

ISCTE  **IUL**
Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia

**A Rádio Universidade de Coimbra e os diferentes modelos de rádio universitária:
A perspetiva dos estudantes**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Gonçalo Soares Vieira de Matos

Orientador:

Professor Auxiliar Convidado Doutor Pedro Miguel Pereira Neto, ISCTE-IUL

Co-orientadora:

Professora Auxiliar Convidada Susana Alexandra Lopes da Costa Santos, ISCTE-IUL

Setembro, 2016

Agradecimentos

Aos meus pais e às minhas avós, um especial e profundo agradecimento, por me terem possibilitado frequentar este mestrado e pelo apoio constante que me dão ao longo da vida.

À minha família sem a qual nada teria sido possível. Obrigado pela paciência e esforço para que este percurso que agora termina tenha sido percorrido o mais tranquilamente possível.

Aos meus orientadores, Pedro Pereira Neto e Susana Santos pelo acompanhamento e conselhos com que me ajudaram a realizar esta tese

À minha namorada pela motivação e paciência para ouvir os desabafos e todas as frustrações que aconteceram ao longo deste percurso.

Aos meus amigos, Diogo Silva, Gonçalo Oliveira, Catarina Martins, Joana Tavares, Dimitri Lopes, Jéssica Pereira, David Nunes, Mariana Nicolau, Raquel Figueira, Cristina Santos, Patrícia Vidó, César Dias, João Fernandes, Catarina Ramalho, Vasco Figueiredo, Sara Andrade, Madalena Ayala, Luciana Dinis, Lara Querido, Frederico Câmara e muitos mais, pela amizade, momentos de distração e palavras de amigo ao longo deste árduo percurso.

A toda a equipa da redação da rádio comercial, Marcos, Sandra, Paula, Cleite, Nuno, Tânia, Margarida, Rita, Gonçalo, Daniela, Guilherme e Ana. Acolheram me e fizeram que parte do meu ano fosse algo de memorável. O meu profundo agradecimento.

Ao ISCTE, como instituição, que será sempre a minha casa e, particularmente, ao curso de Ciência Política que foi a minha família ao longo destes 5 anos. Não há palavras para descrever o que significam para mim.

A Coimbra e à Rádio Universidade de Coimbra, e todos os seus membros, pela simpatia e acolhimento que possibilitaram que esta tese fosse realizada.

Resumo

A investigação presente neste trabalho propõe-se tratar os vários modelos de rádios universitárias e perceber qual o modelo que os alunos perspetivam na sua rádio universitária. Nesse sentido, foram entrevistados alunos e ex-alunos da Universidade de Coimbra, devidamente divididos em 4 grupos, e apresentados os três modelos, cabendo-lhes escolher aquele ou aqueles que, na sua perspetiva, mais se aproximam da rádio universitária local.

Numa primeira fase é são divulgadas as opções metodológicas, o objetivo e o objeto de estudo. Esta fase serve também para apresentar as várias teorias relacionadas com as rádios comunitárias e rádios universitárias, onde se encontram os três modelos explicados.

A parte final do trabalho serve para, face aos resultados verificados, pôr em confronto as opiniões dos vários grupos e retirar as respetivas conclusões, nas quais é possível observar que a Rádio Universidade de Coimbra funciona muito mais como uma rádio comunitária do que uma rádio universitária, seguindo um modelo mais social, bem como que a ligação aos alunos foi se perdendo ao longo dos anos.

Palavras-chave: rádio, universidade, comunidade, Coimbra

Palavras-chave: rádio, universidade, comunidade, Coimbra

Abstract

This investigation on this paper serves the purpose of treating the different kinds of university radio models and understanding which one the students think their university applies. For this, were interviewed students and former students of Coimbra University, which were separated in 4 different sub-groups, and presented with the 3 models in question. After that they were told to choose the models that they think their college radio applies.

First, this paper provides the contextualization, were the methodology, the objective and the object in study. In this phase there's also an explanation of the different kinds of community media theories and college radio theories, which includes the 3 models in study.

After that, the opinions of the 4 sub-groups are put in perspective and in confront against each other. The conclusions are that Rádio Universidade de Coimbra is more a community radio than a college radio, applying the social model more than anything else. The students are also less connected now than they were in previous years.

Keywords: college, radio, community, Coimbra

Índice

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
1. A RÁDIO COMO COMUNICAÇÃO SOCIAL	3
2. AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS	5
3. A RÁDIO E A WEB	8
4. AS RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS	9
5. A RÁDIO EM PORTUGAL E A RÁDIO UNIVERSIDADE DE COIMBRA	11
CAPÍTULO 2 – OPÇÕES METODOLÓGICAS	13
CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO	16
1. FUNCIONAMENTO DA RÁDIO	16
2. A PERSPETIVA DOS ESTUDANTES	19
CONCLUSÃO	28
BIBLIOGRAFIA	31

Índice de Figuras

Figura 2.1 - Grelha de Programação retirada do site da Rádio.....	18
---	----

Índice de Quadros

Quadro 2.1 - Tabela das características sociológicas dos entrevistados.....	20
Quadro 2.2 – Síntese de respostas dos Atuais alunos da Universidade de Coimbra.....	21
Quadro 2.3 – Síntese de respostas dos Atuais Colaboradores da Rádio Universidade de Coimbra.....	22
Quadro 2.4 – Síntese de respostas dos Antigos Alunos da Universidade de Coimbra.....	24
Quadro 2.5 – Síntese de respostas dos Antigos Colaboradores da Rádio Universidade de Coimbra	26

INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, com a evolução da tecnologia e das próprias convivências sociais, os denominados órgãos sociais de massas, assim denominados pela abrangência do impacto da sua mensagem e a enormidade do seu público potencial, foram obrigados a evoluir e adaptar-se.

Essa adaptação adveio de várias formas, seja através da reformulação do seu objetivo -se nos Estados Unidos o objetivo inicial da rádio era apenas entretenimento, em Inglaterra era reforçar a literacia da população- ou a incorporação de novas tecnologias, como a internet e as redes sociais virtuais.

Para esta dissertação, mais importante ainda que a adaptação à evolução tecnológica é o uso da rádio num contexto de comunidade, uma apropriação da rádio por parte de uma comunidade, neste caso universitária, e o uso das suas características para proveito da mesma.

A rádio como meio de comunicação social, apesar de ter perdido um pouco o seu espaço com o advento da televisão, ainda se apresenta como um importante órgão de comunicação de massas. Naquilo que maioritariamente a define, a música, adota uma importância no quotidiano e identificação dos indivíduos em função dos significados que lhe atribuem (Cordeiro 2010). Ao mesmo tempo pode também ocupar um espaço individual e privado:

“A rádio afeta a maioria das pessoas de uma forma íntima, pessoa-a-pessoa, oferecendo uma comunicação não verbal entre quem fala e quem ouve. É esse o aspeto imediato da rádio. Poder tratar-se de uma experiência privada” (Luhan, 2001,p.237)

O surgimento da internet veio ainda mais fortalecer essa individualização ao mesmo tempo que abria caminho para uma maior participação do ouvinte. Com possibilidades como ouvir apenas um determinado programa, através de podcasts, ou mesmo criar “rádios” apenas com as músicas de que gostamos, nunca foi tão fácil tornar uma rádio “nossa”. Por sua vez, as redes sociais virtuais vieram aumentar a interação entre o a rádio e os seus ouvintes com a possibilidade de um feedback em tempo real, ou de concursos diferenciados.

Se a internet e as redes sociais virtuais estão relacionadas com uma mudança a nível tecnológico, o surgimento das rádios comunitárias partiu de uma mudança a nível da sociedade, nomeadamente na segunda metade do Séc. XX, de media alternativo (Waltz 2005) a Citizen's Media (Rodriguez) mas mantendo-se como componente essencial o ouvinte e a sua participação no funcionamento do órgão.

É neste contexto que surge o tema desta dissertação: as rádios universitárias. Estas podem adotar vários estilos: um mais educacional concentrando-se em ser instrumento de aprendizagem, um mais social em que se afasta da esfera estritamente universitária e se foca também na área geográfica que a rodeia, e um mais genérico focado apenas no entretenimento.

Seja qual for a abordagem da rádio universitária esta acaba sempre por ter um impacto na vida estudantil e na população que ocupa ou ocupou o espaço universitário. Com a sua história e por tudo aquilo que representa, não me ocorre melhor rádio universitária para estudar que a rádio de uma instituição centenária como é a Universidade de Coimbra.

Quanto às motivações pessoais para esta dissertação estão relacionadas com o gosto pela arte radiofónica, em geral, e pela música em específico. Revejo-me naqueles que consideram ainda a rádio como um importante órgão de comunicação social e não apenas algo para ouvir, e que esta pode ser uma ferramenta importante de culturalização numa altura em que o “concorrente”, a televisão, prima cada vez mais pelo entretenimento básico.

