouviríamos por nossa iniciativa.

Do ponto de vista económico, esta explosão no consumo teve certamente um impacto na expressão económica destes meios. As fatias de publicidade estão muito mais distribuídas por outros meios. A rádio não é o meio que acolhe mais investimento publicitário, nunca foi e será cada vez menos, pelo menos no setor local, com centenas de rádios locais, num país que tem uma dimensão reduzida e muitos municípios desertificados. É a sustentabilidade económica que está em causa, donde resultam aquisições por grupos com muito mais poder económico, o que tem consequências na oferta.

Do ponto de vista regulatório, considero que são vários os problemas da Lei de 2010, um dos quais tem a ver precisamente com a transferência de licenças para grupos económicos que não garantem devidamente as obrigações de proximidade associadas à classificação de rádio local, ou cumprem pelo mínimo estabelecido legalmente.

Outra questão, do ponto de vista legal, tem a ver com a lacuna em matéria de classificação da rádio comunitária. Em meu entender, as verdadeiras rádios locais, que vivem muito das pessoas que colaboram altruisticamente, que têm programas de autor voluntários são, na realidade, autênticas rádios comunitárias. Este conceito não está instituído claramente em Portugal, mas a verdade é que o modelo de muitas rádios locais é muito mais próximo daquilo que é uma rádio comunitária do que aquilo que é uma rádio local comercial. Se tivessem cobertura legal dessa classificação, poderiam obter certos tipos de patrocínio, de mecenato ou de apoios que não estão suficientemente viabilizados para o conceito de rádio local.

Do ponto de vista do que é o ideário, o conceito de rádio local é muito mais próximo dessa ideia de comunidade e de poder fazer articulações com instituições das localidades, para criar vínculos comunitários, para ter uma função eventualmente educativa ou para ter uma função de assistência social. E este conceito de rádio comunitária que está muito desenvolvido noutros países, a nós tem-nos passado ao lado.

Ora, nós sentimos que há movimentações no *online*, onde é permitido criar modelos de rádio mais próximos deste terceiro setor, e sabemos que, provavelmente, esta definição de rádio comunitária se ajustaria melhor ao nosso mercado local, porque as nossas localidades são pequenas

comunidades e na nossa escala faria muito mais sentido essa questão do comunitário do que da ideia do local.

Numa eventual criação da tipologia de rádio comunitária em Portugal, na sua opinião, que obrigações deveriam ter? O que as pode diferenciar das atuais rádios locais?

Não seria capaz de elencar exaustivamente uma série de obrigações, mas imaginaria que estaria nas suas obrigações ou nos requisitos ter uma relação com escolas, com instituições da comunidade. Abrir-se, de facto, mais à participação da sociedade civil, que eu sei que também é uma possibilidade para as rádios locais... mas o facto de não haver este chapéu de rádio comunitária, no caso das nossas rádios locais, a mim parece-me que cria mais constrangimentos do ponto de vista da flexibilidade económica.

Uma rádio comunitária parece-me mais flexível porque poderia ser patrocinada, vamos dizer assim nalgumas atividades por projetos de outra natureza que eventualmente serão impeditivos no conceito de rádio local. Uma rádio local, por exemplo, não pode ter pelo menos no papel, financiamento da autarquia.

Mais do que criar especificamente uma nova tipologia de rádio, acho que o que o setor precisa é de um enquadramento legal diferente. O panorama das rádios locais é muito diferente daquilo que era há 15 ou 20 anos para cá, mas a lei não acompanhou esta mudança. E, pelo contrário, a lei eventualmente cria constrangimentos a ultrapassar-se algumas dificuldades. Por exemplo, eu não tenho a certeza que faça sentido que uma rádio local tenha programação 24 horas por dia. Acho que era preferível ter uma franja específica, por exemplo, vamos dizer das 9h às 6h, coincidindo com o horário das lojas, das fábricas, das pequenas empresas, porque antes das 9h as pessoas estão em casa e certamente ligam a televisão. Depois das 6h, chegam a casa e ligam a televisão para ver o telejornal, ou estão no computador. Se a franja de programação fosse mais concentrada, isso permitia, sem prejuízo da ideia de proximidade, fazer melhor em menos tempo e permitiria concentrar melhor os recursos humanos especializados, para uma programação eventualmente mais ajustada àquilo que é o princípio da rádio local.

Interessa que a rádio funcione toda a noite? Se é o computador que está a pôr música, porquê? Porque é que estamos a fazer esse consumo de energia e a fingir que temos uma programação local de 24 horas por dia? É preferível, por exemplo, que o noticiário não seja de hora a hora, mas que seja um às 9h, outro às 11h, outro às 13h, de duas em duas horas, mas que seja efetivamente local e não seja uma mera réplica. Muitas rádios locais têm apenas um jornalista na redação e entre atender telefonemas, fazer entrevistas, preparar a informação, editar o noticiário, emitir, etc., tudo isto de hora a hora, não sobra tempo para fazer um trabalho mais elaborado. Portanto, acho que era preferível ter uma programação menor, mas melhor e isso é uma das questões que faria sentido repensar.

Também redimensionar o mapa das rádios que temos e assumir que algumas não faz sentido que continuem a existir. Eu sei que, numa cidade pequena, se há duas rádios, é possível que exista mais pluralidade. No entanto, entre ter duas rádios fracas e ter uma boa, que faz um bom trabalho e que tem capacidade de recrutamento de pessoas qualificadas e de atração de novos talentos, prefiro que haja só uma. Temos no país mais de 300 rádios locais, diz-se, mas existem mesmo? Refiro-me a um verdadeiro sentido do que é o local. Há muito que já não serão realmente 300 e tantas as emissoras puramente locais.

Como é que entende que pode ser relevante o papel do Estado numa eventual estratégia de revitalização do setor?

É preciso criar medidas para que as rádios possam desenvolver planos estratégicos e assim criar capital humano. É necessário cativar novas energias, reconquistar e formar pessoas. Não digo necessariamente que se mantenham as mais de 300 rádios locais que se criaram em 1989, mas se um terço delas vingar com uma nova estratégia, seria muito bom.

O que é que o Estado pode fazer? Talvez não tenha pensado propriamente nisso, mas pode talvez lançar um programa de desafio às rádios para fazerem uma planificação de estratégia que passe, por exemplo, pela promoção de cursos breves. Porque repare, por exemplo, fala-se muito dos cursos que a TSF fez para formar o seu próprio pessoal. Foram cursos efetivamente muito marcantes para aquela geração. Não seria de pensar numa coisa semelhante, ainda que a outra escala para as rádios locais? Ou seja, formar-se pequenos núcleos que têm formação específica, que são convidados a experimentar, a levar novas ideias para a rádio.

Porque em termos de formação tecnológica, já vimos que isso é a coisa mais simples neste momento, quase podemos editar um programa no telemóvel. Não é a dificuldade de acesso à tecnologia, o que o que é necessário é fazer uma sensibilização para este meio. De facto, não é só por nostalgia que as pessoas dizem que a rádio é paixão; é que quando se experimenta é mesmo.

Temos estado a falar da rádio hertziana. Sabendo que a Internet é o caminho de evolução de muitas rádios, em que medida este aspeto lhe parece relevante na revitalização do setor?

Eu acho que falar do hertziano ou do *online* é apenas falar da forma de transmissão, a forma de fazer rádio pode ser a mesma. O *online* dá-nos uma ideia mais avulsa da programação, porque posso fazer *download* de programas. Ser hertziano ou *online*, é sobretudo a via pela qual chegamos às pessoas. Em termos de modo de fazer, não se altera propriamente.

Eu acho que nós ainda não atingimos, em Portugal, um patamar para abandonar a rádio hertziana, porque continua a haver muita gente que não tem Internet, porque continua a haver muitos locais onde, mesmo havendo Internet, ainda não chega bem o sinal lá. Portanto, eu não considero que o hertziano seja para abandonar. Também porque sabemos que em determinadas circunstâncias de calamidade, por exemplo, o hertziano pode subsistir, mesmo quando falha o sinal de rede.

Não acho que esse seja um problema central. A questão central está mesmo num reconhecimento público que seria necessário fazer da relevância do meio rádio, seja *online* ou hertziano. Da potencialidade que este meio tem para estimular criatividade, para criar vínculos relacionais, para fazer vingar, por exemplo, a expressão de identidades culturais que não têm espaço noutros meios, ou que não são audíveis noutros meios, como a imprensa. Portanto, acho que é muito mais importante esse trabalho de sensibilização e de conquista ou reconquista do público e também dos produtores. Porque o problema não está só nas audiências, está também eventualmente em reconquistar pessoas que vejam aqui um espaço de descoberta. Parece-me que está muito mais nisso, do que nas questões materiais e a lei, em termos de regulação, tem impacto nisto e não apenas nas questões materiais propriamente ditas.

Tendo em conta o seu trabalho nesta área, qual é a visão que tem da rádio como produtora e repositório de património sonoro?

Como país, ainda não somos suficientemente sensíveis ao valor patrimonial dos registos sonoros. Não há ainda uma estrutura que faça o arquivo das produções radiofónicas e, do ponto de vista da investigação académica, isso é uma grande lacuna. Não há um local onde se possa ir ver/ouvir os registos. Se alguém quiser fazer uma análise da cobertura da imprensa, vai à hemeroteca ou a uma biblioteca de arquivo distrital e em princípio encontra os registos todos. As próprias rádios não guardam arquivo a não ser pelo período legal obrigatório. Com a Internet passou a haver alguma possibilidade de guardar coisas, mas são avulsas, não estão organizadas numa estrutura formal, nacional, como poderá vir a ser o Arquivo Nacional do Som. E a rádio vive nesta ambiguidade: é um meio muito importante para conferir valor àquilo que é o ambiente acústico em que nos inscrevemos, às nossas memórias sonoras, porque dá acesso à voz de determinadas comunidades, porque regista músicas e sons característicos, quer por trabalhos mais ligados ao entretenimento, quer mais ligados à informação... mas aquilo que faz é efémero. Curiosamente, conferindo valor, esse valor depois não tem uma proteção suficiente para que, daqui por alguns anos, se possa ouvir o que se estava a emitir hoje. E penso que esta é também uma das razões por que os estudos de rádio demoraram muito tempo a desenvolver-se. Não tenho dúvidas, teríamos um património riquíssimo da história local, que não é acessível por nenhuma outra via, senão aquela que as rádios efetivamente poderiam ajudar a preservar.

Numa perspetiva de evolução do setor, que leitura faz de uma possível transição da rádio analógica para o digital?

No meu ponto de vista, a Internet acabou por matar outras vias de digitalização, porque deixou de se impor como necessário a partir do momento que se democratizou de tal forma o acesso à Internet. Já é por aí que recebemos o sinal digitalizado. E que interagimos dessa forma digital, portanto, não sei até que ponto é que ainda haveria alguma possibilidade de repensarmos esse pouco investimento que se fez no DAB.

Alberto Arons de Carvalho

Antigo vice-presidente do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local?

Vejo a rádio local como uma rádio de proximidade. Portanto, a importância que tem, ou que deveria ter, tem a ver com a especificidade, ou seja, a proximidade com os públicos-alvo. A rádio local não é importante apenas pelo lado lúdico-musical, mas sobretudo pela informação de proximidade, que é algo que apenas pode ser oferecido pelos meios regionais.

Houve uma série de decisões desde o início das rádios locais em Portugal, que condicionaram essa capacidade de oferta de proximidade às populações, mas o contributo de uma rádio local está mais relacionado com a questão da palavra, da informação, do que propriamente com o aspeto musical, onde uma rádio local não se pode distinguir de forma tão nítida de uma rádio de outro âmbito qualquer.

Qual é a sua apreciação qualitativa do estado atual do setor?

As condições que as rádios locais têm para desempenharem essas funções de proximidade são obviamente más. Essas condições têm a ver com vários fatores: em primeiro lugar, relacionados com a sua origem. O concurso público de 1989 teve em consideração sobretudo a oferta do ponto de vista do espectro radioelétrico e não teve nenhuma ponderação do ponto de vista da viabilidade económica das rádios. Isso levou a que vários concelhos do país tivessem um número de rádios locais demasiado grande em relação às suas capacidades económicas.

No primeiro concurso público, a definição da oferta em função apenas de características técnicas teve a ver com uma resposta, o mais ampla possível, em relação ao movimento de rádios piratas nos anos 80. Nesse período e nessas rádios, havia muitos jovens que não tinham qualquer interesse em se profissionalizarem, mas apenas queriam participar no espaço público. Havia muito entusiasmo, mas a sustentabilidade económica ou financeira das empresas que viriam a constituir-se não era minimamente fundamentada. Esse primeiro concurso teve uma característica muito assinalável: temos um país do litoral e um país do interior. No litoral, houve concursos com mais candidatos do que rádios disponíveis. No interior do país, houve muitos concelhos sem candidaturas, o que era desde logo um primeiro sinal de preocupação.

Depois deste primeiro facto, toda a resposta legislativa ao longo dos anos foi no sentido de liberalizar, o que se compreende do ponto de vista económico. Mas esta liberalização impôs menos condições às rádios locais: por exemplo, a possibilidade de passarem a temáticas/musicais, bem como a possibilidade de associação de rádios locais em cadeias de rádios, perdendo a proximidade e a ligação ao território concelhio. Logo em 2010, passou a ser possível as rádios locais serem emitidas ou serem produzidas fora do concelho. Desta forma, essas rádios locais poderão ter apenas um colaborador - e algumas nem isso...- no próprio concelho. Portanto, a ligação efetiva às comunidades locais é, em muitas rádios, muito baixa, o que significa que hoje muitas das rádios locais não se distinguem umas das outras. Uma são essencialmente musicais, mesmo que não sejam temáticas musicais, outras emitem em cadeia, visam obter alguma publicidade, mas a ligação às comunidades locais, às autarquias, às regiões, para onde emitem e onde deviam ser produzidas, não existe ou existe muito tenuemente.

Outra questão: em 1997, o sistema de incentivos do Estado à comunicação social regional passou a integrar também a radiodifusão local, mas estes incentivos têm-se centrado principalmente na modernização tecnológica. A meu ver, deveria incentivar-se a questão da proximidade, da ligação às comunidades locais, o que passa por apoiar menos a reconversão tecnológica e mais porventura a existência de jornalistas, de profissionais, ou seja, criar um sistema de incentivos mais orientado para a questão das redações e para a empregabilidade jornalística.

Do conhecimento que tem da relação entre os poderes locais e a rádio, que leituras faz de um possível financiamento das autarquias?