CAPÍTULO 1 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. A RÁDIO COMO COMUNICAÇÃO SOCIAL

Tal como vários produtos tecnológicos, a rádio partiu de descobertas científicas: neste caso, a descoberta das ondas de rádio, feita já no séc XIX pelo físico alemão Heinrich Hertz, que viria a dar nome à unidade de medição e onda. Em 1896, Guglielmo Marconi, entusiasmado com a invenção de Hertz, viu o seu potencial e começou a experimentar a transmissão de códigos através destas ondas. Seria necessário esperar mais 10 anos até que fosse possível transmitir um som de voz humana e apenas na década de 20 surgiu aquilo que hoje conhecemos como rádio. (White, 1996) (Flinchy, 1999)

A partir desta data foram realizadas várias experiências dos dois lados do Atlântico mas importa destacar o nascimento da British Broadcast Company (BBC), em 1922. Em 1925 a transmissão já se encontrava disponível na maioria do território britânico mas com o surgimento da Segunda Guerra Mundial o papel da rádio voltou a ser de transmissão de mensagens e notícias. (Crisell, 1994)

Apesar da Segunda Guerra Mundial e da grande depressão, as décadas de 30 e 40 revelaram-se os anos de ouro da rádio, esta popularidade viria a dar origem ao início dos estudos daquilo que hoje definimos como *mass media*:

“Durante a Segunda Guerra Mundial, nove em dez famílias possuía um rádio e ouviam uma média de três a quatro horas de emissão diária, usando-o como a fonte principal para se informarem. Mais ainda, um quarto dos automóveis já vinha com rádio” (Ruben, 2010)

Adorno (1903-1969) e Horkheimer (1895-1973) criam um conceito que viria a permanecer até aos dias de hoje, o de indústria cultural, segundo os autores, os produtos culturais, como a música ou os programas radiofónicos, revelam uma organização padronizada, transformando-se em mercadoria. Para os autores isto marca a falência da cultura (Mattelart e Mattelart, 1997). Esta noção de cultura como mercadoria pressupõem também a origem de um público para consumir o entretenimento padronizado, neste caso o público de massas, transformando o órgão de comunicação naquilo que é hoje considerado *mass media*.

Contudo a noção de sociedade de massas conhece diferentes abordagens ao longo de tempo que se distanciam entre si em termos teóricos: a perda das elites e desfragmentação das classes no Séc XIX até à ordem social do Séc XX. Apesar das suas diferenças estas partilham um elemento fulcral na sua génese, o anonimato e igualdade entre os indivíduos que têm muito pouca probabilidade de influenciar diretamente uns aos outros (Blumer, 1936 e 1946 citado por Wolf, 2006, p. 24). A rádio como *mass media* é aliás caracterizada por ser *one-way mass media*, no sentido de ser um produto para muitos, mas que não permite a sua manipulação. (Meneses, 2009)

Uma das formas de considerar a importância que os *mass media* têm na sociedade é a teoria do *agenda-setting*. Esta parte do pressuposto de que quem determina o que é importante para a sociedade como um todo é quem dá a notícia, pelo que privilegiar um determinado tema em detrimento de outro leva a que a sociedade se interesse mais pelo primeiro. Por outro lado, quanto mais coberto for um assunto mais importante ele se torna. É possível encontrar ao longo da história dos mass media exemplos positivos e negativos deste determinismo. Contudo, importa referenciar que este impacto não é necessariamente intencional e que pode ser dividido em dois níveis: “a «ordem do dia» dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos mass media; e a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na «ordem do dia».” (Wolf, 2006, p.145)

Atualmente, para Cardoso (2009), já foi ultrapassado o período de comunicação em massa, de e «um-para-muitos». Este modelo caracteriza-se por ser:

(...) moldado pela capacidade dos processos de globalização comunicacional mundiais, juntamente com a ligação em rede entre media de massa e media interpessoais, e, em consequência, pelo aparecimento da mediação em rede. (Cardoso, 2009)

Com isto, desaparece a noção de uma mensagem para as massas: ao invés temos uma rede, caracterizada pelas trocas constantes de informação. Coexistem assim vários tipos de notícia e várias formas de ver a informação para diferentes tipos de audiência.

Por fim, a noção de *gatekeeping*, a capacidade de poder decidir o que é ou não é notícia e é relatado (Wolf, 2006), é também afetado com esta transferência de poder para as pessoas e o surgimento da sociedade em rede. O surgimento dos novos media, como são denominados, criou um novo mundo onde qualquer pessoa pode ser jornalista, onde

a notícia já não é exclusiva do órgão de comunicação social e este já não detém o monopólio do conhecimento.

Nunca o conceito de aldeia global, onde todos podemos ter a perceção do que se passa do outro lado do mundo às horas que quisermos, sem esquecer a influência que daí advém, esteve tão presente. Uma comunicação com um potencial de ouvintes ilimitado. (Luhan, 2001)

É discutível se o impacto desta abertura do mundo é positivo ou negativo, mas se por um lado aqueles que não se revêem nesta nova cultura se fecharam ainda mais no seu “mundo”, por outro trouxe toda uma bagagem cultural que foi aproveitada pelos órgãos de comunicação social, muito especificamente a rádio.

2. AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

O conceito de comunidade varia consoante a área de estudo, para o objeto e amostra em causa nesta tese, o mais próximo seria a noção antropológica que define uma comunidade como um grupo culturalmente definido. Nas últimas décadas o estudo da noção de comunidade tem-se afastado da ideia de interação social e centrado nas questões de identidade e pertença (Delanty, 2003). É dentro desta noção que podemos inserir as comunidades descritas na dissertação. A um primeiro nível a comunidade estudantil com os seus próprios costumes e regras, características também de uma identidade forte, e um sentimento de pertença elevado, perceptível desde os trajes à ocupação do quotidiano. A um segundo nível a rádio, também com um sentimento de pertença elevado, que não desaparece quando é abandonada, e uma identidade que se manteve ao longo de todos estes anos de existência.

A comunicação em comunidade deve ser entendida como uma versão mais particularizada da teoria do *agenda-setting*, sendo que a diferença parte da ligação entre o transmissor e o recetor: ambos partilham o espaço, com as mesmas preocupações, e é na difusão desses problemas e das notícias da comunidade que a comunicação, neste caso os media, ganham a sua legitimidade. De certa forma podemos considerar que o *agenda-setting* é muito menor nos media comunitários porque os problemas descritos são partilhados por ambos os lados da mensagem.

Criadas na década de 40, as primeiras rádios clandestinas serviam dois propósitos: o de estabelecer contacto entre os países e os seus soldados; e o de transmitir propaganda. (Browne, 1982). Em plena Guerra Mundial e sob regimes opressivos, seja na Alemanha ou na União Soviética, as notícias escasseavam e nem sempre eram fidedignas, pelo que estes meios se preocupam também em providenciar essa informação de uma forma igualitariamente distribuída.

Com o tempo, nos países que não possuíam restrições de acesso à informação, começaram a surgir outro tipo de órgãos que não se concentravam na veracidade das informações dadas, mas sim no tipo e conteúdo das mesmas. Face à evolução da sociedade e à forma como está estratificada, com largas concentrações da população em sítios específicos, os mass media adotaram um tipo de informação geral sem grandes preocupações com a especificidade de regiões periféricas. Essa concentração levou a que as populações criassem um tipo de media, comunitário, onde quem faz a informação é igual ao recetor e partilha os seus problemas e preocupações. A sua evolução levou ao aparecimento de órgãos centrados não numa comunidade local mas numa comunidade com outras características, seja gosto musical, paixão clubística. Neste contexto a rádio comunitária serve como pedra basilar para minha dissertação.

As rádios comunitárias e nascem da necessidade de colmatar a falha das rádios privadas a nível musical ou programático que se centram nos problemas da sociedade em geral e não da comunidade onde o ouvinte se insere. Estas rádios tendem a aparecer e ganhar protagonismo quando isso acontece, e como é difícil para uma rádio privada nacional preocupar-se com todas as regiões especificamente, estas necessidades mantêm-se sempre atuais. (Atton, 2002)

Os nomes dados a estas rádios variam de media radicais - pelas suas posições por vezes extremadas em oposição aquelas que se espalham nas rádios de maior audiência - a alternativos. Apesar disso, possuem um acesso muito mais facilitado e são facilmente influenciáveis pelos seus ouvintes (Atton, 2002). Outros autores como Waltz (2005, citado por Theodosiadou,2010,p.38) englobam os dois tipos de rádio num grupo maior denominado media alternativo.

A publicação *Alternatives in Print* (não identificado, 1980, citada por Atton,2002,p.13) apresentou três critérios essenciais para uma publicação ser considerada alternativa:

- Tem de ser não-comercial, demonstrando uma preocupação com ideais e não lucro;

- Deve focar-se em responsabilidade social ou expressões criativas;
- Deve afirmar-se como alternativa

No entanto, estes critérios são altamente contestados por especialistas, entre eles Chris Atton e Tim O' Sullivan (1994). Atton defende que os critérios são vagos e que acabam por representar um vazio: mesmo que o critério de ideais seja cumprido este não pressupõe automaticamente que o segundo critério o seja. E neste a inclusão de expressões criativas aumenta o espectro de meios para um nível inconcebível. Critérios tão abertos permitem, por sua vez, que estes meios de comunicação sejam facilmente atacados e desprovidos de qualquer significado por parte dos críticos.

Tim O'Sullivan (1994, citado por Atton,2002,p.15) vai mais longe e apresenta a mudança social radical como o objetivo dos media alternativos, criando os seus próprios conceitos: um processo democrático de produção e compromisso com a inovação, na forma e conteúdo. Para o autor, os media alternativos procuram envolver as pessoas nos seus processos e inovar na forma e processos de produção dos conteúdos.

Outra importante posição sobre o assunto é a divisão feita por Michael Traber (1985), segundo o qual os media alternativos se apresentam como contraste aos mass media, que se marginalizam as pessoas remetendo-se à condição de observadores, exceto em casos de tragédia. Michael Traber (1985, citado por Atton,2002,p.16) sugeriu então dividir estes media alternativos: de um lado os *advocacy media* que apresentam notícias diferentes daquelas dos mass media, e que não possuem constrangimentos quanto aos actores dessas notícias, focando-se maioritariamente nas pessoas comuns; de outro lado os *grassroots media* que produzem conteúdos com valores diferentes dos encontrados nos mass media, e produzidos por pessoas que partilham as preocupações dos consumidores.

Tudo isto reflete-se numa dicotomia entre os media, tidos como generalistas e os privados, onde se inserem os comunitários.

Para evitar essa dicotomia prejudicial, Rodriguez (2001) criou o conceito de *citizen's media* que engloba os meios de comunicação que promovem o envolvimento da comunidade.

Citizens media implica, primeiro, que uma coletividade intervenha e transforme o panorama dos media; segundo, que estes media contestem as relações sociais

institucionalizadas e por fim, que tudo isto dê poder à comunidade envolvente e consiga alcançar estas transformações

(Rodriguez, 2001, citado por Deuze,2006,p.267).

Segundo a autora, os *citizen's media* advêm da falta de notícias produzidas pelos países do terceiro mundo e do monopólio que algumas agências de informação, tinham da informação. A construção de um media local feito por locais permite confrontar, internamente, a visão que os “de fora” têm da comunidade e acaba por fornecer poder a quem está dentro da comunidade para discutir os seus assuntos e pontos de vista.

3. A RÁDIO E A WEB

A rádio afirma-se originalmente como uma one-way mass communication, ou seja, que não permite grande diálogo com o consumidor, neste caso o ouvinte. Contudo, isso tem vindo a mudar com o surgimento da internet e das redes sociais virtuais. (Kent e Taylor, 2002) afirmam que um site pode não criar diálogo diretamente, mas pode servir de base para que este surja.

A internet veio abrir uma janela de oportunidade para todos os meios de comunicação estabelecerem uma relação de maior proximidade com o consumidor, algo em que a rádio não foi exceção. Num estudo de 1999, Lind & Medoff, (1999, citados por Seelig,2008,p.234) começam já a encontrar razões para as rádios apostarem nos seus websites, entre as quais se destacam a facilidade de interação entre o ouvinte e a rádio, e uma maior área de cobertura. Se os principais problemas referidos na altura, como falta de especialização e má qualidade do produto (som), estão já ultrapassados, as razões para a aposta neste meio confirmaram-se de ano para ano: em 2001 eram já 35 mil, as rádios americanas que apostavam no *web streaming* (McCauley 2001,p. 513)

Em 2002, Kent & Taylor identificaram alguns princípios que permitem uma melhor comunicação e interatividade entre o site e o seu consumidor: o Digital Loop, que consiste num facilitismo em estabelecer diálogo com a instituição e obter feedback; utilidade da informação do site; a simplicidade da sua interface; e a garantia de retorno das pessoas que visitam. É importante recordar que em 2002, aquando destes princípios, ainda não existiam as redes sociais virtuais como hoje as conhecemos, que vieram mudar o paradigma da relação entre consumidor e rádio. As rádios passaram a ter “perfis”

oficiais onde a comunicação com os ouvintes é praticamente permanente e não consiste apenas em algo relacionado com a rádio ou com a sua programação. Um bom exemplo é a rádio Comercial ou a rádio Cidade que usam o seu perfil para fazer coisas tão distintas como imagens alusivas a um dia em questão ou partilha de notícias e vídeos de entretenimento. A internet funciona nesta medida quase como uma extrapolação: aquilo que a voz pode contar mas não pode mostrar passa diretamente para o ouvinte; atribui-se uma imagem à voz.

Paula Cordeiro (2010) afirma que a internet vai muito além de simples evolução tecnológica. Este novo paradigma de comunicação em rede reflete novos desafios que podem facilmente prejudicar uma rádio, mesmo que esta tente adaptar-se: “Mais do que pura tecnologia, representa um novo contexto de práticas sociais e comunicacionais, baseado na oferta de serviços interativos e numa arquitetura de participação total, que desenha um novo paradigma de comunicação em rede. (Cordeiro, 2010)

Paula Cordeiro (2012) refere o surgimento de um novo tipo de ouvinte com o aparecimento da internet e das emissões online: os *e-listeners* podem ser divididos em *Fm Listeners*, que ouvem a rádio na internet por comodidade e seguem as suas rádios favoritas online mas sem grande conhecimento de tecnologias, e os *online listeners*, que usam a internet como meio primário para ouvir rádios e são ávidos participantes nas redes sociais virtuais. Os *e-listeners* possuem a característica de aproveitar também outras funcionalidades dos sites, como textos de notícias e entretenimento, e recorrer a outro tipo de media audio como rádios-web e programas de streaming. Estão também mais preocupados com o conteúdo que o serviço tem para dar do que com a forma como usufruem desse serviço..

4. AS RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS

“A premissa das rádios universitárias é a comunidade, seja o campus universitário ou a comunidade como um todo” (Sauls, 1997)

Nas palavras de Sauls (1997), as rádios universitárias são na verdade rádios comunitárias dedicadas, muitas vezes em exclusivo, à comunidade universitária a que pertencem. Estas podem desempenhar vários papéis: dinamizadoras da universidade local, órgãos de comunicação locais na ausência dos mesmos, ou representações da

ligação entre a universidade e a cidade onde se insere. Esta exclusividade tende a ser realidade em áreas onde a universidade não é o pólo central. Por exemplo, uma rádio universitária em Lisboa vai centrar-se muito mais na universidade em si e nos seus estudantes do que uma rádio numa cidade como Coimbra, que vai retratar o espaço maior onde se insere, neste caso a cidade.

Existe uma linha ténue entre uma rádio universitária e uma rádio comunitária, principalmente no contexto desta dissertação e que depende, sobretudo, do modelo de rádio que decide aplicar. Caton (1979, citado por Sauls, 1997, p.4) distinguiu três tipos de rádios universitárias:

Um primeiro é a rádio universitária de função académica/educacional. Centrado na academia e com abordagem mais educacional. Em Portugal é um aspeto em que as universidades com cursos de comunicação social têm vindo a apostar, como forma de divulgação de trabalhos científicos e do que é feito na universidade, ou ainda como instrumento para o fortalecimento da identidade estudantil. Existe, contudo, uma aproximação grande ao modelo social sem que isso implique uma sobreposição de funções. Este será porventura o modelo mais utilizado em Portugal e aquele que produz melhores resultados.

No exemplo de formação, a rádio universitária do Minho disponibiliza no seu site trabalhos realizados por professores e alunos no âmbito das áreas científicas. Isto complementado com a programação da rádio que detém programas sobre assuntos tão diversos como ciência, literatura ou política. (Teixeira e Silva, 2009).

O modelo que se segue está mais vinculado ao papel que a rádio pode ocupar como dinamizador de uma comunidade, com uma programação mais direcionada para a informação, que Huérfano (2001) denominou modelo social, e mais tarde recuperado por Contreras et. al (2014) para distinguir as rádios que assumem um carácter mais social: “A função social de uma rádio universitária é oferecer uma produção que cubra a maior parte dos sectores da população” (Huérfano, 2001, citado por de Deus, 2003).

Este modelo funciona como uma rádio comunitária excetuando que é feita na maioria por alunos e agrupa algumas características do modelo anteriormente descrito. São várias as razões que podem levar uma rádio universitária a optar por este modelo. Primeiro, as rádios universitárias apresentam-se como uma excelente forma de divulgação da cultura e dos problemas locais. Depois, o espaço que a rodeia pode ou não sofrer carências a nível de comunicação social: neste caso uma rádio universitária pode ocupar o “cargo” deixado vago por essa ausência. Por fim a universidade pode tornar-se

pequena para o profissionalismo e tipo de trabalho que ali é feito: Neste caso a rádio tende a começar abranger outros setores e expandir-se para fora da esfera da escola.

Na América Latina muitas rádios universitárias estão a tornar-se difusoras de serviço público (Huérfino, 2001). Sendo a universidade um lugar onde convergem diferentes culturas, é importante assumir essa posição e pensar a programação como algo para agradar a todos e não apenas a alguns.

A última função deste trio é a mais comum em Portugal, resultado daquilo que são as rádios profissionais no país e da sua grelha de programação, mas também a que menos é utilizada em exclusivo: o modelo generalista/comercial, que se caracteriza por uma concentração na vertente do entretenimento e ocupação. Esta rádio apresenta-se como um método de distração, onde não existe o reconhecimento, nem o objetivo, de fazer grande divulgação cultural local ou apresentar trabalhos, mas sim passar música.

5. A RÁDIO EM PORTUGAL E A RÁDIO UNIVERSIDADE DE COIMBRA

A rádio em Portugal surge no primeiro quartel do Séc XX por via de entusiastas senfilistas, isto é, da emissão sem fio. No início as emissões estão maioritariamente centralizadas nas áreas urbanas de Lisboa e Porto: na década de 20 foi implementada a primeira estação emissora, em Lisboa, e mais começaram a surgir após a Primeira Guerra Mundial, nomeadamente a Rádio Colonial que conseguia transmitir para o país inteiro.

Na década de 30 surgem as publicações especializadas para os amantes de rádios e as três rádios mais importantes do panorama nacional até então: o Rádio Clube Português (1931), a Emissora Nacional (1935), e a Rádio Renascença (1937). Seriam estes os três operadores que iriam compor as emissões radiofónicas em Portugal até à década de 70 (Reis, 2006). Na qual a rádio, nomeadamente o Rádio Clube Português, desempenhou um papel fulcral naquele que viria a ser um dos maiores acontecimentos do país - a revolução dos cravos, em 1974. A partir da década de 80, com as várias alterações políticas e legislativas começaram a surgir os grupos que ainda hoje permanecem, mais concretamente o grupo Renascença e o grupo Media Capital.

Foi também na década de 70 que começaram a surgir as rádios locais, um pouco mais tarde que no resto da Europa (Castalheira e D'Assunção, 1973, citado por Reis, 2006, p.80). Num estudo publicado nessa época a principal razão que se levantava

era que a televisão estava em risco de influenciar negativamente as culturas locais do país. Isto permitia uma desculpa para difundir a rádio por todos os pontos do país e criar uma unidade sob argumento político: “À homogeneização da televisão, a rádio respondia com a diversificação das emissões destinadas às várias parcelas territoriais”. (Reis, 2006)

CAPÍTULO 2 – OPÇÕES METODOLÓGICAS

Este capítulo visa clarificar todo o processo de apresentação desta dissertação. Numa primeira fase explica-se como foi delimitada a área de estudo, seguido do objeto e do objetivo. Numa segunda fase é esclarecida a forma como foi realizada a investigação, cabendo à última fase a análise dos resultados obtidos.