Houve uma determinada altura em que as câmaras não podiam apoiar as rádios, mas houve uma alteração legislativa que permitiu esse apoio. As autarquias podem apoiar. Penso que é uma medida essencial. É claro que há sempre o risco de excessiva dependência de apoios indiretos, de compra de publicidade, como acontece muitas vezes com a imprensa regional, sendo pouco independente do poder local. Essa questão poderia ser resolvida, por exemplo, por uma votação por 2/3 na assembleia municipal, o que obrigaria a uma certa consensualização entre o poder estabelecido e a oposição. Isto pode ser uma hipótese, considerando que o Estado tem recursos limitados destinados ao apoio à comunicação social. Poderia assim incentivar-se as autarquias, a financiarem, de forma consensual e alargada, as rádios locais.

Faria sentido as obrigações de publicidade institucional serem alargadas às câmaras como forma de apoio aos órgãos de comunicação local?

É pelo menos um tema de estudo importante. Julgo que o poder local deveria privilegiar o apoio à sustentabilidade da comunicação social regional e local como forma de garantir uma informação de proximidade. Isso devia ser feito de modo a preservar a independência e a pluralidade de vozes, e não aquilo que existe em alguns casos, que é uma estreita dependência dos órgãos de comunicação social face à câmara municipal onde estão integrados.

Numa eventual alteração legislativa, considera pertinente rever a tipologia atual de rádios em Portugal?

É verdade que hoje em dia há rádios locais que continuam a ser consideradas como tal, apesar de estarem em cadeia de forma parcial ou total, mas são locais em função do espaço geográfico onde emitem.

A importância de uma possível reclassificação seria mais para distinguir uma rádio local daquela que não o é de facto em termos de ligação efetiva às comunidades locais. Ou seja, existindo um sistema de apoios e havendo escassez de meios, o essencial seria privilegiar ou reservar para as rádios locais de proximidade esses apoios. Nesse sentido, uma definição mais criteriosa do que é verdadeiramente uma rádio local fará sentido.

Qual é a sua avaliação dos efeitos da implementação da Lei de 2010?

Permitiu a deslocalização. Lá está outra vez o mercado versus o interesse público e a proximidade. É compreensível que as rádios locais quisessem a possibilidade de produzir fora do concelho para onde emitem. Agora, ainda que isso possa ter salvo algumas rádios locais de uma situação mais difícil, foi um golpe muito grande na proximidade. Porque a partir daí passou a ser admissível ter um estúdio instalado em Lisboa ou no Porto, onde são produzidas uma série de rádios locais ao mesmo tempo para vários pontos do país, praticamente iguais ou com grelhas de música ligeiramente diferentes,

mas em que a especificidade regional ou local não existe praticamente. E, portanto, qual é o papel dessa rádio local como alternativa musical? É muito frágil. Eu percebo que para as rádios locais isso tenha sido, ou pelo menos para grande parte delas, uma vitória e até a salvaguarda da sua existência. Para o interesse do público e para a proximidade das rádios foi uma derrota.

Como já referi, creio que o problema está na origem, no estudo que não foi feito nos anos 80. Estudou-se a viabilidade técnica hertziana das rádios e não a viabilidade económica, e foi aí o erro de raiz que nunca mais foi ultrapassado.

Considerando que os consumos de informação estão a mudar devido às alterações demográficas, sendo a rádio local mais ouvida no interior do país, em zonas menos urbanas e com populações mais adultas, e menos ouvida pelos mais jovens com formas de consumo diferentes, mais virados para a utilização da Internet. O que é que especificamente a rádio local pode oferecer aos públicos mais jovens?

Acho interessante que se faça um estudo para saber o perfil sociodemográfico dos ouvintes de rádios locais e admito que, de facto, a rádio local de proximidade seja mais ouvida pelas camadas etárias mais velhas, que costumam estar em casa grande parte do dia. Mas também é verdade que se não é uma rádio local que reporta os acontecimentos da Câmara Municipal, das freguesias, os acontecimentos locais, sociais, desportivos, etc., daquele concelho, não é mais ninguém. Por conseguinte, é uma forma que pode aproximar até mesmo os públicos mais jovens que veem aí uma fonte também de informação.

É verdade que as rádios têm que adequar a sua oferta programática aos ouvintes e àquilo que estes ambicionam, porque se não tiverem público não terão anunciantes. O tipo de público é um fator indireto de angariação de anunciantes e de sobrevivência económica. Esta conjugação de fatores não é fácil de facto. Ora, volto a dizer, o interesse público do direito à informação das pessoas, está numa rádio de proximidade que tenha conteúdos informativos sobre a região onde essa rádio se integra. É claro que há alternativas através da Internet para os públicos mais jovens, mas também aí as rádios locais podem através do ROLI chegar a esses públicos.

A Lei de 2010 introduziu uma série de alterações em termos das operações de concentração, alterações de domínio e possibilitou a cessão de licenças das rádios. Numa eventual alteração legislativa, considera que estes aspetos devem ser revistos?

Creio que é muito difícil voltar atrás do ponto de vista legislativo, porque possivelmente levaria ao encerramento de muitas rádios. É claro que se podia sempre dificultar a transição de rádios generalistas para temáticas musicais, por exemplo, mas isto até poderia criar uma situação de privilégios em relação a quem já emite.

Não creio que passe por aí a revisão das normas da Lei da Rádio. Eu recordo-me que, no Conselho Regulador da ERC em que estive, no início, tínhamos uma visão mais estreita e, a pouco a pouco, fomos liberalizando, porque percebemos que, muitas vezes, não autorizar a cessão seria fechar a rádio. E, mais do que isso, fechar a rádio não significava depois haver um novo concurso para aquele vazio. Pior ainda, seria deixar de haver rádio ali onde já tinha existido. Portanto, fomos liberalizando, fomos simplificando os conceitos.

Acho que as preocupações principais devem ser, em vez de dificultar a questão da deslocalização da produção dos conteúdos ou de mudança de generalista para temático, incentivar as rádios, como já

tinha referido, a terem uma componente de proximidade e dar-lhes condições para que isso seja viável.

Considera adequadas as obrigações estipuladas na lei atual sobre os serviços noticiosos?

Acho que são adequadas. A questão é saber se as rádios locais podem ter mais jornalistas e mais obrigações. Isso tudo depende dos apoios que consigam obter do Estado ou das autarquias. Só em função disso, é possível pensar nessas obrigações.

Como pondera o surgimento de rádios de proximidade que não passem apenas pela dimensão territorial, ou seja, de rádios comunitárias?

Em termos de utilização do espaço radioelétrico parece-me difícil, porque o mercado já se debate com extremas dificuldades, como vemos... Agora não excluo que isso possa acontecer, mas também não é por acaso que na Internet, onde isso poderia existir com maior facilidade, essas rádios de nicho por temas e não por região não têm aparecido, o que é também implicitamente uma resposta.

Não creio que fosse de excluir, mas do ponto de vista da utilização do espaço radioelétrico, parece-me improvável.

Como avalia a possibilidade de constituição de rádios distritais?

Eu creio que seria interessante, sobretudo para os concelhos do país, onde há poucas rádios locais. Mas é difícil voltar atrás nessa gestão do espaço radioelétrico. É claro que isso só podia ser feito eventualmente em diálogo com as rádios existentes. Seria uma hipótese para ultrapassar a ausência de rádios de proximidade em determinados lugares do país, mas poderá ser mais difícil no litoral do que no interior, porque no litoral o espectro radioelétrico está preenchido com rádios genuinamente locais e com rádios que pertencem a cadeias de rádios e que não têm qualquer ligação às comunidades para onde são transmitidas.

Referiu a importância de criar um sistema de apoios para as rádios locais. Que outros aspetos considera serem importantes numa política futura do setor?

Eu penso que o fundamental está no apoio à informação de proximidade. Não vejo outras medidas tão necessárias. Não vejo viável quaisquer alterações significativas na legislação existente ou fazer novos concursos. A prioridade é apoiar as rádios de proximidade para que cumpram as suas funções.

Elísio Oliveira

Antigo membro do Conselho Regulador

Qual é o seu entendimento sobre a importância social da rádio local?

Apesar das alterações sociais, económicas e culturais que os territórios vão conhecendo, associadas à adesão aos novos *media* pela geração mais nova, a rádio local continua a ser um meio muito importante. Nestes tempos de mudança, a audiência vai solicitando outras coisas à rádio, senão envelhece. É preciso criar condições para travar o envelhecimento da rádio. Fred Jacobs, um consultor de *media* focado na radiodifusão, num artigo na Radio World, dizia que a rádio está a envelhecer. É preciso olhar para isto rapidamente. O perfil da audiência vai-se alterando. Agora, que é muito importante, é porque é um meio que “fala” para cada um de nós. A rádio é, sobretudo, companhia com uma função social e cultural muito importante.

As múltiplas funções da rádio – e em particular a rádio local - são questões a considerar, ao nível de políticas para o setor; não se podem fazer políticas sem se pensar nas audiências. Isto está relacionado com a política de conteúdos e dos apoios à atividade. Hoje, dadas as tecnologias, é indiferente o ponto a partir de onde é emitido: o que interessa é o ajustamento do conteúdo à audiência.

Falamos da proximidade geográfica. Por exemplo, a rádio comunitária está associada a um outro tipo de proximidade. Mais reduzida. Entendo que as duas têm lugar nas políticas futuras. Existe o caso de Espanha com rádios municipais ou comunitárias que abrangem municípios. As rádios comunitárias têm o risco da sua apropriação por parte de movimentos políticos e, nesse caso, a sua função transforma-se, quando o que se pretende é uma rádio de serviço às populações.

Relativamente ao facto de muitos municípios terem uma relação muito direta com as rádios locais, que é a única forma que de sobreviver, entendo que esse apoio é fundamental para a sua sobrevivência, particularmente nos meios pequenos. Deviam ser permitidos desde que esses apoios fossem sancionados pelas assembleias municipais e não apenas pelos executivos. Quando são apoiados pelo executivo, há um risco maior de subversão do projeto. Creio que nas assembleias municipais deveriam ser criados mecanismos para gerir a relação e o apoio com os *media* locais.

Nos territórios densamente povoados, as câmaras já promovem e dialogam com os seus municípios através das redes sociais e *sites*, antes mesmo de usarem a rádio. A informação é permanente nos *sites* das autarquias dos grandes centros urbanos. Mas não acontece, com o mesmo vigor, nos municípios pequenos, no interior, onde os meios locais são essenciais.

Consideram que as autarquias estão em condições para viabilizar o financiamento das rádios locais?

Acho que sim, desde que passe pelas assembleias municipais acho mesmo que é a única forma de viabilizar alguns projetos. Eu veria com bons olhos que a lei futuramente pudesse, como aliás, já foi equacionado várias vezes e nunca chegou a avançar, estipulasse por uma maioria qualificada as Assembleias Municipais viabilizassem esses apoios. Seria muito mais transparente e essencial para a sobrevivência de pequenas rádios.

Por outro lado, essa sobrevivência ajudaria a fixar os jovens que aparecem nesses concelhos, com desejo de seguirem uma vida profissional nos *media* com poderem usufruir ordenados dignos. Estar toda a vida ganhar o ordenado mínimo ou menos ainda é condená-los, por isso fogem de lá.

Qual é a sua apreciação qualitativa do estado atual do setor? Tendo em conta os recursos humanos, os encargos destas empresas, entre outros aspetos que considere relevantes.

O problema das rádios locais em Portugal começa com a distribuição das frequências. Em alguns países usam o *low power* e se calhar, em Portugal justificava-se para as rádios de proximidade. Estas *low power* são rádios com pequenas coberturas, não passam dos 250 quilowatts. Mas estamos a falar de países cujas regiões têm capacidade económica para sustentar estas rádios e onde a cultura da publicidade é intensa. Ninguém começa um negócio, por mais pequeno que seja, sem o promover, senão não avança. Não é nosso caso. Não temos dimensão.

Há frequências atribuídas em concelhos que não têm uma atividade económica forte que suporte a viabilização da rádio local. São rádios feitas por amantes da rádio, o que chamamos “carolas”, muito importantes no desenvolvimento da radiodifusão local, mas que para sobreviver e pagar as despesas não podem prescindir do apoio dos municípios e do recurso a colaboradores gratuitos que conseguem mobilizar na comunidade. Há situações de rádio de proximidade muito dinâmica, mas para uma população que está a envelhecer. A rádio envelheceu nos últimos anos. Tem envelhecido extraordinariamente, é o meio que mais tem envelhecido. A rádio dos anos 70, dos anos 80 e dos anos 90 não é a mesma, seja na forma, seja no conteúdo a que está associada.

No princípio deste século, havia só a Internet, agora são os *podcasts*, as redes sociais, é todo um ambiente onde quem não estiver presente, acabou. Por isso, quem viver exclusivamente da radiodifusão e não tiver outro meio ou outro tipo de negócio associado tem a sua viabilidade muito mais dificultada. É assim que muitas das rádios vão sobrevivendo no país, têm um segundo negócio que associam à rádio.

Em termos dos recursos humanos, as pessoas que trabalham numa rádio local, ou mesmo numa rádio de grande dimensão, têm que ter um perfil *multitasking*. Antigamente especializava-se numa tarefa. Hoje, cada vez mais, não podemos dissociar todas as valências dos recursos humanos. A evolução dos equipamentos exige um conhecimento mais alargado, é preciso saber o mínimo de informática e de produção digital. A outra questão, também muito importante, é a automação: hoje conseguimos ter uma rádio quase sem pessoas e o ouvinte não chega a perceber. Isto mexe com a estética da rádio, com o formato e exige muito de quem tem de programar uma rádio com essas características. Por isso, os recursos humanos também se vão transformando.

O problema é a fixação dos recursos humanos em sítios muito pequenos. É um drama fixar pessoas de multimédia numa pequena cidade. O país é desequilibrado em termos demográficos o que, obviamente, se reflete nos recursos humanos. Aliás, há muitas empresas do interior, em vários setores, que têm falta de mão-de-obra qualificada. Estas são questões comuns a quase todas as atividades, não são realidades apenas da rádio.

Quanto à informação, o que interessa, em meu entender, é garantir a quem produz informação uma carreira profissional. É indiferente pertencer ao quadro de uma rádio ou se trabalha para diversas rádios. Com os recursos financeiros muito limitados as rádios locais têm muita dificuldade em tudo quanto diga respeito a custos fixos. Há um negócio que começa a despontar, na produção de informação. São as *pools*, uma forma reduzir custos. São estruturas que se organizam e produzem informação e outros conteúdos direcionados para as rádios locais dos mais diversos concelhos. É uma tendência recente que começa a dar os primeiros passos.

Mas os custos fixos não são apenas nos recursos humanos. As rádios têm de pagar direitos de autor, direitos conexos, taxas de regulação da ANACOM, as taxas da ERC. Têm de pagar energia e outros serviços, depois têm a manutenção dos equipamentos. Uma rádio local que tenha um problema, por exemplo, uma trovoadas que queime os equipamentos é um prejuízo enorme, como recupera?

Uma das coisas a que se devia fazer com a brevidade possível é a revisão da Lei da Rádio. A Rádio é o *media* com as maiores restrições regulatórias. Seja no alargamento das rádios em associação, nas parcerias, na alteração de projeto, etc... É preciso olhar para isso de outra forma. A rádio seja local ou não é também um negócio, não apenas à evolução tecnológica do sector, mas também à promoção do crescimento económico dos operadores.

Como é que vê a participação direta na produção de conteúdos da própria sociedade, da própria comunidade?

Pode-se dar essa possibilidade às rádios. Não há problema nenhum, o problema é quem faz e se faz bem? Dou sempre o seguinte exemplo, nos anos 70/80 no Canadá, os detentores da exploração do cabo de televisão, tinham de proporcionar um canal comunitário feito pela comunidade. Havia programas dos portugueses, dos gregos, dos chineses, que eram as comunidades que viviam ali, e dos canadianos, obviamente. Estas iniciativas também serviam para que houvesse um progresso profissional, de valorização a futuros profissionais. Devo dizer que destes canais comunitários, saíram excelentes profissionais. Na rádio também pode acontecer.

Portugal, na rádio local e apenas aí, penso que seria interessante, mas como é que se faz isso? Não sei. Quem produz? Pergunto: as rádios locais, terão possibilidade de ocupar os escassos recursos a quem deseja produzir? Normalmente, quem aproveita essa disponibilidade das rádios locais emitirem conteúdos locais produzidos pela comunidade, são as comunidades de emigrantes. Acho que em Portugal, nas rádios locais, temos um *deficit* de programas dirigidos aos imigrantes.

Não sei porque é que não temos, porque até podiam tirar algum rendimento comercial. Mas não vejo isso acontecer. Talvez as pessoas que estão à frente das rádios locais receiem que isso possa afastar a audiência portuguesa. A própria mentalidade dos produtores, não está para aí virada. Estão mais focados na música. Pergunto, onde está a comunidade cabo-verdiana, angolana ou até brasileira, por exemplo, com muito valor? Isso poderia ser uma das tais vias de aproximação às comunidades.

Depois temos as escolas. Faria todo o sentido que as escolas pudessem ter uma pequena rádio, com o seu pequeno estúdio - as tais *low power*, que não são rádios comerciais, mas que as famílias ouvem em casa as informações da escola, os alunos ouvem os amigos e os colegas e isso desenvolve a literacia e contribui para a aproximação dos jovens. Era um importante contributo para a literacia dos *media*.

São projetos que podem ser feitos com pequenos emissores entre os 50 e os 100, o que é acomodável, julgo eu, no espectro disponível. Uma frequência que permita emitir para um raio de 3 ou 4 km da escola. Estes projetos envolvem muito os miúdos. E mais, com o conhecimento que têm do telemóvel, estão a passar para o vídeo com uma facilidade extraordinária, a aprender os princípios básicos da comunicação. A televisão no início desenvolveu-se com os profissionais da rádio. E hoje ainda acontece isso.

Com os orçamentos das escolas a passar para a dependência das câmaras municipais, pode ser que algumas queiram proporcionar a instalação de um pequeno estúdio. É um investimento bastante

baixo, desde que a lei permita qualquer coisa neste sentido. Penso que seria muito interessante para o desenvolvimento comunicacional dos miúdos.

Que avaliação faz da participação dos grandes grupos económicos na rádio local?

Aqui referimo-nos apenas ao investimento publicitário dos grandes grupos na rádio local. Os grandes grupos olham para as audiências, ou seja, os meios decidem pelas audiências. Também decidem muito mais por princípios mais quantitativos do que qualitativos. Os pequenos operadores, dificilmente, têm publicidade de grandes marcas. O que ajuda as pequenas rádios, são as campanhas eleitorais, que o Estado paga razoavelmente e vem lá 2000 ou 3000 euros, e ficam todos contentes, a promoção das iniciativas municipais e pouco mais. É inexplicável a ausência de publicidade do Estado nas rádios locais. Por outro lado, os grupos de *media* lutam para obter rendimentos e lutam para ter mais audiência. Resta saber se o processo de medição de audiências que temos em Portugal é o mais correto para a radiodifusão.

Considera que o modelo de concurso público de atribuição de frequência deve ser revisto?

Temos o espectro completamente ocupado. Sobre o modelo de atribuição de frequências, estamos limitados pela Constituição, que exige o concurso público, julgo que havia vantagens em pensar-se num modelo diferente. Num modelo de *public hearing*, em que cada concorrente se apresenta a um júri, numa sessão pública, a defender o seu projeto. Projeto esse que é do conhecimento dos outros concorrentes e do público interessado. Já tive essa experiência. O requerente é questionado pelo júri e a assistência também pode intervir. É-lhe dada voz para se pronunciar a favor ou contra o projeto. O júri decide de porta aberta. Para mim é o procedimento mais transparente. Ali a análise é feita exclusivamente sobre o produto que cada concorrente oferece e não sobre a estrutura para fazer o produto. A originalidade do projeto, a quem serve? Que populações servem? Tudo isso conta.

Vê alguma utilidade nos procedimentos legais relativos aos períodos que os projetos não se podem alterar ou cessar?

Em Portugal, os obstáculos legais quanto aos períodos em que os projetos têm de se manter iguais e, os períodos em que as licenças não podem mudar de mãos, são muitíssimo grandes. Estão completamente desajustados à realidade da rádio, seja local ou não. A rádio é hoje um negócio com função social e com muitos riscos. Exageramos no tempo em que um operador é obrigado a manter um projeto. Hoje, esse bloqueamento não faz qualquer sentido. A dinâmica dos *media* e da rádio em particular, em pleno séc. XXI, hoje, é muitíssimo grande. Na velocidade em que vivemos e a rapidez de reação exigida aos operadores de *media*, as regras não devem bloquear alterações que o mercado determina. Isso bloqueia o desenvolvimento dos operadores.

Exageramos muito no tempo em que um operador é obrigado a manter um projeto. Tem que estar dois anos com o mesmo projeto, mesmo que esteja a perder dinheiro. Sei de casos em que os operadores oferecem a frequência e ninguém quer pela dimensão do mercado em que se encontram e pelos limites temporais criados para a cessão das licenças, alteração de domínio e alteração de projeto. Essas frequências vão acabar por erodir e, envelhecer. Tem que se estudar isso, a sustentabilidade económica do operador.

Qual é a sua avaliação dos efeitos da implementação da Lei da Rádio de 2010?

A lei naquela altura era muito inovadora. Foi um passo em frente face à versão anterior. A Lei 4/2001. Curiosamente o mesmo tempo em que a atual está em vigor. Passaram mais de dez anos, a rádio

envelheceu e a lei também. Temos de procurar ajustá-la. Acho-a também muito limitativa na questão da concentração. Há que dar maior liberdade, na questão das associações de rádios, rever toda a situação das parcerias, que são muito úteis. Mas o tempo passou, e há novas condicionantes na rádio, há novas matérias até regulatórias dos produtos que são sucedâneos da atividade da rádio.

Como vê a transição da rádio analógica para a digital?

A digitalização vai ser a oportunidade para reconfigurar muitas coisas, mas surge aqui um problema complicado. Porque através de um *multiplexe*, uma frequência pode levar mais do que um serviço de programas. Nós temos pouco espírito associativo, faz parte da cultura. Como é que estas rádios que agora têm o seu emissor, as suas antenas, que têm tudo, vão querer associar-se, partilhar despesas, pergunto. Esse é o problema que eu estou a ver na questão da digitalização. Mas o mais significativo são os recetores nos automóveis. Enquanto a indústria automóvel não reconverter tudo para digital ou optarem pelo *simulcast*, analógico e digital, haverá dificuldades com a digitalização.

Miguel Henriques

Ex-chefe da Divisão de Consignação de Frequências e Licenciamento da ANACOM²⁶

Quais são as perspetivas de desenvolvimento da rádio digital em Portugal?

Atualmente, em termos de tecnologias de digitalização do sinal de radiodifusão, há duas tecnologias disponíveis. Uma é o DAB+, que difere do DAB no formato de compressão de áudio, e temos também o DRM+. A grande diferença entre o DAB e o DRM é que um *multiplexer* do DAB permite a transmissão de mais do que uma rádio. No DRM+ um emissor transmite um serviço de programas radiofónico.

Em Portugal houve um concurso público para a atribuição de uma rede de T-DAB em 1998, esse concurso foi ganho pela RDP e o *multiplexer* tinha capacidade, porque assim foi definido no regulamento do concurso, para seis rádios. A rede era de âmbito nacional e a RDP incluiu os seus três serviços de programas de rádio no *multiplexer*, mas depois nunca foram criadas as condições regulamentares para que os outros operadores com coberturas de âmbito nacional, a Renascença e a Rádio Comercial, pudessem incluir os seus serviços de programas no *multiplexer*.

Também os operadores privados nunca demonstraram grande interesse na rede e a RDP, em 2011, pediu a revogação da licença, porque praticamente não tinha ouvintes na rede T-DAB. Era completamente ineficiente do ponto de vista económico.

Atualmente não há ninguém a emitir por DAB em Portugal, mas houve interesse de duas rádios para realizar ensaios técnicos para DAB. Não há inconveniente em autorizar os ensaios técnicos, porque existe espectro disponível para o fazer, mas salientamos que todos os serviços de programas que fizerem parte dos ensaios deverão solicitar à ERC autorização para esse efeito.

Neste momento, o desenvolvimento da digitalização parte do interesse dos operadores mais do que do Estado?

Exatamente. Em 2018 a Noruega decidiu terminar as emissões de FM nas rádios nacionais e substituí-las pelo DAB+. Desde essa data, a ANACOM faz um *benchmarking* sobre a evolução da radiodifusão digital na Europa e, por agora, esse desenvolvimento tem sido relativamente incipiente, embora se note alguma evolução no último ano. Temos acompanhado por forma a que, quando começar a haver um desenvolvimento que consideremos sustentável, possamos auscultar os representantes do setor nacional sobre o interesse do mercado nessa evolução, porque todos os desenvolvimentos na Europa têm sido com base em investimento público.

Sobre esta matéria, tenho a perceção de que as rádios locais se opunham à questão da digitalização, porque isso poderia supor uma alteração no próprio modelo de negócio que desenvolvem. No atual modelo, as rádios detêm o seu próprio emissor, enquanto com o DAB suporia eventualmente uma terceira entidade que fizesse a gestão, uma vez que o *multiplexer* transmite mais do que uma rádio.

²⁶ Quando foi realizada a entrevista, em maio de 2022, o Eng. Miguel Henriques encontrava-se a exercer o cargo de Chefe da Divisão de Consignação de Frequências e Licenciamento da ANACOM. Funções que culminou em junho de 2022.

É que o problema do DAB está relacionado com isto: normalmente a capacidade do *multiplexer* é subdividida por forma a que possam ser transmitidos seis serviços de programas. Ora, isto na minha perspetiva não se coaduna com o mercado de radiodifusão que temos atualmente, muito baseado em rádios locais. Eu bem sei que uma rádio não cobre, na prática, única e exclusivamente o seu concelho. Mas, este facto, tem-lhes aumentado a possibilidade de serem economicamente viáveis. Mas não faz sentido, na maior parte dos concelhos em Portugal, instalar um *multiplexer* por município, porque a viabilidade económica das rádios que estarão incluídas nesse *multiplexer*, será muito difícil, para além de que não existe disponibilidade espectral para atribuir um *multiplexer* por concelho. Vai ser preciso agregar concelhos e as rádios locais, para além do seu concelho, irão cobrir os concelhos das restantes rádios inseridas no mesmo *multiplexer*.

Um *multiplexer* com um só serviço de programas não é eficiente quer em termos económicos, quer em termos técnicos. Qual é o problema que pode estar associado a este modelo? É que há rádios com mais poderio económico do que outras. Por exemplo, se se instala uma rede com seis rádios, a rede vai difundir os meios por igual, a cobertura de um é obviamente igual à de outro. E depois suponha que a rede não está a chegar bem a um determinado sítio. Os que têm mais poder económico querem instalar um novo emissor para cobrir aquela zona e isso custa dinheiro. E vamos supor que há outros que não têm dinheiro para fazer esse investimento. Como é que se resolve o problema? E aí ficam criadas condições para haver algum conflito.

Por outro lado, do ponto de vista de gestão de espectro, não existe interesse de otimização associado ao digital para a rádio como aconteceu com a televisão. A radiodifusão sonora em FM desenvolve-se numa faixa de frequências (87,5-108,0 MHz) que, para além de ser relativamente estreita, 20,5 MHz, tem implicações técnicas, como por exemplo a dimensão necessária das antenas, que a torna muito pouco interessante para o mercado dos serviços móveis. Ao contrário do que sucedeu com a televisão digital terrestre, para a qual os móveis tinham muita apetência, porque a mesma era, então, 470-862 MHz. Destes 392 MHz, 168 MHz já foram atribuídos aos serviços móveis.

Depois nem o DAB, nem o DRM+ têm ainda, “aquilo” que faça que as pessoas tenham interesse em mudar. Com efeito, a qualidade da FM é muito razoável e não é através da melhoria da qualidade do áudio, que é a grande vantagem do DAB, que as pessoas vão mudar. A qualidade do som não é motivo suficiente para que as pessoas deixem a FM pelo DAB. Para tal acontecer, terá de haver, o que se designa normalmente por uma “*killer application*”.

Contudo, há uma medida regulamentar tomada pela Comissão Europeia, que propõe que os carros postos no mercado tenham obrigatoriamente um recetor digital no seu sistema de áudio. Essa medida regulamentar pode fazer efetivamente com que haja algum desenvolvimento do DAB. Mas até agora tem sido muito insuficiente.

Acha que o 5G poderia substituir com vantagens os sistemas de DAB, DRM ou a difusão tradicional em FM?

Acho que o órgão que formaliza as operações do 5G, o 3GPP, não está a pensar na transmissão de rádio através da tecnologia 5G, vejo que está mais virado para a transmissão da televisão.

Não sei qual o horizonte temporal, mas hoje em dia, ouve rádio sobretudo quem anda no carro. E já muita gente, no seu carro, ouve *podcasts*, têm Spotify, têm os seus telemóveis ligados ao sistema de

áudio do carro, e creio que esta tendência é cada vez maior. Porque hoje em dia, face à panóplia de serviços não-lineares disponíveis, os mais novos ouvem apenas o que querem e têm um absoluto controlo sobre o que ouvem, o que não é passível de acontecer na rádio; a programação é definida pela própria rádio. Creio que no futuro e com o desenvolvimento desta geração mais nova, o mercado de serviços de programas de rádio vai tender a ser muito residual. Aliás, como a televisão. Os conteúdos serão ouvidos através da *web*, de uma forma endereçada (não linear), o que se afasta da radiodifusão tradicional, isto é, não endereçada (linear), onde os que estão a ouvir a rádio, estão todos a ouvir o mesmo.