Estando o autor desta dissertação envolvido num projeto de rádio, nomeadamente o da Rádio dos Estudantes do ISCTE-IUL (REI), e concluindo que faria mais sentido trabalhar um tema que goste e fosse subvalorizado no panorama nacional, a escolha acabou por ser fácil e recair naquilo que são as rádios universitárias. Quivy e Campenhoudt (1998,p.31) uma investigação é algo que se procura, algo onde não encontramos respostas no início mas sim construindo as nossas conclusões. Resolvido o problema de tema cabia-me agora escolher o que pretendia saber com a minha dissertação, objetivo, e sobre objeto fazer o meu estudo.

Procurei diferentes ângulos de estudo que abordassem de alguma forma as rádios universitárias e me dessem uma ideia do meio radiofónico em Portugal, desde os meios alternativos de média de Chris Atton (2002) até Paula Cordeiro (2010). No decurso da minha pesquisa acabei por me deter num artigo de Samuel J. Sauls, (1995) onde encontrei uma teoria de Bernard Caton (1979, citado por Sauls,1995,p.2) onde o autor afirma existirem três modelos de programação de uma rádio universitária. Um mais académico/educacional; um social e por fim um focado no entretenimento, mais generalista. A pesquisa que se seguiu foi centrada nestes três modelos, onde acabei por encontrar variada literatura sobre o papel de rádios universitárias na comunidade e como objeto educativo.

No início a ideia era mapear, segundo os modelos acima descritos, as várias rádios universitárias do país. Contudo, devido a constrangimentos monetários e temporais, já que teria que percorrer o país de uma ponta a outra, decidi concentrar-me apenas numa rádio universitária e mudar a abordagem ao meu tema.

O objetivo desta dissertação é perceber que modelo é que os alunos atribuem à rádio, e se isso afeta a perceção e opinião que têm da rádio.

Assim a pergunta de partida para esta dissertação é a seguinte: ‘Terá o modelo adotado pela Rádio Universidade de Coimbra impacto na perceção que os estudantes têm da rádio?’

A escolha do objeto de estudo acabar por revelar-se mais simples do que era suposto: a Rádio Universidade de Coimbra apresentava-se como aquela com o modelo e a situação mais interessante. (Coller, 2000,p.32) apresenta no seu livro uma tabela com os vários tipos de estudo de caso. No caso desta dissertação o objeto revela-se tão importante como a teoria por detrás daquilo que se quer estudar. E existem duas esferas em que a Rádio Universidade de Coimbra está inserida que ajudam a explicar isto.

A primeira é a região e a cidade de Coimbra em si, com as suas características próprias, isolada, envelhecida, mas com um grande pólo universitário. A segunda é a universidade que lhe dá o nome e que foi primariamente a razão da sua criação.

Para responder à pergunta de partida, e tendo em conta as características do objeto, optei por uma pesquisa qualitativa e foi tomada a opção de se proceder a entrevistas semiestruturadas. Com base em algumas obras como as de (Foddy, 1996) e (Valles, 2002), foi decidido estruturar a entrevista em três partes: a noção do modelo da rádio, pelo estudante; a ligação que a rádio tem à cidade, e para o final a ligação que a rádio tem aos estudantes. Valles (2002) explica assim o processo de entrevista:

“Os processos de comunicação e interação social, quase naturais, na vida quotidiana, são estimulados ou transformam-se, nas entrevistas, com o propósito de obter informação pertinente para o estudo em causa” (Valles, 2002)

A amostra foi concebida através do método bola de neve, em que os entrevistados fornecem contactos de outras pessoas entrevistáveis. (Atkinson e Flint, 2001) definem o método de bola de neve como uma forma de chegar a uma população difícil, seja por isolamento ou desconhecimento. Neste caso os contactos eram poucos e o primeiro foi conseguido através de um contacto na Media Capital Rádios. Através deste consegui obter diversos nomes e contactos de pessoas que me poderiam ajudar e servir de amostra, incluindo o presidente da Rádio Universidade de Coimbra. Do lado dos entrevistados, uma amiga pessoal, estabeleceu-me contacto com uma atual aluna da universidade. A partir destes dois indivíduos, fui criando a minha rede de contactos que resultou na amostra utilizada.

A amostra foi dividida em 4 grupos, de atuais e antigos alunos e atuais e antigos colaboradores. Todos responderam às mesmas perguntas, reportando a sua opinião sobre aquilo que se passava no seu tempo. Todos os grupos possuem três elementos devido à saturação das respostas. (Manzano, 2016) afirma que não existe um número certo de entrevistas a fazer e que o número não está associado à representatividade mas sim à complementaridade de dados e/ou saturação dos mesmos. No caso desta amostra foi

precisamente isso que aconteceu, com os vários entrevistados a refletir a mesma opinião que os outros do seu grupo.

As entrevistas decorreram em dois espaços e tempos distintos. No fim de semana de 17 a 19 de Junho de 2016 dirigi-me a Coimbra para uma ida às instalações da Rádio Universidade de Coimbra e um encontro com o diretor de rádio, dia durante o qual realizei todas as entrevistas a atuais colaboradores. No segundo dia, 18 realizei as entrevistas aos atuais alunos, realizadas no espaço da Associação Académica de Coimbra com durações que oscilaram entre 10 e 25 minutos sendo que as entrevistas mais longas foram dos colaboradores, já que os alunos não tinham uma opinião forte formada.

Feitas as entrevistas em Coimbra, o restante foi realizado na área metropolitana de Lisboa, incluindo todas as entrevistas aos grupos de antigos alunos e antigos colaboradores. Estas acabaram por ser mais longas, talvez por haver um maior reconhecimento da rádio, ultrapassando todas os 15 minutos de duração.

Por fim a análise de uma entrevista pode ser complexa. Potter e Hepburn (2012,p. 5) apresentam alguns problemas que têm que ser ultrapassados, como a diferença de interesse entre o entrevistado e o entrevistador ou a percepção que o entrevistador pode ou não ter da pessoa que está a entrevistar. Para evitar tudo isso a análise é feita primariamente através de grupos com o apoio de tabelas: nelas será possível observar as tendências de cada grupo, para além de um texto a aprofundar a análise. No final são revistas e postas em confronto as percepções dos vários grupos e retiradas as devidas conclusões. Por motivos de privacidade, foi atribuído a todos os entrevistados um nome falso.

No geral a metodologia aplicada acabou por me permitir recolher os resultados que pretendia, mas algumas coisas não correram como esperava. Em primeiro lugar o distanciamento que os atuais alunos têm da rádio o que me surpreendeu. Depois o facto de o focus group não ter corrido da melhor forma, não se apresentou como uma mais-valia no trabalho - foi inconsequente e os seus resultados acabam por não estar refletidos na dissertação.

CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO

1. FUNCIONAMENTO DA RÁDIO

A Rádio Universidade Coimbra teve origem na década de 40 com o Centro Experimental de Rádio, na altura uma secção da Associação Académica de Coimbra. A emissão era em circuito interno, nas cantinas, sendo possível ouvir também um pouco pela cidade. Apoiada primeiro pela Emissora Nacional e depois pela Rádio Difusora Portuguesa, até à década de 80, os estudantes da universidade gravavam os programas nos estúdios da universidade para transmissão pelo centro regional da RDP, em Coimbra.

Em 1982 a RUC começa a adquirir os primeiros equipamentos e licenciamentos estatais de forma a garantir uma emissão regular, que chegariam apenas em 1988, período em que já a rádio se encontrava em pleno funcionamento de emissões periódicas.

Atualmente a Rádio Universidade de Coimbra centra-se em quatro pilares:

- A Formação – Com cursos de locução, produção e de técnico de som para pessoas de dentro e fora da instituição;
- Informação – Como um importante órgão de informação local cobrindo as notícias não só da universidade como também da cidade e mesmo a nível regional do centro. Há ainda espaço para a cobertura dos jogos da Académica, de futebol, e jornalismo de investigação relacionado com a academia;
- Academia – Acompanhando todos os eventos relacionados com a academia, sejam eles de lazer, como as festas académicas, ou mais institucionais, como a abertura solene de aulas;
- Cultural – Como vetor de divulgação cultural de e para a cidade de Coimbra, desde recitais de poesia a concertos ou concursos de fotografia.¹

¹ Informação retirada do site da Rádio Universidade de Coimbra, <http://www.ruc.pt>, no dia 27 de Maio de 2016

A Rádio Universidade de Coimbra funciona num dos pisos da Associação Académica de Coimbra sendo um órgão independente desta. Possui um Presidente e um Vice-Presidente que encabeçam a direção juntando-se-lhes vogais e um secretário. A estrutura de funcionamento é assente em três departamentos que trabalham em conjunto, mas de forma autónoma entre si: o departamento de Programação, o de Informação e o departamento Técnico; o de Programação fica responsável por organizar e criar os conteúdos, o de Informação por dar as notícias nos espaços designados e o Técnico pelo material da rádio, todos eles encabeçados por um diretor.

Apesar de ser uma rádio universitária e o seu foco serem os estudantes, a rádio não é composta apenas por estudantes: de entre os vários colaboradores constam antigos estudantes ou simples amantes de rádio. A pessoa mais velha tem mais de 60 anos e a mais nova ainda não tinha entrado na universidade, nesse aspeto o departamento de programação consegue ter uma maior abrangência. No departamento de informação a maioria são estudantes e são vários aqueles que acabaram por seguir a carreira de jornalistas.

No que toca ao departamento de informação, o prestígio da Rádio Universidade de Coimbra fica patente pelo reconhecimento que os entrevistados recebem quando dizem que são da RUC: no caso de uma das entrevistadas, Susana, diz que se não fosse a Rádio Universidade de Coimbra, nunca teria feito uma peça jornalística ou um direto. Outro bom exemplo é o de uma entrevistada, Raquel, que partilha a redação da Antena 1 com outras 10 pessoas que passaram e tiveram, em tempos distintos, a sua formação na rádio. A rádio serviu de escola, a alguns dos jornalistas que neste momento ouvimos nos noticiários das maiores rádios do país em parte devido aos padrões elevados que a rádio tem no que toca a escolher os seus membros.

Para se poder colaborar com a rádio e dar voz é necessário participar numa das várias ações de formação que a instituição oferece, as quais são independentes do currículo da universidade. Após uma ação de um ano, lentamente os alunos são incentivados a ter uma rubrica, no caso da programação, podendo ser convidados a ficar no final.

Atualmente contam-se, de entre os vários departamentos, mais de 120 colaboradores um número impressionante tendo em conta que vivemos numa era pós tratado de Bolonha onde os estudantes apenas precisam de três anos para completar a licenciatura. Este é um fator sublinhado pelos vários entrevistados.

Pela imagem é perceptível a diferenciação de programas ao longo das 24 horas. Existem várias sínteses informativas ao longo do dia, que se juntam a programas tão distintos como o “Café Olé,” o programa da manhã, “Santos da Casa” (que é apenas composto por música portuguesa) ou o “Ruclub”, dedicado ao jazz. Todos estes programas possuem mais do que um locutor e são disponibilizados em *podcast* para quem futuramente queira ouvi-los. Destaque ainda para o canto superior direito, no qual é possível ouvir a emissão em direto.

Outro fator que importa destacar é a preocupação com a região e a universidade. Isso está explícito no acompanhamento em direto dos vários acontecimentos importantes do ano estudantil, como por exemplo: assembleias magnas (assembleias de estudantes) e queima das fitas; debates realizados para as eleições da Associação Académica de Coimbra; e divulgação de eventos culturais pela cidade, publicidade essa que não é cobrada. A própria forma como o noticiário é organizado mostra preocupação em centralizar a informação nas áreas em redor: em primeiro lugar vêm notícias relacionadas com a Academia, seguidas de peças sobre a cidade e/ou região, e apenas no fim vêm as notícias de temas geograficamente generalistas, que muitas vezes não chegam sequer a ser transmitidas. Acaba por se revelar um exemplo perfeito daquilo que é considerado como uma rádio comunitária e ao mesmo tempo um *citizen's media*. Face às suas características específicas, de ser uma rádio universitária onde a universidade é o polo fulcral da comunidade onde se insere, ela acaba por cobrir as várias características que os vários autores usam para definir os diferentes conceitos de rádio comunitária. Sendo construída pelos estudantes e para os estudantes fornece também algum poder à comunidade estudantil para combater as suas causas.

2. A PERSPETIVA DOS ESTUDANTES

Para uma mais fácil compreensão dos resultados das entrevistas, foram criadas uma tabela com uma síntese das características sociológicas dos entrevistados e quatro tabelas-síntese, uma por cada grupo, com as respostas aos três pontos mais importantes em análise: que modelo consideram que mais se aplica à Rádio Universidade de Coimbra; a ligação que observam entre a rádio e a cidade; e a ligação entre a rádio e os estudantes.

Após realizar as entrevistas, as primeiras conclusões que retirei são que a existência de diferenças entre as perspetivas dos vários grupos, principalmente entre os antigos e atuais alunos. Apesar de todos da Universidade de Coimbra, um elemento

obrigatório na amostra, as opiniões tendem mais a alinhar com o resto das pessoas do seu grupo do que de outro.

Quadro 3.1- Tabela das Características sociológicas dos entrevistados

Nome	Idade	Curso	Local de Origem	Grupo
Amanda	23	Mestrado em Recursos Humanos	Coimbra	Atual Aluna
Andreia	23	Sociologia	Coimbra	Atual Aluna
Paulo	19	Engenharia Eletrónica	Coimbra	Atual Aluno
José	23	Direito	Coimbra	Atual Colaborador
Rogério	26	Produção Artística	Coimbra/Bragança	Atual Colaborador
Renato	21	Design e Multimédia	Coimbra	Atual Colaborador
Renata	23	Sociologia	Madeira	Ex-aluna
Catarina	32	Relações Internacionais	Coimbra	Ex-Aluna
Rui	41	Jornalismo	Lisboa	Ex-Aluno
Sara	29	Economia	Coimbra	Ex-colaboradora
Susana	27	Jornalismo	Viseu	Ex-colaboradora
Raquel	29	Jornalismo	Coimbra	Ex-colaboradora

Fonte: Dados Próprios

Pretendi aquando as entrevistas que a amostra refletisse uma diversidade de cursos e de idades, o que creio ter sido alcançado, com entrevistados que vão desde o período pré-bolonha até a atualidade, e cursos tão distintos como direito, produção artística ou economia.

A variável mais difícil de controlar acabou por ser o local de origem: a larga maioria é de Coimbra, existindo também um número semelhante entre entrevistados de cada género.

Quadro 3.2 – Síntese de resposta dos Atuais alunos da Universidade de Coimbra

Nome	Amanda	Andreia	Paulo
Papel Atribuído	Académico, mas devia seguir mais o modelo social	Estritamente académico	Generalista Passa demasiada música
Ligação à cidade	Tem uma forte presença apenas nas festas da cidade.	A rádio não tem impacto na cidade	Não existe Deviam apostar mais na ligação social à cidade e aos estudantes
Ligação aos estudantes	Pouca ligação devido à música que passa	Não existe ligação Pouca preocupação com os estudantes	Pouca ligação Antes ouvia agora já não tanto.
Notas	Aposta na autopromoção	Problema na divulgação da rádio	Reconhece a rádio mas já era da cidade

Fonte: Dados Próprios

Os atuais alunos da Universidade de Coimbra demonstram um desinteresse geral pela rádio universitária local: são vários os que desconheciam a rádio e o serviço que esta presta. Todos afirmam que devia seguir um modelo mais social e uma preocupação maior com os estudantes. Apontam duas razões para um distanciamento tão grande entre a rádio e os estudantes:

A primeira é a programação que é lhes estranha no sentido de ser demasiada alternativa: Andreia aponta o facto de a rádio não transmitir música comercial como um ponto de rotura com os estudantes, e os outros inquiridos seguem-lhe o exemplo.

O segundo foco é a falta de promoção: sugerem *flyers* ou promoções noutros órgãos de comunicação para combater aquilo que consideram a falta de divulgação e desconhecimento geral, dentro de Coimbra, quanto à existência da Rádio.

Apesar de algumas observações resultarem de manifesto desconhecimento, como tipos de programas que deviam existir e que na verdade existem, a realidade é que não existe divulgação real da rádio para quem vem de fora da cidade e da universidade. A

rádio encontra-se no seu espaço e, sem aparelhos que permitam a sua difusão para a área física circundante, só se tornando conhecida através do passa a palavra. Um inquirido chega a afirmar que fez todo o seu percurso escolar em Coimbra sem conhecer a rádio; outro, Paulo, afirma que ouvia mais a rádio quando não era aluno da universidade e que quando entrou na faculdade perdeu esse hábito.

A ligação à cidade parece estar relacionada com esse desconhecimento, e/ou falta de interesse: segundo a perspetiva dos alunos, o papel mais importante que a rádio ocupa encontra-se relacionado com festas e acontecimentos académicos.

Quadro 3.1 – Síntese de resposta dos Atuais Colaboradores da Rádio Universidade de Coimbra

Nome	José	Rogério	Renato
Papel Atribuído	Social – Uma noção de comunidade tanto externa como interna Académica – Na vertente da Informação	Uma fusão das 3 Divulgação da parte universitária Possuí um conteúdo diversificado.	Social - Forte apoio à cidade Académica - Aposta naquilo que se passa na academia
Ligação à cidade	Forte ligação cultural Um órgão de comunicação local	Forte na vertente cultural Importância das notícias locais	Relação próxima com os órgãos de poder Parceria com centros culturais
Ligação aos estudantes	O estudante típico não reconhece a rádio	Maior interesse por parte dos cursos culturais	Fraca com exceção aos eventos académicos
Notas	A rádio é mais ouvida pelos ex-estudantes	Já aprendi mais sobre programação que aprendi 1 ano numa cadeira.	As pessoas que acompanham a rádio, muitos são ex-estudantes

Fonte: Dados Próprios

Esta falta de ligação aos estudantes da universidade é reconhecida dentro da rádio e por quem a compõem: todos os atuais colaboradores afirmam que os alunos não reconhecem a rádio nem o trabalho que ela faz: “Embora estejamos inseridos

aqui neste espaço, a meia dúzia de escadas, a malta (estudantes) não têm noção do que se passa aqui dentro. Eu diria que o estudante genérico não conhece a rádio” Joaquim

Afirmam ainda os elementos que a compõem que a rádio recebe apenas crédito em dois momentos: nos relatos de jogos do clube de futebol local, Académica, maioritariamente de pessoas da cidade que não podem ver o jogo na televisão, e aquando dos passatempos das duas principais festas, Queima das Fitas e Latada, onde a rádio tem o seu próprio palco com os artistas da sua escolha.

Esta visão pessimista, mas realista, da ligação que a rádio tem com os estudantes contrasta em absoluto com a opinião que têm quando convidados a comentar a ligação à cidade:

“Apesar de ser um vínculo do qual nós nunca nos podemos afastar (estudantil), porque está no nosso nome, acabamos por ter que fazer algumas coisas. Do qual não nos importamos nada, mas também sentimos que fazemos um serviço cultural para a cidade.” (Rogério)

Seja através da divulgação cultural e da importância que têm para as notícias locais, como refere José; ou pela proximidade e isenção face aos vários atores cívicos da cidade, desde espaços culturais, à reitoria ou câmara municipal, nas afirma Renato, existe um sentimento de responsabilidade por se considerarem mais um órgão de comunicação social local do que um órgão universitário: “Eu acho que nunca podes deixar de respeitar essa ligação (aos estudantes) mas acho que podes expandir um pouco os horizontes”, (José). Os colaboradores mostram mais, ou pelo menos igual, preocupação em representar e defender Coimbra como cidade e comunidade como demonstrada pelos estudantes. Outro ponto em comum entre os entrevistados é o reconhecimento da importância dos ex-alunos da universidade como ouvintes da rádio: para José, o ouvinte-típico da rádio é um ex-estudante, pré-bolonha, que mantém alguma ligação com saudade dos seus tempos universitários e da cidade.