A passagem da rádio não endereçada para endereçada, é possível porque cada vez mais, hoje em dia, os operadores móveis têm oferta de dados ilimitados. Portanto, quando se paga por dados ilimitados, posso ouvir o que quiser e pedir o que quiser que não pago mais por isso. Eu acho que vai ser um fator primordial para que se comece a ouvir cada vez mais o áudio que quer ouvir. Sou eu que peço aquilo que quero ouvir através do meu telemóvel e que conecto ao meu sistema de áudio do automóvel.

Numa eventual criação de rádios comunitárias com uma emissão mais limitada em termos geográficos. Tecnicamente, é possível criar micro-frequências para este tipo de rádios?

Relativamente à possibilidade de atribuição de frequências para rádios com cobertura muito reduzida, tal dependerá da zona do País. Por exemplo, na zona da “Grande Lisboa” o espectro está completamente ocupado, praticamente de 300 quilohertz em 300 quilohertz “aparece”, isto é, ouve-se uma rádio, pelo que aqui seria muito difícil consignar uma frequência para uma rádio, mesmo com uma cobertura reduzida.

No resto do país, nomeadamente nas áreas menos populosas, em princípio é possível, embora tenha de ser estudado caso a caso, tendo em atenção que não se pode interferir, nesse bairro, as emissões das rádios em frequências adjacentes.

Que aspetos tecnológicos ou outros, tendo em conta a sua experiência, se devem ter em conta numa futura política do setor de radiodifusão?

Na minha perspetiva, a política que deve ser desenvolvida para o setor deve ser pensada para que as rádios na FM que venham a existir tenham formas de ser sustentáveis financeiramente.

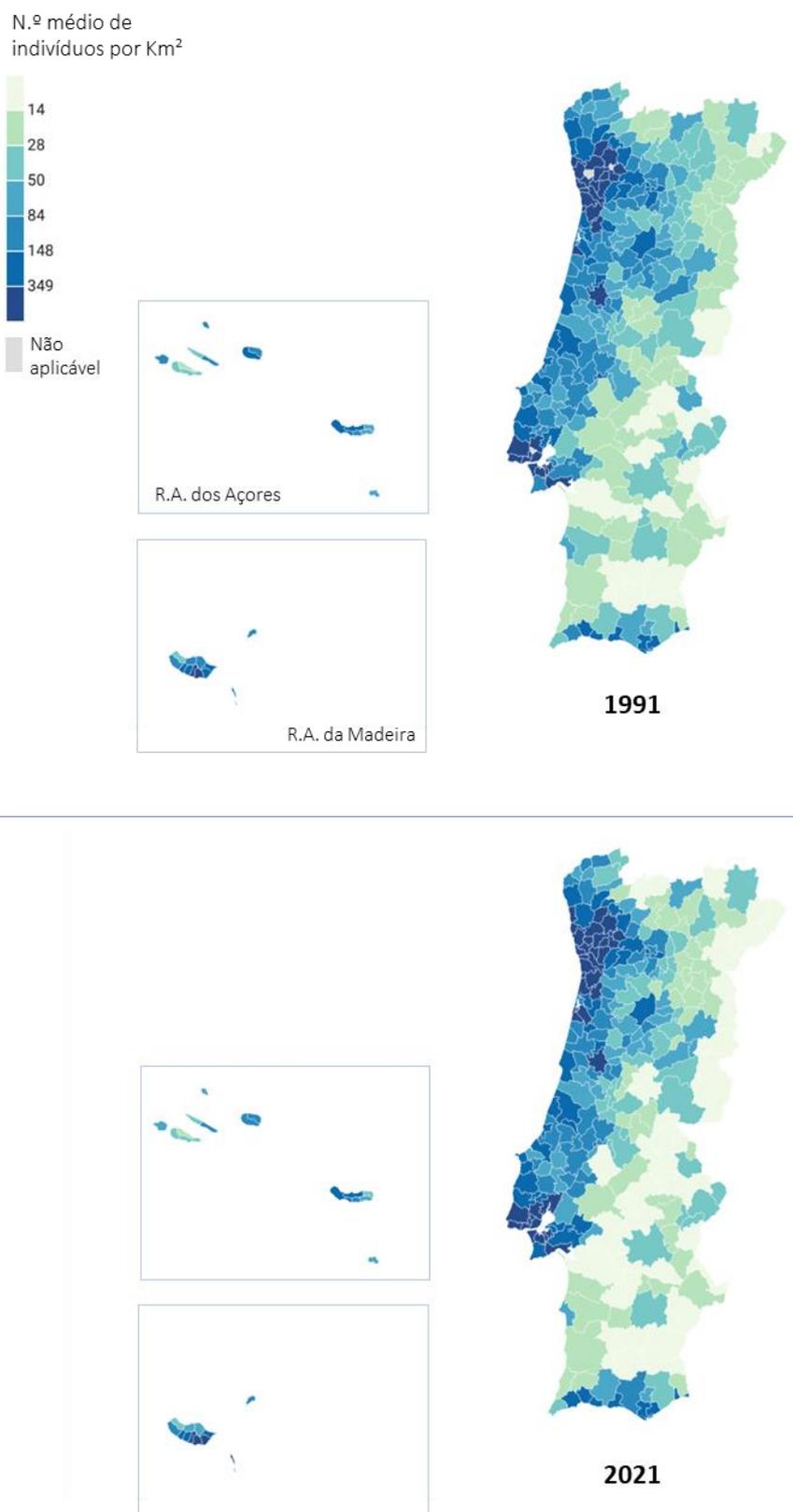
Deve-se ter em conta as obrigações, a que as mesmas estão atualmente sujeitas, como por exemplo a obrigação de emitir 24h diárias. Não se pode exigir tanto quando têm dificuldades. Por outro lado, uma rádio dar emprego a dois jornalistas para fazerem notícias de um só concelho é difícil, para não dizer impossível. Tal será, no entanto, viável caso esses dois jornalistas façam notícias de e para vários concelhos.

Entendo perfeitamente o que norteou a política nos anos 90, isto é, o conceito de uma rádio local por concelho. Todos os concelhos terem a sua voz, terem notícias do seu concelho. Nessa altura as pessoas estavam muito com essa apetência. Hoje em dia, e com a globalização a que se assiste, acho que a apetência por essa exclusividade começa a diminuir e há outras formas de as pessoas acederem a estas notícias, nomeadamente através da Internet.

A política deverá ter em conta a evolução que se verificou na sociedade ao longo destes anos, por forma a criar condições para assegurar a boa saúde financeira das rádios.

C. Análises complementares

C.1 - Densidade populacional, por município segundo os Censos de 1991 e 2021



C.2 - A área geográfica de atuação da minha organização é abrangida pela emissão de rádio com programação local?

Distrito/Concelho

Distrito/Região autónoma	Concelho	...é abrangida	...já foi abrangida mas deixou de ser	...nunca foi abrangida	Total	
Aveiro	Águeda	5	-	2	7	
	Albergaria-a-Velha	7	-	5	12	
	Anadia	3	-	1	4	
	Arouca	2	-	-	2	
	Aveiro	6	-	-	6	
	Castelo de Paiva	1	-	-	1	
	Espinho	-	4	-	4	
	Estarreja	5	-	-	5	
	Ílhavo	2	-	-	2	
	Mafra	1	-	-	1	
	Mealhada	7	-	-	7	
	Murtosa	3	-	-	3	
	Oliveira de Azeméis	6	-	-	6	
	Oliveira do Bairro	1	1	-	2	
	Oliveira do Hospital	1	-	-	1	
	Ovar	2	-	-	2	
	Santa Maria da Feira	12	-	-	12	
	Sever do Vouga	-	1	-	1	
	Vagos	1	-	-	1	
	Vale de Cambra	5	-	-	5	
Beja	Aljustrel	2	-	-	2	
	Almodôvar	3	-	-	3	
	Alvito	1	-	-	1	
	Barrancos	-	-	1	1	
	Beja	5	-	1	6	
	Castro Verde	3	-	-	3	
	Cuba	1	-	-	1	
	Ferreira do Alentejo	1	-	-	1	
	Mértola	2	-	-	2	
	Monchique	1	-	-	1	
	Moura	1	-	-	1	
	Odemira	5	3	-	8	
	Ourique	1	-	-	1	
	Pedrogão Grande	1	-	-	1	
	Serpa	1	1	-	2	
	Vidigueira	3	-	-	3	
Braga	Amares	-	3	-	3	
	Barcelos	15	-	3	18	
	Braga	11	1	1	13	
	Bragança	2	-	-	2	
	Cabeceiras de Basto	1	-	-	1	
	Celorico de Basto	2	-	-	2	
	Esposende	1	-	-	1	
	Fafe	2	3	2	7	
	Guimarães	9	-	1	10	
	Odemira	1	-	-	1	
	Póvoa de Lanhoso	3	1	-	4	
	Terras de Bouro	2	-	1	3	
	Vieira do Minho	1	-	-	1	
	Vila Nova de Famalicão	9	-	-	9	
	Vila Verde	7	-	1	8	
	Vizela	2	-	-	2	
Bragança	Alfândega da Fé	-	1	-	1	
	Boticas	-	-	1	1	
	Bragança	5	-	-	5	
	Carrazeda de Ansiães	1	-	-	1	
	Idanha-a-Nova	1	-	-	1	
	Macedo de Cavaleiros	4	-	1	5	
	Miranda do Douro	1	1	-	2	
	Mirandela	9	-	-	9	
	Mogadouro	2	2	1	5	
	Torre de Moncorvo	1	-	1	2	
	Vila Flor	3	-	2	5	
	Vimioso	2	-	1	3	
	Vinhais	6	-	1	7	
	Castelo Branco	Castelo Branco	13	1	1	15
		Coimbra	1	-	-	1
		Covilhã	9	-	-	9
Fundão		8	-	-	8	
Idanha-a-Nova		5	-	-	5	
Oleiros		5	-	1	6	
Proença-a-Nova		3	-	-	3	

	Sertã	5	-	-	5
	Vila de Rei	-	1	-	1
	Vila Velha de Ródão	-	-	1	1
Coimbra	Arganil	3	-	-	3
	Cantanhede	4	-	-	4
	Coimbra	18	-	2	20
	Condeixa	1	-	1	2
	Figueira da Foz	9	1	3	13
	Góis	5	-	1	6
	Lousã	1	2	1	4
	Mira	2	-	-	2
	Miranda do Corvo	1	1	-	2
	Montemor-o-Velho	2	1	2	5
	Oliveira do Hospital	5	-	1	6
	Pampilhosa da Serra	4	-	-	4
	Penacova	1	1	-	2
	Penela	2	-	-	2
	Soure	5	-	-	5
	Tábua	1	1	-	2
	Vila Nova de Poiares	6	-	-	6
Évora	Aguiar da Beira	-	-	1	1
	Arraiolos	2	-	1	3
	Borba	5	-	-	5
	Estremoz	3	-	-	3
	Évora	16	-	-	16
	Montemor-o-Novo	9	-	-	9
	Mora	3	-	1	4
	Mourão	1	-	-	1
	Portel	1	-	2	3
	Redondo	1	-	-	1
	Reguengos de Monsaraz	3	-	-	3
	Vendas Novas	2	-	-	2
	Viana do Alentejo	2	-	1	3
	Vila Viçosa	3	-	-	3
Faro	Albufeira	6	1	-	7
	Alcoutim	1	-	-	1
	Aljezur	1	1	2	4
	Faro	15	1	-	16
	Lagoa (Algarve)	6	-	1	7
	Lagos	5	1	-	6
	Loulé	8	-	1	9
	Olhão	4	1	-	5
	Portimão	5	1	-	6
	São Brás de Alportel	-	3	-	3
	Silves	1	2	1	4
	Tavira	10	-	-	10
	Vila do Bispo	1	1	-	2
	Vila Real de Santo António	3	1	-	4
Guarda	Aguiar da Beira	-	-	1	1
	Almeida	4	-	-	4
	Celorico da Beira	1	-	-	1
	Figueira de Castelo Rodrigo	2	-	1	3
	Fornos de Algodres	5	-	-	5
	Gouveia	7	-	-	7
	Guarda	8	1	4	13
	Manteigas	2	2	1	5
	Mêda	2	-	-	2
	Pinhel	4	-	-	4
	Sabugal	4	1	-	5
	Seia	2	2	-	4
	Trancoso	-	1	2	3
	Vila Nova de Foz Côa	2	-	3	5
Leiria	Alcobaça	5	-	-	5
	Alvaiázere	2	-	-	2
	Ansião	3	-	-	3
	Batalha	-	2	-	2
	Bombarral	-	1	-	1
	Caldas da Rainha	8	-	1	9
	Figueiró dos Vinhos	1	-	-	1
	Leiria	4	-	4	8
	Marinha Grande	9	-	1	10
	Nazaré	-	-	1	1
	Pedrogão Grande	1	-	-	1
	Peniche	1	-	-	1
	Pombal	8	-	-	8
	Porto de Mós	6	-	-	6
Lisboa	Alenquer	2	-	-	2

	Amadora	3	2	2	7
	Arruda dos Vinhos	1	-	-	1
	Azambuja	2	1	-	3
	Cadaval	4	-	-	4
	Cascais	5	-	1	6
	Lisboa	25	2	13	40
	Loures	2	-	2	4
	Lourinhã	1	-	-	1
	Mafra	7	-	1	8
	Odivelas	1	1	1	3
	Oeiras	3	1	2	6
	Sintra	5	1	-	6
	Sobral de Monte Agraço	-	3	-	3
	Torres Vedras	2	-	-	2
	Vila Franca de Xira	2	-	-	2
Portalegre	Alter do Chão	1	1	-	2
	Arronches	1	-	-	1
	Campo Maior	1	-	-	1
	Castelo de Vide	2	-	1	3
	Crato	1	-	1	2
	Elvas	3	-	-	3
	Gavião	1	-	1	2
	Marvão	1	-	-	1
	Monforte	1	-	-	1
	Nisa	1	-	-	1
	Ponte de Sor	2	2	-	4
	Portalegre	4	-	-	4
Porto	Amarante	6	-	1	7
	Baião	4	-	2	6
	Cascais	-	-	1	1
	Espinho	1	-	-	1
	Felgueiras	5	-	-	5
	Gondomar	1	1	1	3
	Lisboa	1	-	-	1
	Lousada	1	-	2	3
	Maia	1	-	-	1
	Marco de Canaveses	2	-	-	2
	Matosinhos	3	1	-	4
	Paços de Ferreira	2	-	-	2
	Paredes	3	-	-	3
	Penafiel	3	-	2	5
	Porto	29	-	-	29
	Póvoa de Varzim	3	-	-	3
	Santo Tirso	2	1	1	4
	Trofa	-	1	-	1
	Valongo	2	-	-	2
	Vila do Conde	2	1	-	3
	Vila Nova de Gaia	6	-	1	7
Região Autónoma da Madeira	Calheta	1	-	-	1
	Calheta (Madeira)	4	-	-	4
	Câmara de Lobos	3	-	1	4
	Funchal	15	-	4	19
	Horta	1	-	-	1
	Machico	1	-	-	1
	Ponta do Sol	2	-	-	2
	Porto Moniz	1	-	-	1
	Porto Santo	1	-	-	1
	Ribeira Brava	1	-	-	1
	Santa Cruz	7	-	2	9
	Santana	4	-	2	6
	São Vicente	4	-	-	4
Região Autónoma dos Açores	Angra do Heroísmo	8	-	-	8
	Calheta (Açores)	1	-	-	1
	Horta	5	-	-	5
	Lagoa (Açores)	-	-	2	2
	Lajes das Flores	2	-	1	3
	Lajes do Pico	1	-	-	1
	Madalena	2	-	-	2
	Nordeste	-	3	-	3
	Ponta Delgada	8	-	3	11
	Povoação	3	-	-	3
	Praia da Vitória	3	-	-	3
	Ribeira Grande	-	-	1	1
	Santa Cruz da Graciosa	2	-	-	2
	Santa Cruz das Flores	-	-	1	1

	São Roque do Pico	2	-	-	2
	Velas	2	-	-	2
	Vila do Porto	4	-	-	4
Santarém	Abrantes	2	-	-	2
	Alcanena	-	-	2	2
	Almeirim	1	-	-	1
	Alpiarça	-	1	-	1
	Arraiolos	1	-	-	1
	Benavente	3	-	-	3
	Cartaxo	2	-	-	2
	Chamusca	1	-	-	1
	Constância	1	-	-	1
	Coruche	2	-	-	2
	Entroncamento	2	-	-	2
	Ferreira do Zêzere	-	3	-	3
	Golegã	-	1	-	1
	Lisboa	1	-	-	1
	Loures	1	-	-	1
	Mação	2	-	1	3
	Ourém	6	1	-	7
	Rio Maior	1	-	-	1
	Salvaterra de Magos	2	-	-	2
	Santarém	9	1	2	12
	Sardoal	1	-	-	1
	Tomar	5	-	-	5
	Torres Novas	7	-	-	7
	Vila Nova da Barquinha	2	-	-	2
Setúbal	Alcácer do Sal	-	1	-	1
	Alcochete	1	-	1	2
	Almada	1	3	1	5
	Barreiro	1	2	2	5
	Beja	1	-	-	1
	Grândola	1	-	-	1
	Moita	1	1	1	3
	Montijo	-	-	1	1
	Palmela	2	-	2	4
	Santiago do Cacém	2	-	-	2
	Seixal	5	2	-	7
	Sesimbra	3	1	-	4
	Setúbal	5	1	-	6
	Sines	2	-	-	2
Viana do Castelo	Arcos de Valdevez	3	-	-	3
	Caminha	3	-	-	3
	Melgaço	4	-	1	5
	Monção	1	-	-	1
	Paredes de Coura	2	2	-	4
	Ponte da Barca	3	-	-	3
	Ponte de Lima	4	-	2	6
	Valença	2	1	-	3
	Viana do Castelo	10	1	1	12
	Vila Nova de Cerveira	6	-	-	6
	Viseu	1	-	-	1
Vila Real	Alijó	3	-	1	4
	Boticas	5	-	-	5
	Chaves	7	-	1	8
	Mondim de Basto	-	-	1	1
	Montalegre	8	-	-	8
	Murça	1	-	-	1
	Peso da Régua	1	-	1	2
	Sabrosa	-	-	1	1
	Santa Marta de Penaguião	-	1	-	1
	Valpaços	-	2	1	3
	Vila Pouca de Aguiar	3	-	-	3
	Vila Real	8	-	-	8
Viseu	Armamar	-	-	1	1
	Carregal do Sal	-	1	1	2
	Castro Daire	5	-	-	5
	Cinfães	5	-	-	5
	Lamego	9	-	-	9
	Mangualde	1	2	-	3
	Moimenta da Beira	2	-	-	2
	Mora	1	-	-	1
	Mortágua	1	-	2	3
	Nelas	3	2	-	5
	Oliveira de Frades	2	-	-	2
	Penalva do Castelo	1	-	-	1
	Resende	2	-	-	2

Santa Comba Dão	1	1	-	2
Santarém	1	-	-	1
São João da Pesqueira	1	-	-	1
São Pedro do Sul	8	-	-	8
Sátão	1	-	-	1
Sernancelhe	-	-	2	2
Tabuaço	1	-	-	1
Tarouca	3	-	-	3
Tondela	6	-	-	6
Vila Nova de Paiva	1	-	-	1
Viseu	14	-	-	14
Vouzela	3	-	-	3

C.3 - Perceções de independência e pluralismo, por distrito/região autónoma e tipo de entidade

Distrito/Região Autónoma		...é independente de doutrinas religiosas	...dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da região	...é independente em relação aos poderes políticos	...é independente em relação a poderes económicos
Aveiro	Autarquia	7,5	7,0	6,7	6,4
	Organizações da sociedade civil	6,4	6,9	5,9	5,5
Beja	Autarquia	7,8	7,6	7,6	7,4
	Organizações da sociedade civil	6,9	6,9	6,5	6,4
Braga	Autarquia	7,7	7,6	7,3	7,2
	Organizações da sociedade civil	6,7	7,2	6,6	5,5
Bragança	Autarquia	8,3	8,0	7,6	7,7
	Organizações da sociedade civil	5,8	5,8	6,0	7,0
Castelo Branco	Autarquia	7,8	6,5	6,5	6,7
	Organizações da sociedade civil	7,4	7,1	7,1	6,7
Coimbra	Autarquia	6,7	7,3	7,2	6,7
	Organizações da sociedade civil	7,5	7,3	7,4	7,7
Évora	Autarquia	7,5	7,0	6,6	6,5
	Organizações da sociedade civil	7,2	7,1	6,7	6,6
Faro	Autarquia	8,3	7,6	8,9	8,3
	Organizações da sociedade civil	7,9	7,5	7,5	7,4
Guarda	Autarquia	7,1	6,1	6,5	6,2
	Organizações da sociedade civil	6,5	6,2	5,5	6,0
Leiria	Autarquia	7,1	7,2	7,4	6,9
	Organizações da sociedade civil	7,4	7,3	6,7	6,5
Lisboa	Autarquia	7,2	6,2	7,3	6,8
	Organizações da sociedade civil	6,4	6,3	5,8	6,1
Portalegre	Autarquia	7,2	6,5	6,9	7,0
	Organizações da sociedade civil	10,0	5,5	5,5	6,0
Porto	Autarquia	7,3	6,9	7,0	6,7
	Organizações da sociedade civil	6,2	5,6	5,4	5,3
Região Autónoma da Madeira	Autarquia	8,2	7,8	7,4	6,8
	Organizações da sociedade civil	6,7	6,0	6,0	5,6
Região Autónoma dos Açores	Autarquia	7,2	7,0	7,2	6,8
	Organizações da sociedade civil	6,0	7,5	5,3	6,0
Santarém	Autarquia	8,4	8,0	8,0	8,1
	Organizações da sociedade civil	7,8	7,3	6,8	6,2
Setúbal	Autarquia	6,7	5,5	6,2	6,7
	Organizações da sociedade civil	6,9	6,8	6,2	6,2
Viana do Castelo	Autarquia	7,2	6,9	6,4	6,8
	Organizações da sociedade civil	6,4	6,1	4,5	6,0
Vila Real	Autarquia	8,3	7,5	7,0	7,4
	Organizações da sociedade civil	6,1	6,0	5,0	5,5
Viseu	Autarquia	7,5	6,9	7,2	7,0
	Organizações da sociedade civil	6,4	6,0	5,7	5,9

C.4 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e as razões de escuta de rádio local

Razões	VCramer
Pelo tipo de música que passa**	0,04
Tem informação sobre a minha região	-
Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia	-
Tem programas sobre tradições e cultura da minha região*	0,06
Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas	-
Pelos programas de entretenimento (ex.: passatempos, concursos)**	0,05
Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região*	0,09
Para ouvir os programas religiosos (ex.: missa, terço, outras celebrações religiosas)*	0,09
Para participar nos programas	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.5 - Medida de associação (V de Cramer) entre os grupos de idade e as razões de escuta de rádio local

Razões	VCramer
Pelo tipo de música que passa	-
Tem informação sobre a minha região**	0,06
Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia*	0,28
Tem programas sobre tradições e cultura da minha região*	0,15
Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas*	0,19
Pelos programas de entretenimento (ex.: passatempos, concursos)*	0,09
Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região	-
Para ouvir os programas religiosos (ex.: missa, terço, outras celebrações religiosas)*	0,20
Para participar nos programas*	0,14

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.6 - Medida de associação (V de Cramer) entre a classe social e as razões de escuta de rádio local

Razões	VCramer
Pelo tipo de música que passa**	0,06
Tem informação sobre a minha região*	0,08
Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia*	0,26
Tem programas sobre tradições e cultura da minha região*	0,11
Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas*	0,19
Pelos programas de entretenimento (ex.: passatempos, concursos)*	0,13
Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região*	0,09
Para ouvir os programas religiosos (ex.: missa, terço, outras celebrações religiosas)*	0,20
Para participar nos programas*	0,13

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.7 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e as razões de escuta de rádio local

Razões	VCramer
Pelo tipo de música que passa*	0,22
Tem informação sobre a minha região*	0,33
Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia*	0,16
Tem programas sobre tradições e cultura da minha região*	0,19
Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas*	0,22
Pelos programas de entretenimento (ex.: passatempos, concursos)*	0,09
Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região*	0,18
Para ouvir os programas religiosos (ex.: missa, terço, outras celebrações religiosas)*	0,18
Para participar nos programas*	0,12

* $p < 0,001$.

C.8 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação da rádio e as razões de escuta de rádio local

Razões	VCramer
Pelo tipo de música que passa*	0,27
Tem informação sobre a minha região*	0,34
Os locutores são uma boa companhia no meu dia-a-dia*	0,11
Tem programas sobre tradições e cultura da minha região*	0,21
Para ouvir os meus conterrâneos que participam nos programas*	0,21
Pelos programas de entretenimento (ex.: passatempos, concursos)	0,11
Para ouvir os relatos dos eventos desportivos da minha região*	0,18
Para ouvir os programas religiosos (ex.: missa, terço, outras celebrações religiosas)*	0,11
Para participar nos programas*	0,10

* $p < 0,001$.

C.9 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e as razões de não ouvir rádio local

Razões	VCramer
Não gosto do tipo de música*	0,08
Desconheço se na minha região existem rádios locais*	0,07
Não gosto dos programas de entretenimento*	0,11
Não tenho interesse nos assuntos regionais*	0,11
Não gosto do estilo dos locutores*	0,08
Não tem informação sobre a minha região**	0,04
Baixa/má qualidade do sinal das rádios locais na minha região**	0,03
Não sabe/Não responde	-
Falta de interesse/falta de hábito*	0,06
Não existem rádios locais na minha região	-
Não gosta de ouvir/não tem interesse na rádio em geral*	0,08
Prefere ouvir outras rádios/tem rotina de ouvir outras rádios	-
A informação não é rigorosa e/ou independente*	0,07
Prefere ver televisão*	0,11
Outras razões**	0,04
Não tem tempo**	0,04

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.10 - Medida de associação (V de Cramer) entre os grupos de idade e as razões de não ouvir rádio local

Razões	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	VCramer
Não gosto do tipo de música*	55,5%	47,9%	42,0%	34,4%	16,7%	6,8%		0,38
Desconheço se na minha região existem rádios locais**	25,4%	26,6%	21,5%	24,9%	22,9%	19,2%		0,06
Não gosto dos programas de entretenimento*	24,7%	21,8%	23,2%	16,2%	10,8%	4,1%		0,22
Não tenho interesse nos assuntos regionais*	21,3%	14,7%	8,2%	11,2%	11,5%	11,3%		0,12
Não gosto do estilo dos locutores*	16,6%	16,5%	15,4%	13,0%	7,6%	2,7%		0,18
Não tem informação sobre a minha região*	7,0%	8,4%	12,9%	6,5%	13,4%	2,0%		0,16
Baixa/má qualidade do sinal das rádios locais na minha região*	7,2%	7,8%	9,1%	9,3%	9,4%	4,0%		0,08
Não sabe/Não responde*	2,7%	3,7%	5,4%	8,9%	7,5%	11,5%		0,13
Falta de interesse/falta de hábito*	1,8%	2,1%	2,0%	4,3%	9,8%	12,1%		0,19
Não existem rádios locais na minha região	4,5%	4,0%	4,1%	3,8%	6,6%	5,7%		0,05
Não gosta de ouvir/não tem interesse na rádio em geral*	1,8%	2,3%	0,0%	1,0%	4,6%	13,8%		0,25
Prefere ouvir outras rádios/tem rotina de ouvir outras rádios*	2,1%	0,9%	2,6%	8,6%	7,7%	5,4%		0,13
A informação não é rigorosa e/ou independente**	2,0%	5,5%	2,8%	4,7%	4,0%	3,9%		0,06
Prefere ver televisão*	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	14,2%		0,32
Outras razões*	2,3%	2,7%	3,3%	1,1%	6,3%	4,3%		0,09
Não tem tempo*	0,0%	1,2%	0,0%	3,2%	4,5%	4,4%		0,13

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.11 - Medida de associação (V de Cramer) entre as classes sociais e as razões de não ouvir rádio local