Quadro 3.2 – Síntese de respostas dos Antigos Alunos da Universidade de Coimbra

Nome	Rosa	Rui	Catarina
Papel Atribuído	Académico	Um papel mais académico	Um modelo social
Ligação à cidade	Podia ser um modo de atrair mais as pessoas à rádio.	Uma ligação de complementaridade	Responsabilidade de informar os alunos sobre a comunidade A divulgação e promoção cultural
Ligação aos estudantes	Fraca Ocorre mais em festas	Um meio conciliador entre estudantes Centro de partilha de ideias e opiniões	No meu tempo havia participação e interesse dos estudantes na rádio
Notas	Deviam focar-se mais nos problemas dos estudantes Fora do período de festas devia haver maior divulgação.	Falta de ligação resulta de individualismo dos estudantes	Ainda houve a rádio Mantem se atualizada sobre o que se passa na rádio

Fonte: Dados Próprios

À primeira vista nota-se uma grande diferença entre as opiniões de uma das entrevistadas, Rosa, e as dos outros dois membros deste grupo: a entrevistada mais jovem tende a alinhar com os atuais alunos e ver a rádio como algo presente apenas em festas e desligado da realidade estudantil e local; os outros entrevistados, saídos da Universidade de Coimbra há mais de uma década, possuem opiniões diferentes em quase todos os parâmetros. No seu tempo, a ligação aos estudantes, e, segundo os entrevistados, consequentemente, à cidade, era feita de partilha e proximidade. Referem que na altura havia um grande interesse em promover e fazer divulgação cultural e que a Rádio Universidade de Coimbra acabava por ser um centro para a comunidade estudantil. A cidade apoiava a rádio, com eventos e autorizações, e a rádio em troca fazia divulgação cultural e informava os alunos do que se passava na comunidade.

Face à quebra de ligação aos estudantes atuais, há uma opinião que se destaca das outras:

“Penso que, de um modo geral, as pessoas estão mais individualistas e não ligam tanto aos afetos e às ligações pessoais como há uns anos atrás. Isto também se traduz neste encontro que se fazia na RUC, em que as pessoas se encontravam mais disponíveis para participarem na vida ativa da sociedade estudantil” (Rui)

Para este entrevistado o afastamento resulta das inovações tecnológicas, que vieram afetar a rádio de um modo geral, e mais ainda uma rádio universitária, que tem como foco um grupo de ouvintes jovens e bastante experientes na utilização das novas tecnologias. A Rádio Universidade de Coimbra acaba por sofrer os efeitos da desconexão ao hábito mais simples de ouvir rádio. Vê-se em competição na web com uma oferta com a qual dificilmente consegue competir e que implica uma interação com um grande número de seguidores. Sendo uma rádio comunitária e mesmo dentro do universo estudantil, face ao desinteresse, isso não acontece.

Quadro 3.3- Síntese de resposta dos Antigos Colaboradores da Rádio Universidade de Coimbra

Nome	Raquel	Sara	Susana
Papel Atribuído	Agrega o social e académico	Um misto das 3	Fundamentalmente social Havia quem ligasse pelo entretenimento
Ligação à cidade	Grande ligação cultural através da programação	Ligação forte Funcionavam como órgão de comunicação local.	Integrada no espaço que a rodeia Sempre presente nos momentos mais importantes da cidade.
Ligação aos estudantes	Forte Na altura havia uma grande ligação aos estudantes.	Havia mais ligação entre os estudantes que lá trabalharam que os de fora para dentro.	Muito passa a palavra Havia uma ligação maior porque não havia muito para fazer na altura
Notas	Sempre que vou a Coimbra oiço a RUC. A formação académica foi feita na RUC ao invés da faculdade. Grande sentido de ligação entre ex-membros da RUC.	Mantenho amizades com pessoas que por lá passaram comigo.	Estava mais tempo na RUC que na faculdade. Sentia que aprendia mais na RUC.

Fonte: Dados Próprios

Os antigos membros da Rádio Universidade de Coimbra foram aqueles que mostraram maior disponibilidade para falar e maior conhecimento, à parte dos colaboradores, daquilo que se passa dentro da rádio. São também aqueles que apresentam respostas mais díspares em relação ao modelo em que se insere a rádio. Todos eles, atualmente jornalistas, vêem no contexto da ligação da rádio com o estudante uma rádio que atualmente já não existe.

Apesar de considerar existir quem procure a rádio pelo entretenimento, Susana pendente para o modelo social e académico:

No modelo académico os alunos remetem não para uma grande ligação aos estudantes e cobertura daquilo que se passava na academia, mas para o papel da rádio como formadora: “Passava muito mais tempo na RUC do que passava na faculdade. Sentia que estava a aprender mais na RUC do que estava a aprender na faculdade”. Este ponto é focado também por outros entrevistados: afirmam que a rádio lhes apresentou mais soluções e objetivos a nível de aprendizagem do que aqueles que a universidade lhes deu.

Contudo é na noção do modelo social que se encontram as respostas mais interessantes. Em primeiro lugar dizem que havia a preocupação de divulgar a academia, que continua a haver, mas também de trazer de bom aquilo que vinha de trás. A rádio era um ponto de encontro e discussão e funcionava como órgão de sociabilização, ou como afirmam, uma escola para a vida. Um sentimento que é partilhado por aqueles que apesar de não terem estado na rádio, passaram pela Universidade de Coimbra. Em segundo lugar o modelo social é mais incorporado dentro da rádio do que projetado de dentro para fora. A preocupação com tudo o que se passa com a cidade de Coimbra e as comunidades locais mantém-se: a ligação à rádio mantém-se seja através de jantares, amigos ou visitas às instalações aquando de passagens pela cidade de Coimbra. Existe essa preocupação de manter a ligação à rádio e de retirar um pouco a nostalgia dos tempos de universidade com isso, partilhada também por quem lá está. A rádio funciona como uma grande família onde se juntam antigos e atuais, o que acaba por afetar a sua ligação aos estudantes.

CONCLUSÃO

A consideração conjunta de todos os dados recolhidos ao longo desta dissertação parece indicar que o tempo em que a palavra Universidade no nome da instituição tinha o seu peso já passou. A realidade atual é a de que a ligação entre os estudantes e a rádio simplesmente não existe. Apesar de continuar a ocupar um papel fulcral na divulgação dos conteúdos da academia o reconhecimento que a rádio atinge com isso é nulo.

Existem dois fatores diferenciadores no conjunto dos entrevistados: o primeiro dos quais é o envolvimento pessoal na rádio: Apesar de encontrarem um ponto em comum no reconhecimento da falta de ligação com estudantes atuais, quem está dentro e fora apresenta pontos de vista opostos. Quem está de fora vê a rádio como algo interno, feito para dentro. Como um pequeno grupo dentro da universidade que não demonstra grande preocupação com os estudantes. Nota-se uma dificuldade em fazer passar a mensagem, algo já evidenciado por outros estudos sobre rádios locais, como o de Monteiro (1991). Quem está dentro da rádio tem essa preocupação como algo secundário e vê a academia como uma instituição que fornece o espaço e mão-de-obra, sem colocar em perigo a sua autonomia. Apesar de dar prioridade à Universidade, a Rádio vê-se mais a si como um órgão local, desligando-se daquilo que devia ser o foco principal de uma rádio universitária.

Os colaboradores apresentam também uma visão muito mais intimista:

“Ainda hoje vou lá, aos jantares e reviver um pouco a memória que tenho daqueles tempos. Aproveito para dizer olá e reencontrar pessoas mesmo que já não conheça lá muita gente” (Sara)

Uma noção de família que é repetida constantemente pelos entrevistados, como referenciado por Paula Cordeiro (2011, p.116): “A rádio, num contexto urbano de difusão da cultura, assume-se como agregador social, fomentando o estabelecimento de uma estrutura de relações”.

O segundo fator é o fator temporal. Quanto mais jovem o entrevistado menor a ligação e interesse na rádio. As razões que levaram a que isso acontecesse são várias e perceptíveis quando pensamos como era a vida da academia há 16 atrás. Em primeiro lugar, a rádio como ferramenta de entretenimento, e principalmente em formato de antena, foi largamente superada pela internet. É verdade que a rádio dispõe do seu próprio site,

bastante atualizado e com a respetiva programação, mas não consegue competir com os diversos tipos de entretenimento que a internet oferece, ou com as diferentes rádios em antena que competem no mesmo espaço virtual. Os antigos alunos, colaboradores ou não, mostram-se mais interessados e conectados com a realidade da cidade do que os atuais. O ouvinte comum, como um colaborador afirmou, não conhece a rádio a não ser quando precisa dela foram várias as sugestões de programas que, na realidade, já existem na programação. Muitos referem que isto acontece devido à falta de divulgação, mas esta não pode nem deve ser responsável por tudo. O modelo social que a rádio tanto se preocupa em realizar, a nível local, transformou-a numa rádio local que ocorre estar inserida na Universidade e não o contrário.