Razões	A	B	C1	C2	D	Tendência	VCramer
Não gosto do tipo de música*	37,1%	42,3%	40,7%	29,7%	16,7%		0,21
Desconheço se na minha região existem rádios locais*	31,1%	28,3%	27,4%	21,7%	15,0%		0,13
Não gosto dos programas de entretenimento*	15,0%	25,2%	18,8%	13,3%	10,7%		0,13
Não tenho interesse nos assuntos regionais	12,8%	14,0%	13,2%	12,6%	11,1%		-
Não gosto do estilo dos locutores*	11,3%	19,3%	12,5%	9,7%	7,3%		0,12
Não tem informação sobre a minha região*	8,0%	10,6%	9,0%	8,4%	4,9%		0,07
Baixa/má qualidade do sinal das rádios locais na minha região**	4,8%	8,5%	7,7%	9,1%	5,4%		0,06
Não sabe/Não responde*	7,6%	6,1%	3,2%	8,1%	10,3%		0,10
Falta de interesse/falta de hábito**	1,5%	4,7%	5,7%	6,3%	7,1%		0,06
Não existem rádios locais na minha região	1,9%	4,4%	4,6%	5,9%	4,8%		-
Não gosta de ouvir/não tem interesse na rádio em geral*	0,8%	0,9%	1,7%	3,1%	12,7%		0,22
Prefere ouvir outras rádios/tem rotina de ouvir outras rádios**	5,4%	3,2%	4,1%	3,8%	6,5%		0,06
A informação não é rigorosa e/ou independente**	8,5%	4,0%	4,0%	3,1%	3,4%		0,06
Prefere ver televisão*	0,0%	0,0%	0,7%	2,8%	10,3%		0,22
Não tem tempo*	0,9%	1,7%	1,1%	2,3%	4,4%		0,09
Outras razões	3,8%	3,4%	4,1%	2,5%	3,8%		-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.12 - Medida de associação (V de Cramer) entre as regiões e as razões de não ouvir rádio local

Razões	V Cramer
Não gosto do tipo de música*	0,19
Desconheço se na minha região existem rádios locais*	0,32
Não gosto dos programas de entretenimento*	0,12
Não tenho interesse nos assuntos regionais	-
Não gosto do estilo dos locutores*	0,13
Não tem informação sobre a minha região*	0,13
Baixa/má qualidade do sinal das rádios locais na minha região**	0,07
Não sabe/Não responde**	0,06
Falta de interesse/falta de hábito*	0,09
Não existem rádios locais na minha região**	0,05
Não gosta de ouvir/não tem interesse na rádio em geral*	0,09
Prefere ouvir outras rádios/tem rotina de ouvir outras rádios**	0,05
A informação não é rigorosa e/ou independente*	0,09
Prefere ver televisão*	0,08
Não tem tempo	-
Outras razões*	0,09

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.13 – Perceção da frequência de transmissão de conteúdos de rádio local

a) Perceção da frequência de transmissão de noticiários sobre a região, por sexo, grupos de idade, classe social e região

Variável	Várias vezes por dia	Uma vez por dia	Várias vezes por semana	Uma vez por semana	Várias vezes por mês	Uma vez por mês	Menos de uma vez por mês	Nunca	Não sei com que frequência	Total
Sexo*										
Masculino	55,4%	5,7%	5,6%	2,3%	0,2%	1,9%	1,4%	7,8%	19,7%	100,0%
Feminino	44,4%	5,7%	2,8%	1,8%	1,4%	0,7%	1,9%	7,9%	33,4%	100,0%
Grupos de idade*										
15-24	44,8%	3,8%	4,9%	1,6%	0,0%	2,4%	0,5%	11,0%	31,0%	100,0%
25-34	46,6%	5,8%	3,2%	5,3%	0,8%	1,6%	3,8%	10,9%	22,0%	100,0%
35-44	43,7%	6,9%	4,7%	2,5%	2,2%	0,5%	1,2%	8,2%	30,2%	100,0%
45-54	57,6%	2,8%	4,2%	2,4%	0,3%	1,6%	2,0%	5,9%	23,2%	100,0%
55-64	50,6%	9,0%	4,7%	0,4%	0,9%	0,9%	-	5,8%	27,6%	100,0%
>=64	54,2%	6,1%	4,1%	0,3%	0,3%	1,2%	1,8%	6,4%	25,7%	100,0%
Classe social*										
A	39,3%	5,2%	-	-	-	-	-	16,3%	39,2%	100,0%
B	32,0%	3,7%	6,5%	1,3%	2,2%	1,1%	2,1%	13,8%	37,1%	100,0%
C1	42,9%	8,6%	5,7%	3,9%	1,6%	0,7%	1,9%	9,4%	25,3%	100,0%
C2	56,7%	4,3%	4,4%	3,2%	0,6%	1,6%	1,4%	5,6%	22,3%	100,0%
D	56,5%	5,8%	2,9%	-	-	1,8%	1,8%	5,5%	25,7%	100,0%
Região*										
Grande Lisboa	24,3%	5,5%	4,8%	1,8%	1,9%	0,3%	4,9%	19,5%	37,1%	100,0%
Grande Porto	43,3%	7,8%	4,9%	2,1%	1,7%	0,0%	1,9%	8,3%	30,2%	100,0%
Litoral Norte	53,1%	5,1%	3,1%	2,5%	-	2,3%	1,2%	1,8%	31,0%	100,0%
Litoral Centro	44,9%	5,0%	4,4%	4,0%	1,1%	0,0%	0,5%	12,0%	28,2%	100,0%
Interior Norte	60,3%	6,8%	4,7%	2,5%	0,3%	2,7%	1,9%	6,4%	14,4%	100,0%
Sul	51,7%	6,7%	4,3%	-	1,0%	-	-	5,0%	31,3%	100,0%
Regiões Autónomas	72,6%	1,2%	3,8%	-	-	2,5%	-	1,4%	18,4%	100,0%

* $p < 0,001$.

V Cramer: sexo = 0,19; grupos de idade = 0,10; classe social = 0,14 e região = 0,16.

Base: Ouvintes de rádio local.

b) Perceção da frequência de transmissão de música de artistas regionais, por sexo, grupos de idade, classe social e região

Variável	Várias vezes por dia	Uma vez por dia	Várias vezes por semana	Uma vez por semana	Várias vezes por mês	Uma vez por mês	Menos de uma vez por mês	Nunca	Não sei com que frequência	Total
Sexo*										
Masculino	43,2%	7,3%	6,8%	3,2%	1,8%	0,9%	3,0%	7,9%	25,8%	100,0%
Feminino	37,7%	4,4%	7,5%	2,2%	3,4%	0,8%	2,4%	7,6%	33,9%	100,0%
Grupos de idade*										
15-24	28,2%	10,3%	8,8%	4,5%	3,0%	1,2%	2,7%	10,6%	30,7%	100,0%
25-34	35,3%	8,5%	7,8%	4,0%	3,5%	0,4%	3,1%	7,6%	29,9%	100,0%
35-44	29,9%	5,2%	8,4%	4,8%	3,8%	0,3%	4,6%	9,2%	34,0%	100,0%
45-54	51,4%	2,1%	6,1%	1,0%	2,4%	1,0%	3,1%	8,6%	24,3%	100,0%
55-64	43,5%	4,7%	5,7%	1,8%	2,3%	2,4%	2,1%	4,6%	32,9%	100,0%
>=64	49,4%	6,3%	6,5%	1,2%	1,0%	0,2%	0,8%	6,5%	28,1%	100,0%
Classe social*										
A	13,6%	11,3%	1,8%	4,9%	3,0%	-	-	16,9%	48,5%	100,0%
B	15,8%	4,7%	8,1%	2,1%	4,2%	0,6%	5,5%	13,9%	45,0%	100,0%
C1	30,6%	8,0%	7,3%	5,7%	2,7%	0,4%	5,4%	11,3%	28,5%	100,0%
C2	48,2%	3,8%	8,2%	1,8%	3,1%	0,7%	2,2%	5,1%	26,9%	100,0%
D	53,0%	6,3%	6,3%	1,3%	1,3%	1,6%	0,5%	4,3%	25,4%	100,0%
Região*										
Grande Lisboa	27,0%	2,8%	4,0%	2,1%	3,4%	1,3%	4,7%	19,8%	35,0%	100,0%
Grande Porto	35,0%	6,4%	8,1%	4,0%	4,5%	1,0%	1,7%	7,8%	31,5%	100,0%
Litoral Norte	40,8%	3,5%	11,3%	2,1%	1,3%	0,9%	1,4%	4,8%	33,9%	100,0%
Litoral Centro	35,1%	5,7%	4,7%	4,0%	3,8%	-	3,3%	8,6%	34,9%	100,0%
Interior Norte	45,3%	6,4%	9,7%	2,6%	2,2%	1,7%	3,9%	5,0%	23,3%	100,0%
Sul	51,8%	6,4%	5,6%	3,2%	1,5%	-	0,9%	8,2%	22,3%	100,0%
Regiões Autónomas	49,3%	14,7%	0,8%	1,3%	2,6%	-	1,2%	-	30,0%	100,0%

* $p < 0,001$.

VCramer: sexo = 0,12; grupos de idade = 0,15; classe social = 0,18 e região = 0,14.

Base: Ouvintes de rádio local.

c) Perceção da frequência de transmissão de programas relacionados com a região, por sexo, grupos de idade, classe social e região

Variável	Várias vezes por dia	Uma vez por dia	Várias vezes por semana	Uma vez por semana	Várias vezes por mês	Uma vez por mês	Menos de uma vez por mês	Nunca	Não sei com que frequência	Total
Sexo*										
Masculino	39,5%	8,5%	9,0%	4,6%	1,0%	1,7%	2,3%	8,9%	24,5%	100,0%
Feminino	28,7%	8,4%	6,9%	3,1%	1,1%	1,8%	2,2%	11,3%	36,5%	100,0%
Grupos de idade*										
15-24	30,6%	8,3%	7,5%	2,2%	0,3%	3,8%	2,8%	10,5%	34,0%	100,0%
25-34	35,9%	7,9%	8,1%	7,1%	-	1,2%	5,0%	11,6%	23,3%	100,0%
35-44	25,1%	10,0%	11,5%	5,5%	2,0%	0,7%	2,1%	9,2%	33,8%	100,0%
45-54	34,9%	6,6%	8,0%	4,3%	1,4%	0,4%	2,4%	9,1%	32,8%	100,0%
55-64	39,4%	9,6%	7,0%	1,0%	2,0%	3,0%	-	9,9%	28,1%	100,0%
>=64	38,9%	8,7%	5,8%	2,6%	0,4%	2,3%	1,2%	10,3%	29,9%	100,0%
Classe social*										
A	15,3%	9,1%	7,3%	1,7%	1,2%	-	-	18,1%	47,4%	100,0%
B	20,3%	8,0%	7,9%	2,0%	3,0%	1,4%	2,9%	16,6%	38,0%	100,0%
C1	29,4%	9,1%	13,0%	5,8%	0,5%	0,8%	2,7%	9,6%	29,1%	100,0%
C2	39,6%	9,8%	8,1%	5,9%	0,6%	2,3%	2,9%	5,8%	25,1%	100,0%
D	40,4%	6,5%	3,9%	1,1%	1,3%	2,4%	1,2%	11,7%	31,6%	100,0%
Região*										
Grande Lisboa	13,0%	5,9%	5,5%	4,7%	2,9%	-	4,7%	25,3%	38,0%	100,0%
Grande Porto	23,0%	10,6%	7,7%	3,8%	2,2%	1,7%	1,9%	9,7%	39,5%	100,0%
Litoral Norte	32,6%	8,9%	8,8%	2,8%	-	2,2%	1,8%	4,6%	38,1%	100,0%
Litoral Centro	33,2%	9,1%	8,5%	6,1%	-	0,5%	1,8%	10,2%	30,6%	100,0%
Interior Norte	45,6%	9,6%	11,5%	4,0%	0,6%	2,7%	3,3%	7,8%	14,9%	100,0%
Sul	40,3%	6,9%	4,9%	2,7%	0,5%	2,3%	-	9,8%	32,6%	100,0%
Regiões Autónomas	47,5%	7,0%	3,7%	2,1%	2,6%	2,5%	-	3,3%	31,3%	100,0%

* $p < 0,001$.

VCramer: sexo = 0,16; grupos de idade = 0,10; classe social = 0,14 e região = 0,16.

Base: Ouvintes de rádio local.

C.14 - Grau de concordância sobre aspetos da rádio local

a) Grau de concordância sobre aspetos da rádio local, por sexo

Item	Masculino	Feminino	Eta
É independente de doutrinas religiosas*	7,2	6,6	0,09
Divulga as organizações e entidades regionais	6,9	6,7	-
Permite manter-me a par do que acontece na minha região	6,8	6,7	-
É independente em relação aos poderes políticos da minha região*	7,1	6,2	0,14
Dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da minha região*	6,8	6,3	0,09
Dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais	6,5	6,5	-
Participa ativamente nos eventos regionais	6,5	6,4	-
Transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região	5,9	6,1	-
Informa-me sobre as atividades económicas da minha região	6,0	5,9	-
Emite debates sobre assuntos regionais	5,9	5,9	-
Ajuda a população mais necessitada da minha região	5,9	5,7	-

* $p < 0,001$.

Base: Ouvintes de rádio local.

b) Grau de concordância sobre aspetos da rádio local, por grupos de idade

Item	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	Rho de Spearman
É independente de doutrinas religiosas*	6,9	6,3	7,0	7,5	7,1	6,9		0,04
Permite manter-me a par do que acontece na minha região*	6,1	6,1	6,6	6,8	7,5	7,2		0,15
Divulga as organizações e entidades regionais*	6,6	6,3	6,7	6,9	7,4	7,1		0,09
É independente em relação aos poderes políticos da minha região*	6,4	6,0	7,0	7,1	6,9	6,9		0,08
Dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da minha região*	6,0	5,8	6,3	7,1	7,1	6,9		0,16
Dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais*	5,7	5,7	6,3	6,5	7,3	7,3		0,20
Participa ativamente nos eventos regionais*	5,6	5,9	6,5	6,8	6,6	6,8		0,14
Transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região*	5,0	5,3	5,8	6,5	6,5	6,5		0,16
Emite debates sobre assuntos regionais*	4,8	5,3	5,7	5,9	6,6	6,8		0,21
Informa-me sobre as atividades económicas da minha região*	5,4	5,6	5,8	6,0	6,4	6,3		0,10
Ajuda a população mais necessitada da minha região*	4,9	4,7	5,3	6,1	7,0	6,7		0,25

* $p < 0,001$.

Base: Ouvintes de rádio local.

c) Grau de concordância sobre aspetos da rádio local, por grupos de idade

Item	A	B	C1	C2	D	Tendência	Rho de Spearman
É independente de doutrinas religiosas**	7,0	7,2	7,1	6,9	6,9		0,02
Divulga as organizações e entidades regionais*	5,5	5,4	6,3	7,2	7,5		0,22
Permite manter-me a par do que acontece na minha região*	5,6	5,6	6,2	6,9	7,6		0,21
É independente em relação aos poderes políticos da minha região	6,7	6,9	6,8	6,8	6,5		-
Dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da minha região*	5,2	5,7	6,3	6,9	6,9		0,14
Dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais*	4,8	5,0	6,0	6,8	7,4		0,25
Participa ativamente nos eventos regionais*	5,3	5,5	6,3	6,5	6,9		0,16
Transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região*	4,9	4,3	5,3	6,3	6,9		0,24
Emite debates sobre assuntos regionais*	4,4	4,1	5,3	6,3	6,8		0,25
Informa-me sobre as atividades económicas da minha região*	4,8	4,8	5,4	6,3	6,5		0,19
Ajuda a população mais necessitada da minha região*	3,7	3,8	5,1	6,3	6,6		0,28

* $p < 0,001$.