Importa ainda realçar o isolamento que a rádio criou: apenas um estudante conhecia alguém que trabalhava na rádio e mesmo esse estava distante do seu círculo de amigos. Este isolamento resulta em prejuízos para ambos os lados: por um lado temos os estudantes que têm uma opinião da rádio como algo apenas feito para dentro e que não existe motivação para ouvir; para os que a fazem, ao não verem o seu trabalho reconhecido deixam de ter qualquer interesse em realizá-lo para consumo dos estudantes e passam a fazê-lo apenas para consumo interno ou de um círculo fechado de ouvintes. Nota-se um círculo de desinteresse mútuo que apenas tem tendência a aumentar.

Quanto aos modelos, a perspetiva dos vários grupos difere consoante o conhecimento que têm ou não do trabalho que é realizado na rádio. Os alunos que estão de fora acham que a rádio adota um modelo académico e generalista. Relacionam o académico mais com a universidade do que com os estudantes e o generalista com a música. Os que estão dentro, são da opinião que existe uma fusão dos três, mas é dada uma grande prioridade ao modelo social: o entretenimento, apesar de em maioria, serve o consumo interno. De referir ainda o papel educacional que tem e que todos afirmam ser uma parte essencial da rádio. A academia é tida como uma forma de recrutamento e a preocupação existe, mas não lhe é dada importância tanto a nível externo como interno. Por outro lado, a cidade é vista como a parte essencial da rádio conferindo-lhe uma forte conotação social, mas também levantando a questão se a Rádio Universidade de Coimbra pode ser considerada uma rádio universitária ou se já extrapolou para uma rádio local.

Assim, e em resposta à pergunta de partida colocada nesta dissertação, pode concluir-se que o modelo, ou pelo menos a perceção desse modelo tem um forte impacto na criação de opinião em relação à Rádio Universidade de Coimbra: quem perspetiva de fora vê no modelo generalista uma preocupação excessiva com a música e desinteresse

pelos ouvintes, resultando numa não-opinião ou uma opinião negativa. As opiniões positivas dos colaboradores refletem a opção por um modelo mais social, onde se criaram laços e existe uma preocupação e sentimento de dever para com a comunidade, e académico, sob o qual recaem as boas memórias dos tempos de faculdade.

BIBLIOGRAFIA

- Atkinson, Rowland e John Flint (2001), “Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies.”, *Social Research Update* (online). Disponível em: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU33.html> , consultado a 28.08.2016
- Atton, Chris (2002), *Alternative Media*, London: Sage Publications
- Browne, Donald R (1982), *International Radio Broadcasting: The Limits of the Limitless medium*, Nova Iorque: Praeger
- Cardoso, Gustavo (2009), “Da Comunicação de Massas para a Comunicação em Rede”, em Gustavo Cardoso, Francisco Rui Cádima e Luís Landerset Cardoso (orgs), *Media, Redes e Comunicação: Futuros Presentes*, s.l Quimera Editores
- Cardoso, Gustavo e Manuel Castells (2006), “Os Media na Sociedade em Rede.”, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Coller, Xavier (2000), *Cuadernos Metodológicos: Estudio de casos*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- Cordeiro, Paula (2005), “Experiências de rádio produzidas para e por jovens: o panorama português das rádios universitárias”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-experiencias-de-radio.pdf> , consultado a 07.09.2016
- Cordeiro, Paula (2011) “A rádio como um meio social: tendências de consumo e modelos de negócio”, *Comunicação e Sociedade*: 115-127 (online). Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/886>, consultado a 07.09.2016
- Cordeiro, Paula (2010), *A Rádio e as Indústrias Culturais: Estratégias de Programação na Transição para o Digital*, Lisboa: Livros Horizonte
- Cordeiro, Paula (2010) “Radio becoming R@dio: Convergence, interactivity, and broadcasting trends in perspective”, *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*: 493-510. (online). Disponível em: <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/27%20Cordeiro.pdf>, consultado a 07.09.2016
- Crisell, Andrew (1994), *Understanding Radio*, Londres: Routledge
- Delanty, Gerard (2003), *Community*, Londres: Routledge
- Deuze, Mark (2006) “Ethnic media, community media and participatory culture”, *Journalism*: 262-280. Disponível em: <http://jou.sagepub.com/content/7/3/262.short?rss=1&ssource=mfr>, consultado a 25.05.2016
- Flinchy, Patrice (1999) “The Wireless Age: Radio Broadcasting”, em Hugh Mackay e Tim O’Sullivan (orgs), *The Media Reader: continuity and transformation*, Londres: Sage Publications
- Foddy, William (1996), *Como Perguntar: Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários*, Oeiras: Celta Editora
- Huérffano, Herrera e Eliana del Rosario (2001), “Apuntes para pensar la producción radial desde la academia”, *Signo y Pensamiento*: 64-71. (online) Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/860/86011717006.pdf>, consultado a 16.02.2016
- Kenta, Michael L. e Maureen Taylor (2002), “Toward a dialogic theory of public relations”, *Public Relations Review*: 21-37.

- Lind, Rebecca Ann e Norman J. Medoff (1999), “Radio stations and the world wide Web.” *Journal of Radio Studies*: 203-221. (online) Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/19376529909391723>, consultado a 18.02.2016
- Luhan, Mc (2001), *Understanding Media*, Londres: Routledge
- Manzano, Ana (2016), “The Craft of Interviewing in Realist Evaluation.” *Evaluation* 22: 1-19. (online) Disponível em: <http://evi.sagepub.com/content/early/2016/04/01/1356389016638615.abstract> consultado a 25.07.2016
- Mattelart, Armand e Michèle Mattelart (1997) *História das Teorias da Comunicação*, Porto: Campo das Letras
- McCauley, Michael P (2001), “Radio's Digital Future”, em Michele Hilmes e Jason Loviglio (orgs), *Radio Reader: Essays in the cultural history of radio*, Nova Iorque: Routledge
- McLeod, Jack M., Gerald M. Kosicki e Zhongdang Pan (1991), “On Understanding and Misunderstanding Media Effects”, em de James Curran e Michael Gurevitch (orgs), *Mass Media and Society*, Kent: Edward Arnold
- Meneses, João Paulo (2009), “Cem Anos Depois, A Rádio Muda; Acaba?”, em Gustavo Cardoso, Francisco Rui Cádima e Luís Landerset Cardoso, *Media, Redes e Comunicação: Futuros Presentes*, s.l Quimera Editores
- Monteiro, Maria Helena Filipe (1991), “*Uma Rádio Local e os (des)entendimentos comunitários*” Tese de licenciatura em Sociologia de Comunicação, Lisboa, Departamento de Sociologia, ISCTE
- Moody, Alayne, Jennifer Greer e Travis Linn (2003) “Public Radio Station Web Sites and Their Users” *Journal of Radio Studies*: 255-261 (online) Disponível em: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15506843jrs1002_9?journalCode=hjrs19, consultado a 25.07.2016
- Ph.D., Michelle Seelig (2008), “Interactivity on Traditional Media Web Sites.” *Journal of Radio & Audio Media*: 231-248. (online) Disponível em: https://intranet.com.miami.edu/sites/default/files/profiles/interactivity_on_traditional_media_web_sitesfinal.pdf, consultado a 25.07.2016
- Potter, Jonathan e Alexa Hepburn (2012) “Eight challenges for Interviewers researchers” (online) Disponível em: https://www.academia.edu/1101585/Potter_J._and_Hepburn_A._2012_.Eight_challenges_for_interview_researchers._J.F._Gubrium_and_J.A._Holstein_Eds_.Handbook_of_Interview_Research_2nd_Ed._pp._555-570_.London_Sage, consultado a 03.06.2016
- Pulido, Paloma Contreras, Miguel González Mairena e José I. Aguaded Gómez (2014), “Programar una radio social en la universidad: el propósito Penélope de UniRadio” *Edmetic - Revista de Educación Mediática y TIC*: 112-130. (online) Disponível em <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7804>, consultado a 16.02.2016
- Quivy, Raymon e Luc Van Campenhoudt (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva
- Reis, Filipe Marcelo Correia de Brito (2006), “Comunidades Radiofónicas: Um Estudo Etnográfico sobre a Radiodifusão Local em Portugal” Dissertação de Doutoramento em Antropologia, Lisboa, Departamento de Antropologia, ISCTE
- Rodriguez, Clemencia (2001), *Fissures in the mediascape - An International Study of Citizen's Media*, New Jersey: Hampton Press

- Ruben, Marina Koestler (2010) *Radio Activity: The 100th Anniversary of Public Broadcasting (online)* Disponível em <http://www.smithsonianmag.com/history/radio-activity-the-100th-anniversary-of-public-broadcasting-6555594/?no-ist>, consultado a 02.02.2016
- Sauls, Samuel J (1997), “The Role of Alternative Programming in College Radio”(online) Disponível em: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED416529.pdf>, consultado a 16.02.2016
- Seelig, Michael (2008), “Interactivity on Traditional Media Web Sites”, *Journal of Radio and Audio Media*: 231-248 (online) Disponível em: https://intranet.com.miami.edu/sites/default/files/profiles/interactivity_on_traditional_media_web_sitesfinal.pdf, consultado a 07.09.2016
- Sem autor (sa), “História da Rádio Universidade de Coimbra” Disponível em <http://www.ruc.pt/historia/>, consultado a 02.02.2016
- Teixeira, Marcelo Mendonça e Bento Duarte da Silva (2009) “Rádio Web: educação, comunicação e cibercultura no universo académico português”, comunicação apresentada na *Conferência Internacional de TIC na Educação*. Braga: Universidade do Minho. (online) Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10020/1/R%C3%A1dio%20Web%20Educa%C3%A7%C3%A3o,%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Cibercultura%20no%20Universo%20Acad%C3%A9mico%20Portugu%C3%AAs.pdf>, consultado a 16.03.2016
- Theodosiadou, Sophia (2010), “Pirate Radio in the 1980's: a case study of Thessaloniki's pirate radio.” *The Radio Journal - International Studies in broadcast and audio media*: 37-49. (online) Disponível em: https://www.academia.edu/2760911/Pirate_radio_in_the_1980s_A_case_study_of_Thessaloniki_s_pirate_radio, consultado a 02.02.2016
- Valles, Miguel S (2002), *Cuadernos Metodológicos: Entrevistas cualitativas*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- White, Thomas W (1996), *United States Early Radio History: A Wireless Message* (online) Disponível em: <http://earlyradiohistory.us/>, consultado a 02.02.2016
- Wolf, Mauro (2006), *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença

Anexos

ANEXO A – GUIÃO DE ENTREVISTA

Entrevista

A minha tese insere-se no Mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, e o objetivo é perceber qual o papel que alunos e ex-alunos da Universidade de Coimbra atribuem à Rádio Universidade Coimbra, dentro dos modelos que são explanados na tese, modelo académico/educacional, modelo generalista e modelo social.