Base: Ouvintes de rádio local.

d) Grau de concordância sobre aspetos da rádio local, por região

Item	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Regiões Autónomas	Eta
É independente de doutrinas religiosas*	6,7	6,7	7,0	6,5	7,3	6,8	7,4	0,10
Permite manter-me a par do que acontece na minha região*	4,2	6,4	6,9	6,6	7,5	7,3	8,1	0,37
Divulga as organizações e entidades regionais*	4,1	6,2	7,0	7,1	7,7	7,0	8,1	0,38
É independente em relação aos poderes políticos da minha região*	6,2	6,2	7,2	6,6	6,8	6,5	7,4	0,13
Dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da minha região*	4,9	6,6	6,6	6,4	7,1	6,9	7,6	0,26
Dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais*	4,2	6,3	6,4	6,6	7,3	7,0	7,5	0,33
Participa ativamente nos eventos regionais*	4,2	6,1	6,6	6,4	7,1	6,7	7,4	0,31
Transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região*	3,5	5,4	6,1	5,7	6,9	6,4	7,5	0,34
Emite debates sobre assuntos regionais*	3,3	5,3	5,9	5,7	6,9	6,1	7,8	0,39
Informa-me sobre as atividades económicas da minha região*	3,6	5,4	5,8	6,1	6,6	6,4	7,4	0,34
Ajuda a população mais necessitada da minha região*	3,9	5,0	5,8	5,7	6,6	6,4	6,7	0,29

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Ouvintes de rádio local.

C.15 - Medida de associação (Coeficiente Eta) entre o tipo de programação da rádio e o grau de concordância do item avaliado

Item	Eta
Divulga as organizações e entidades regionais*	0,45
Permite manter-me a par do que acontece na minha região*	0,43
Dá expressão às diversas correntes de opinião das pessoas da minha região*	0,38
Dá voz aos ouvintes sobre assuntos regionais*	0,45
É independente de doutrinas religiosas**	0,11
Participa ativamente nos eventos regionais*	0,35
É independente em relação aos poderes políticos da minha região*	0,14
Transmite em direto os eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região*	0,44
Emite debates sobre assuntos regionais*	0,45
Informa-me sobre as atividades económicas da minha região*	0,41
Ajuda a população mais necessitada da minha região*	0,42

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.16 - Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local

a) Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local, por sexo

Item	Masculino	Feminino	Eta
Índice de satisfação geral	7,6	7,5	-
Música	8,1	8,0	-
Estilo dos locutores	8,0	7,9	-
Informação	7,6	7,6	-
Variedade de programas	7,3	7,3	-
Quantidade de publicidade	6,7	6,6	-

Base: Ouvintes de rádio local.

b) Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local, por grupos de idade

Item	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	Rho de Spearman
Índice de satisfação geral*	7,0	7,0	7,4	7,7	8,1	7,9		0,22
Música*	7,7	7,8	7,9	8,3	8,4	8,4		0,11
Estilo dos locutores*	7,5	7,4	7,9	8,2	8,5	8,1		0,16
Informação*	7,1	7,0	7,4	7,7	8,2	8,2		0,21
Variedade de programas*	6,6	6,5	7,3	7,4	7,9	8,0		0,22
Quantidade de publicidade*	6,1	6,3	6,6	6,8	7,2	6,7		0,11

* $p < 0,001$.

Base: Ouvintes de rádio local.

c) Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local, por classe social

Item	A	B	C1	C2	D	Tendência	Rho de Spearman
Índice de satisfação geral*	6,8	7,2	7,1	7,7	8,0		0,22
Música*	7,6	7,9	7,8	8,2	8,3		0,13
Estilo dos locutores*	7,3	7,5	7,5	8,2	8,3		0,21
Informação*	6,5	6,9	7,2	7,8	8,2		0,24
Variedade de programas*	6,2	6,8	6,9	7,3	8,0		0,25
Quantidade de publicidade**	6,2	6,8	6,4	6,6	6,8		0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Ouvintes de rádio local.

d) Grau de satisfação dos ouvintes de rádio local, por região

Item	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Regiões Autónomas	Eta
Índice de satisfação geral*	7,4	7,7	7,3	7,2	7,6	7,8	8,1	0,14
Música*	8,7	8,5	7,9	7,8	7,8	8,2	7,9	0,16
Estilo dos locutores*	8,0	8,3	7,6	7,8	8,0	8,1	8,5	0,13
Informação*	6,6	7,7	7,7	7,5	7,9	8,1	8,0	0,20
Variedade de programas*	6,6	7,7	7,0	7,3	7,4	7,9	7,8	0,16
Quantidade de publicidade*	6,9	6,5	6,5	6,0	6,6	6,9	7,1	0,12

* $p < 0,001$.

Base: Ouvintes de rádio local.

C.17 - Medida de associação (Coeficiente Eta) entre o tipo de programação da rádio e o grau de satisfação do item avaliado

Item	Eta
Índice de satisfação geral**	0,07
Estilo dos locutores	-
Informação*	0,24
Música*	0,14
Variedade de programas*	0,12
Quantidade de publicidade*	0,07

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$

Base: Ouvintes de rádio local.

C.18 - Ouvintes de rádio local mais insatisfeitos e mais satisfeitos, por sexo, grupos de idade, classe social, região e tipo de programação

Variável	Mais insatisfeito	Mais satisfeito	Total
Sexo			
Masculino	23,3%	76,7%	100,0%
Feminino	25,3%	74,7%	100,0%
Grupos de idade*			
15-24	43,0%	57,0%	100,0%
25-34	38,8%	61,2%	100,0%
35-44	27,4%	72,6%	100,0%
45-54	17,8%	82,2%	100,0%
55-64	11,2%	88,8%	100,0%
>=64	17,1%	82,9%	100,0%
Classe social*			
A	55,7%	44,3%	100,0%
B	29,5%	70,5%	100,0%
C1	37,8%	62,2%	100,0%
C2	17,2%	82,8%	100,0%
D	18,3%	81,7%	100,0%
Região*			
Grande Lisboa	29,0%	71,0%	100,0%
Grande Porto	14,2%	85,8%	100,0%
Litoral Norte	32,9%	67,1%	100,0%
Litoral Centro	33,7%	66,3%	100,0%
Interior Norte	23,6%	76,4%	100,0%
Sul	19,0%	81,0%	100,0%
Regiões Autónomas	7,6%	92,4%	100,0%
Tipo de programação			
Generalista	23,5%	76,5%	100,0%
Temática	28,0%	72,0%	100,0%

* $p < 0,001$.

VCramer: grupos de idade = 0,26; classe social = 0,24 e região = 0,18.

Base: Ouvintes de rádio local.

C.19 – a) Grau de concordância dos não ouvintes de rádio local sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local

Item	Grau de concordância
Maior criação conteúdos sobre minha região	6,7
Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos	6,4
Maior presença nas redes sociais e na Internet	6,3
Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região	6,2
Maior disponibilidade dos seus conteúdos em <i>podcast</i>	6,1

Base: Não ouvintes de rádio local.

b) Grau de concordância dos não ouvintes de rádio local sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local, por sexo

Item	Masculino	Feminino	Eta
Maior criação conteúdos sobre minha região**	6,6	6,8	0,40
Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos	6,5	6,4	-
Maior presença nas redes sociais e na Internet**	6,2	6,4	0,33
Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região	6,2	6,2	-
Maior disponibilidade dos seus conteúdos em <i>podcast</i>	6,0	6,1	-

** $p < 0,05$.

Base: Não ouvintes de rádio local.

c) Grau de concordância dos não ouvintes de rádio local sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local, por grupos de idade

Item	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	Rho de Spearman
Maior criação conteúdos sobre minha região**	6,4	6,5	6,6	6,9	6,9	6,8		0,06
Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região**	5,9	6,0	6,1	6,3	6,1	6,5		0,05
Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos**	6,5	6,2	6,6	6,3	6,6	6,6		0,04
Maior presença nas redes sociais e na internet*	6,8	6,5	6,7	6,1	6,0	5,6		-0,13
Maior disponibilidade dos seus conteúdos em podcast*	6,5	6,2	6,2	6,1	5,7	5,7		-0,09

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$

Base: Não ouvintes de rádio local.

d) Grau de concordância dos não ouvintes de rádio local sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local, por classe social

Item	A	B	C1	C2	D	Tendência	Rho de Spearman
Maior criação conteúdos sobre minha região*	6,9	6,5	6,7	6,5	7,0		0,04
Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região*	6,1	5,6	6,0	6,0	6,9		0,11
Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos*	6,4	6,1	6,3	6,4	6,9		0,10
Maior presença nas redes sociais e na internet*	6,2	5,9	6,4	6,5	6,2		0,04
Maior disponibilidade dos seus conteúdos em podcast**	6,1	5,7	6,1	6,1	6,3		0,04

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$

Base: Não ouvintes de rádio local.

e) Grau de concordância dos não ouvintes de rádio local sobre os aspetos que incentivariam ouvir rádio local, por região

Item	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Eta
Maior criação conteúdos sobre minha região	6,8	6,9	6,6	6,7	6,8	6,5	-
Maior participação da comunidade na criação dos programas e/ou conteúdos transmitidos**	6,4	6,6	6,2	6,5	6,7	6,4	0,1
Maior presença nas redes sociais e na Internet	6,3	6,3	6,6	6,1	6,4	6,2	-
Mais envolvimento nos eventos desportivos/culturais/religiosos da minha região	6,1	6,2	6,1	6,0	6,4	6,4	-
Maior disponibilidade dos seus conteúdos em podcast	6,2	6,0	6,0	6,0	6,3	6,0	-

** $p < 0,05$.

Base: Não ouvintes de rádio local.

C.20 - Medida de associação (V de Cramer) entre os grupos de idade e as razões que levariam a ouvir rádio local

Razões	VCramer
Maior originalidade e inovação dos conteúdos*	0,30
Nenhuma razão*	0,24
Mais contacto com a realidade local/regional*	0,08
Mais divulgação das atividades dos agentes locais/regionais*	0,15
Uma linguagem mais cuidada*	0,11
Maior possibilidade de participação/interatividade	-
Outro tipo de música/Música mais variada**	0,06
Não sabe/Não responde*	0,18

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Não ouvintes de rádio local.

C.21 - Medida de associação (V de Cramer) entre as classes sociais e as razões que levariam a ouvir rádio local

Razões	VCramer
Maior originalidade e inovação dos conteúdos*	0,20
Nenhuma razão*	0,11
Mais contacto com a realidade local/regional*	0,07
Mais divulgação das atividades dos agentes locais/regionais*	0,12
Uma linguagem mais cuidada**	0,05
Maior possibilidade de participação/interatividade	-
Não sabe/Não responde*	0,18
Outro tipo de música/Música mais variada*	0,06

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Não ouvintes de rádio local.

C.22 - Temas locais/regionais procurados

a) Temas locais/regionais procurados, por sexo

Tema	Masculino	Feminino	VCramer
Assuntos da sua localidade**	58,0%	56,1%	0,03
Eventos culturais/religiosos regionais*	42,9%	48,6%	0,04
Cultura regional**	43,3%	47,8%	0,03
Emergências locais	44,0%	46,5%	-
Política local/regional em período de eleições*	44,1%	35,3%	0,10
Eventos ou relatos desportivos regionais*	38,2%	20,6%	0,19
Nenhum dos temas sugeridos	15,0%	16,0%	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

b) Temas locais/regionais procurados, por grupos de idade

Tema	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	VCramer
Assuntos da sua localidade*	56,2%	58,6%	62,2%	62,1%	55,4%	48,3%		0,15
Eventos culturais/religiosos regionais*	40,4%	48,0%	47,9%	52,7%	46,5%	39,5%		0,12
Cultura regional*	41,2%	48,9%	49,8%	51,2%	46,1%	36,7%		0,14
Emergências locais*	51,4%	50,8%	43,3%	46,2%	45,1%	37,9%		0,13
Política local/regional em período de eleições*	42,5%	44,0%	35,7%	41,3%	37,8%	37,0%		0,09
Eventos ou relatos desportivos regionais*	33,7%	34,0%	30,9%	32,9%	25,2%	19,5%		0,15
Nenhum dos temas sugeridos*	11,1%	9,6%	10,4%	11,6%	20,0%	28,2%		0,16

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

c) Temas locais/regionais procurados, por classe social

Tema	A	B	C1	C2	D	Tendência	VCramer
Assuntos da sua localidade*	63,9%	59,4%	59,4%	57,7%	50,7%		0,13
Eventos culturais/religiosos regionais*	57,4%	57,8%	47,3%	43,0%	39,1%		0,16
Cultura regional*	58,4%	53,1%	50,0%	46,7%	32,7%		0,19
Emergências locais*	42,6%	47,3%	45,9%	47,9%	40,9%		0,09
Política local/regional em período de eleições*	59,9%	49,3%	43,4%	33,7%	32,8%		0,18
Eventos ou relatos desportivos regionais*	31,1%	28,1%	32,3%	30,7%	23,4%		0,10
Nenhum dos temas sugeridos*	5,3%	5,9%	9,9%	16,2%	28,0%		0,19

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

d) Temas locais/regionais procurados, por região

Tema	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Regiões Autónomas	VCramer
Assuntos da sua localidade*	51,5%	52,3%	57,1%	59,5%	62,0%	57,7%	62,3%	0,07
Eventos culturais/religiosos regionais*	41,8%	41,7%	47,5%	47,1%	49,5%	45,9%	48,3%	0,05
Cultura regional*	38,9%	44,7%	46,4%	52,2%	45,1%	49,9%	46,5%	0,08
Emergências locais*	39,8%	37,6%	48,9%	53,5%	45,6%	42,1%	54,1%	0,11
Política local/regional em período de eleições*	43,4%	35,4%	41,8%	42,1%	37,4%	33,6%	36,6%	0,08
Eventos ou relatos desportivos regionais*	23,8%	27,1%	29,0%	28,5%	34,4%	28,6%	37,1%	0,08
Nenhum dos temas sugeridos*	14,7%	21,1%	14,6%	14,8%	15,6%	17,0%	8,9%	0,06