Dividindo esses dois grupos em dois subgrupos, participantes e não participantes na rádio, o estudo desenvolve-se em saber se existem ou não diferenças na visão que os diferentes grupos têm da rádio.

O objetivo desta entrevista é então perceber claramente qual o papel que os alunos consideram que a Rádio Universidade de Coimbra tem e/ou devia ter. A entrevista vai dividir-se na parte Comum composta por 4 blocos (1 geral e 1 por cada modelo com duas perguntas cada) mais a caracterização, e numa parte específica para ex-alunos que já tenham saído da Universidade de Coimbra)

Após a análise das entrevistas é expectável que vá conseguir comparar as várias posições de entre quatro grupos (Alunos da UC; Ex-Alunos da UC; Alunos pertencentes à RUC; e ex-alunos que tenham pertencido à RUC) e ver quais as suas inclinações.

Parte Comum

1. Apresentação – Nesta primeira parte vou fazer uma pequena apresentação de quem sou e em que consiste a minha tese. Explicar qual a razão porque ali me encontro e de que forma a entrevista vai beneficiar a tese.

O objetivo aqui será mais para eu conhecer minimamente a pessoa que está à minha frente.

2. Perguntas de Caracterização – Caracterização base como nome, idade, género, curso e zona de residência. E especifica como há quanto tempo está/ou saiu da Universidade/RUC, que cargo ocupou na RUC, etc.
3. Apresentação dos modelos de rádio universitária – Após a apresentação, faço uma breve explicação dos três modelos que compõem a minha tese. Assim o entrevistado em questão fica com uma perspetiva do que está a ser falado e tem a tomada de decisão mais facilitada. Pergunto se têm dúvidas e caso não existam passamos à fase das perguntas propriamente ditas. Ex: Qual o modelo favorito e porquê? Onde inseriam a RUC?
4. Perguntas por modelos – Um bloco de perguntas (2 por modelo) com vista a perceber qual a inclinação que os alunos têm e qual acham que é o papel que a rádio tem e devia ter.

Ex:

Modelo Educacional/Académico

Veem a rádio como um instrumento de educação?

Acham que o principal foco de uma rádio universitária deve ser os alunos?

Consideram que a RUC representa bem os alunos da Universidade de Coimbra?

Modelo Social

Existe espaço numa rádio universitária para problemas sociais?

Uma rádio universitária deve cingir-se ao espaço universitária?

Acham que a RUC representa Coimbra e os seus problemas?

Vêm a RUC como algo importante na região?

Modelo Generalista

Consideram que uma rádio que só passe música interessante?

Deve uma rádio valorizar o entretenimento em detrimento da informação?

Exclusivo para ex-alunos da universidade

5. Com este bloco de perguntas o objetivo passa por tentar perceber se consideram que a distância mudou a visão que tinham da rádio.

Ex:

Ainda acompanha a rádio regularmente?

Tem uma visão diferente da rádio do que tinha quando frequentava a universidade?

Acha que algo mudou desde que deixou a universidade?

Considera-se mais próximo desses tempos através da rádio?

ANEXO B – CONSENTIMENTO INFORMADO

Consentimento Informado

Projeto: Tese para obtenção do grau de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientadores da Tese: Pedro Pereira Neto e Susana Santos

Aluno: Gonçalo Soares Vieira de Matos

Introdução: A minha tese insere-se no Mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, e o objetivo é perceber qual o papel que alunos e ex-alunos da Universidade de Coimbra atribuem à Rádio Universidade Coimbra, dentro dos modelos que são explanados na tese, modelo académico/educacional, modelo generalista e modelo social.

Finalidade: O objetivo desta entrevista é então perceber claramente qual o papel que os alunos consideram que a Rádio Universidade de Coimbra tem e/ou devia ter. A entrevista vai dividir-se na parte Comum composta por 4 blocos (1 geral e 1 por cada modelo com duas perguntas cada) mais a caracterização. Após a análise das entrevistas é expectável que vá conseguir comparar as várias posições de entre quatro grupos (Alunos da UC; Ex-

Alunos da UC; Alunos pertencentes à RUC; e ex-alunos que tenham pertencido à RUC) e ver quais as suas inclinações.

Confidencialidade:

Toda a informação fornecida durante a entrevista é confidencial. O seu nome não será em momento algum associado àquilo que disser. No caso de serem utilizadas citações diretas das suas palavras, elas serão publicadas sob o nome “estudante n^ox”

Contacto

Caso tenha alguma questão, por favor não hesite em contactar:

Orientadores da tese: pneto@escs.ipl.pt; susanacsantos@iscte.pt

Aluno: gsvmatos@hotmail.com

Li toda a informação fornecida, tive oportunidade de colocar questões acerca dos aspectos menos claros para mim e aceito participar neste estudo. Compreendi ainda que a minha participação neste estudo não envolve qualquer compensação (monetária ou outra).

O participante,

Assinatura:

Data:

Foi dada uma cópia deste formulário de consentimento informado ao participante.

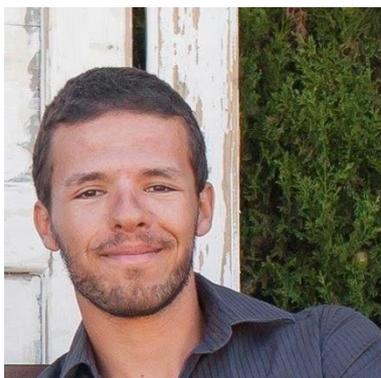
Nome do investigador:

Assinatura :

Data:

INFORMAÇÃO PESSOAL

Gonçalo Soares Vieira de Matos



📍 Rua Armindo Rodrigues Lote 19 4º Direito 1600-414 Telheiras, Lisboa

☎ 965005415

✉ gsvmatos@hotmail.com

Sexo Masculino | Data de nascimento 16/11/1993 | Nacionalidade Portuguesa

Sexo Masculino | Data de nascimento 16/11/1993 | Nacionalidade Portuguesa

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

De Novembro de 2015 – Fevereiro de 2016

Estágio Curricular na empresa Media Capital Rádios

- Contactos e Entrevistas com várias entidades e indivíduos
- Produção de texto para notícias
- Reportagens e peças noticiosas

De Novembro de 2011 - Actualmente

Jornalista no Politicamente (In)correcto

Principal responsável de um blogue de música

De Fevereiro 2014 – Fevereiro de 2015

- <http://song2singalong.blogspot.pt/>
- Controlar a equipa de escrita e as publicações
- Publicar textos relacionados com a temática (música)

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

De Setembro 2011 – Julho 2014

Licenciatura em Ciência Política

Nível 6 do Quadro Europeu de Qualificações

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

De Setembro de 2014 - Actualmente

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação – Ramo de Media e Jornalismo

Nível 7 do Quadro Europeu de Qualificações

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna Remova os campos não preenchidos
Português

Outras línguas

COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
C1	C1	C1	C1	B2

Níveis: A1/2: Utilizador básico - B1/2: utilizador independente - C1/2: utilizador avançado
 Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas

Competências de comunicação

- Boa capacidade de comunicação escrita, presente no blogue <http://song2singalong.blogspot.pt/>
- Boa capacidade de comunicação na língua inglesa, adquirida através do contacto com pessoas estrangeiras
- Boa capacidade de relacionamento, diálogo e expressividade
- Capacidade de trabalhar e comunicar em equipa por:
- Pertença a equipas de desporto e Unidade Curricular- Trabalho de Equipa no ISCTE - IUL

Competências de organização

- Boa capacidade de trabalho e organização adquirida através da Unidade Curricular – Trabalho em Equipa no ISCTE-IUL
- Experiência em organização de eventos adquirida através de projetos locais no município de Odivelas
- Experiência em organização de debates e seminários resultante da pertença ao Núcleo de Alunos de Ciência Política
- Capacidade de organização e liderança presentes no blog Song to Sing Along e na Rádio dos Estudantes do ISCTE-IUL

Competências relacionadas com o trabalho

- Boa capacidade de escrita de notícias
- Boa capacidade de tratamento de informação e processamento de som para noticiários de rádio

Competência digital

AUTOAVALIAÇÃO				
Processamento de informação	Comunicação	Criação de conteúdos	Segurança	Resolução de problemas
Avançado	Avançado	Avançado	Independente	Independente

Níveis: utilizador básico - utilizador independente - utilizador avançado
[Competências digitais - Grelha de auto-avaliação](#)

Indique o(s) certificado(s) TIC

- Bom domínio de programas relacionados com som resultado do estágio na Media Capital Rádios

Outras competências

- Capacidade de adaptação
- Capacidade de trabalho em pressão

Carta de Condução

Carta de Condução tipo B

INFORMAÇÃO ADICIONAL

- Prática de Futebol Americano na equipa Lisboa Devil's Futebol Americano
 - Coordenador de um blogue dedicado a música denominado Song to Sing Along. Link: <http://song2singalong.blogspot.pt/>
 - Ex-Presidente da Mesa da Assembleia Geral do Núcleo de Alunos de Ciência Política (NACP) do ISCTE – IUL
-
- Voluntariado na refood
 - Várias medalhas em Badminton e Futebol Americano