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

C.23 - Meios de informação utilizados

a) Meios de informação utilizados, por sexo

Meio de informação	Masculino	Feminino	VCramer
Redes Sociais**	60,1%	63,9%	0,04
Televisão**	48,9%	51,9%	0,01
Site de meios de comunicação (de rádios, jornais, televisões)**	51,5%	47,5%	0,04
Jornais/Revistas Regionais impressos (em papel)	36,9%	35,3%	-
Rádios Nacionais (escuta da emissão em directo)*	34,2%	27,2%	0,08
Rádios Regionais/Locais (escuta da emissão em directo)*	32,1%	22,7%	0,11
Jornais/Revistas Nacionais impressos (em papel)*	27,7%	23,7%	0,05
Nenhum dos meios sugeridos*	7,1%	10,5%	0,06

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

b) Meios de informação utilizados, por grupos de idade

Meio de informação	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>=64	Tendência	VCramer
Redes Sociais*	82,1%	78,1%	69,5%	67,7%	48,9%	24,6%		0,40
Televisão*	47,5%	47,8%	42,2%	47,2%	54,6%	65,1%		0,15
Site de meios de comunicação (de rádios, jornais, televisões)*	60,5%	59,5%	52,2%	58,9%	42,6%	21,8%		0,27
Jornais/Revistas Regionais impressos (em papel)*	30,7%	31,5%	27,6%	39,6%	42,7%	46,3%		0,14
Rádios Nacionais (escuta da emissão em directo)*	27,5%	35,5%	33,0%	34,7%	28,8%	22,0%		0,10
Rádios Regionais/Locais (escuta da emissão em directo)	24,6%	29,1%	27,3%	28,8%	26,2%	26,5%		-
Jornais/Revistas Nacionais impressos (em papel)*	19,8%	26,8%	25,4%	28,8%	25,6%	26,0%		0,06
Nenhum dos meios sugeridos*	2,4%	4,7%	5,0%	7,4%	12,3%	21,9%		0,23

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

c) Meios de informação utilizados, por classe social

Meio de informação	A	B	C1	C2	D Tendência	VCramer
Redes Sociais*	69,7%	66,7%	67,9%	64,5%	45,0%	0,18
Televisão*	53,4%	51,0%	45,1%	49,6%	57,4%	0,08
Site de meios de comunicação (de rádios, jornais, televisões)*	69,6%	63,9%	53,6%	47,1%	31,0%	0,23
Jornais/Revistas Regionais impressos (em papel)*	37,5%	32,4%	33,4%	37,1%	40,1%	0,06
Rádios Nacionais (escuta da emissão em directo)*	41,3%	35,7%	29,3%	29,3%	27,1%	0,09
Rádios Regionais/Locais (escuta da emissão em directo)*	22,3%	17,6%	24,8%	30,8%	33,3%	0,12
Jornais/Revistas Nacionais impressos (em papel)*	27,1%	31,0%	26,8%	24,7%	21,2%	0,07
Nenhum dos meios sugeridos*	4,6%	6,9%	6,1%	9,5%	14,2%	0,11

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

d) Meios de informação utilizados, por região

Meio de informação	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul	Regiões Autónomas	VCramer
Redes Sociais	60,6%	64,1%	64,9%	60,5%	61,5%	63,9%	57,1%	-
Televisão*	53,7%	61,8%	49,1%	43,9%	42,9%	45,2%	74,5%	0,17
Site de meios de comunicação (de rádios, jornais, televisões)*	55,0%	56,3%	50,7%	49,8%	41,1%	43,5%	50,8%	0,11
Jornais/Revistas Regionais impressos (em papel)*	28,9%	24,6%	39,0%	43,6%	36,3%	37,7%	51,2%	0,14
Rádios Nacionais (escuta da emissão em directo)*	35,5%	36,3%	30,4%	26,8%	27,4%	29,4%	24,4%	0,08
Rádios Regionais/Locais (escuta da emissão em directo)*	10,4%	16,8%	29,5%	28,5%	41,6%	31,7%	40,5%	0,25
Jornais/Revistas Nacionais impressos (em papel)*	28,1%	32,0%	25,9%	25,9%	21,6%	20,4%	26,6%	0,08
Nenhum dos meios sugeridos*	7,6%	4,9%	9,6%	10,2%	11,1%	8,7%	7,3%	0,06

* $p < 0,001$.

Base: Universo de indivíduos com 15 e mais anos.

C.24 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e o local de escuta

Local de escuta	VCramer
No Carro*	0,14
Em Casa*	0,15
No local de trabalho*	0,09
Outro local*	0,09

* $p < 0,001$.

C.25 - Medida de associação (V de Cramer) entre os grupos de idade e o local de escuta

Local de escuta	VCramer
No Carro*	0,24
Em Casa*	0,34
No local de trabalho*	0,18
Outro local*	0,10

* $p < 0,001$.

C.26 - Medida de associação (V de Cramer) entre a classe social e o local de escuta

Local de escuta	VCramer
No Carro*	0,21
Em Casa*	0,20
No local de trabalho*	0,15
Outro local*	0,07

* $p < 0,001$.

C.27 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e o local de escuta

Local de escuta	VCramer
No Carro*	0,13
Em Casa*	0,11
No local de trabalho*	0,14
Outro local*	0,12

* $p < 0,001$.

C.28 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação da rádio e o local de escuta

Local de escuta	VCramer
No Carro*	0,16
Em Casa*	0,15
No local de trabalho	-
Outro local**	0,04

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.29 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e o equipamento de escuta

Equipamento	VCramer
Auto-rádio (rádio do carro)*	0,15
Rádio Portátil*	0,11
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	0,06
Telemóvel/Smartphone**	0,05
Computador com acesso à Internet**	0,05
Rádio-despertador	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.30 - Medida de associação (V de Cramer) entre os grupos de idade e o equipamento de escuta

Equipamento	VCramer
Auto-rádio (rádio do carro)*	0,22
Rádio Portátil*	0,29
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	0,14
Telemóvel/Smartphone*	0,12
Computador com acesso à Internet*	0,13
Rádio-despertador*	0,10

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.31 - Medida de associação (V de Cramer) entre a classe social e o equipamento de escuta

Equipamento	VCramer
Auto-rádio (rádio do carro)*	0,18
Rádio Portátil*	0,21
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	0,07
Telemóvel/Smartphone*	0,11
Computador com acesso à Internet*	0,14
Rádio-despertador*	0,08

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.32 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e o equipamento de escuta

Equipamento	VCramer
Auto-rádio (rádio do carro)*	0,12
Rádio Portátil*	0,16
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	0,09
Telemóvel/ <i>Smartphone</i> **	0,07
Computador com acesso à Internet*	0,08
Rádio-despertador**	0,07

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.33 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação da rádio e o equipamento de escuta

Equipamento	VCramer
Auto-rádio (rádio do carro)*	0,17
Rádio Portátil*	0,15
Rádio da Aparelhagem Hi-Fi*	0,08
Telemóvel/ <i>Smartphone</i>	-
Computador com acesso à Internet*	0,10
Rádio-despertador**	0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.34 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e os horários de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve de 2ª a 6ª**	0,03
6h - 13h	-
13h - 20h	-
20h - 1h*	0,11
1h - 6h*	0,06

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.35 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre os grupos de idade e os horários de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve de 2ª a 6ª*	0,11
6h - 13h*	0,17
13h - 20h**	-0,03
20h - 1h*	-0,05
1h - 6h**	0,04

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve de 2ª a 6ª feira e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o Rho de Spearman.

C.36 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre a classe social e os horários de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve de 2ª a 6ª**	0,07
6h - 13h*	0,08
13h - 20h*	0,01
20h - 1h	-
1h - 6h**	0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve de 2ª a 6ª feira e as classes sociais; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e as classes sociais considerou-se o Rho de Spearman.

C.37 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e os horários de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve de 2ª a 6ª*	0,09
6h - 13h*	0,14
13h - 20h*	0,08
20h - 1h	-
1h - 6h*	0,10

* $p < 0,001$.

C.38 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação e os horários de escuta de 2ª a 6ª feira de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve de 2ª a 6ª**	0,05
6h - 13h	-
13h - 20h*	0,10
20h - 1h**	0,05
1h - 6h	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.39 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e os horários de escuta aos sábados de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve aos sábados*	0,07
6h - 13h	-
13h - 20h**	0,04
20h - 1h*	0,07
1h - 6h**	0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.40 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre os grupos de idade e os horários de escuta aos sábados de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve aos sábados**	0,06
6h - 13h*	0,23
13h - 20h*	-0,08
20h - 1h*	-0,08
1h - 6h*	0,02

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve aos sábados e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o Rho de Spearman.

C.41 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre a classe social e os horários de escuta aos sábados de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve aos sábados**	0,06
6h - 13h*	0,17
13h - 20h	-
20h - 1h	-
1h - 6h**	0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve aos sábados e as classes sociais; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e as classes sociais considerou-se o Rho de Spearman.

C.42 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e os horários de escuta aos sábados de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve aos sábados*	0,11
6h - 13h*	0,15
13h - 20h*	0,14
20h - 1h*	0,11
1h - 6h**	0,07

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.43 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação e os horários de escuta aos sábados de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve aos sábados**	0,04
6h - 13h*	0,08
13h - 20h*	0,09
20h - 1h**	0,05
1h - 6h	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.44 - Medida de associação (V de Cramer) entre sexo e os horários de escuta aos domingos de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve aos domingos*	0,09
6h - 13h*	0,08
13h - 20h*	0,06
20h - 1h**	0,05
1h - 6h**	0,05

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.45 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre os grupos de idade e os horários de escuta aos domingos de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve aos domingos*	0,13
6h - 13h*	0,21
13h - 20h**	-0,03
20h - 1h*	-0,11
1h - 6h**	0,03

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve aos domingos e os grupos de idade; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e os grupos de idade considerou-se o Rho de Spearman.

C.46 - Medida de associação (V de Cramer/Rho de Spearman) entre a classe social e os horários de escuta aos domingos de rádio local

Horário	Associação/Correlação
Não ouve aos domingos*	0,07
6h - 13h*	0,17
13h - 20h**	0,03
20h - 1h**	0,04
1h - 6h**	0,04

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Nota: Aplicou-se o V de Cramer para avaliar a relação entre a categoria Não ouve aos domingos e as classes sociais; já para avaliar a relação entre os intervalos de horários e as classes sociais considerou-se o Rho de Spearman.

C.47 - Medida de associação (V de Cramer) entre a região e os horários de escuta aos domingos de rádio local

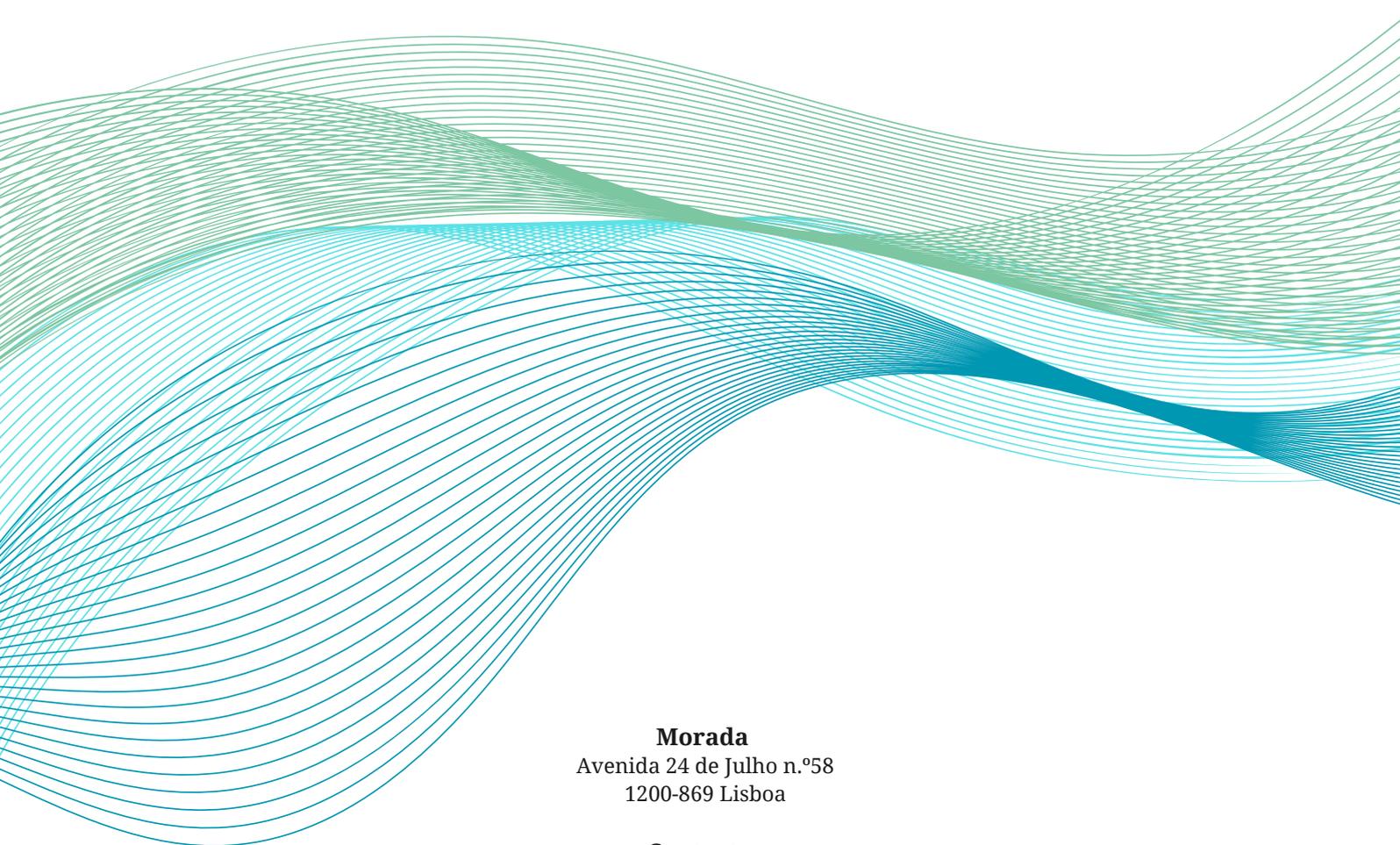
Horário	VCramer
Não ouve aos domingos*	0,14
6h - 13h*	0,11
13h - 20h*	0,13
20h - 1h**	0,08
1h - 6h*	0,09

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

C.48 - Medida de associação (V de Cramer) entre o tipo de programação e os horários de escuta aos domingos de rádio local

Horário	VCramer
Não ouve aos domingos*	0,06
6h - 13h**	0,04
13h - 20h**	0,05
20h - 1h*	0,09
1h - 6h	-

* $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.



Morada

Avenida 24 de Julho n.º58
1200-869 Lisboa

Contactos

Tel: +351 210 107 000
Fax: +351 210 107 019
E-mail: info@erc.pt
Website: www.erc.pt

ENTIDADE REGULADORA PARA A
COMUNICAÇÃO SOCIAL