



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

## A reinvenção do rádio: um estudo de caso sobre memória e evolução tecnológica da Rádio Comercial, em Portugal<sup>1</sup>

Beatriz Castro MOTA<sup>2</sup>;  
Gonçalo de Almeida AUGUSTO<sup>3</sup>;  
Mafalda Luísa Madeira MENDES<sup>4</sup>;  
Maria Inês Esteves FERREIRA<sup>5</sup>  
Maria Beatriz Lopes SARAIVA<sup>6</sup>;  
Maria Sarmiento Rebocho Veloso MARTINS<sup>7</sup>;  
Juliana Campos LOBO<sup>8</sup>.

Instituto Politécnico de Viseu – Escola Superior de Educação, Viseu, Portugal

### Resumo

O rádio é um meio de comunicação que revolucionou a transmissão da informação no século XIX e que adquiriu popularidade durante o século XX, sobretudo em governos totalitários na Europa. Compreender a história do rádio é também associá-la à história de um país, considerando o seu contexto de desenvolvimento económico, cultural e social. É neste âmbito de estudo que o presente trabalho se insere e propõe apresentar a evolução histórica da Rádio Comercial, uma rádio portuguesa com 42 de existência, a partir de categorias de análise que consideram a memória resguardada em documentos físicos e digitais, assim como relatos em entrevistas semiestruturadas com profissionais da comunicação que vivenciaram/vivenciam o trabalho na Rádio Comercial em Portugal.

**Palavras-chave:** História do rádio; Rádio Comercial; Portugal.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Sonora integrante do Alcar Sul 8 – 8º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [beatrizmota024@gmail.com](mailto:beatrizmota024@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [goncalodealmeida1990@gmail.com](mailto:goncalodealmeida1990@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [mafalda.madeira@icloud.com](mailto:mafalda.madeira@icloud.com)

<sup>5</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [mar.ines.ferreira16@hotmail.com](mailto:mar.ines.ferreira16@hotmail.com)

<sup>6</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [biasaraiva1317@gmail.com](mailto:biasaraiva1317@gmail.com)

<sup>7</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [m.sarmentoveloso@hotmail.com](mailto:m.sarmentoveloso@hotmail.com)

<sup>8</sup> Docente do curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu (Viseu, Portugal). E-mail: [jlobo@esev.ipv.pt](mailto:jlobo@esev.ipv.pt)



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

### Introdução

Desde a invenção do rádio, no final do século XIX, até se consolidar a primeira transmissão no século XX, esse meio de comunicação já anunciava uma bidirecionalidade com o público, potenciando a participação da sua audiência. Em Portugal, a história do rádio não se dissocia do desenvolvimento econômico, cultural e social do país. Os chamados anos de ouro do rádio em Portugal correspondem às décadas de 30 e 40, período em que o fenômeno da radiodifusão estava focado na reconstrução da realidade dentro do estúdio, com produções artísticas realizadas nos espaços das próprias emissoras.

Não somente em países como Itália, Alemanha e antiga União Soviética, as relações do rádio com o poder político estavam subsidiadas pela censura e pelo controle da opinião pública, pois o objetivo era defender os valores dos governos ditatoriais. Em Portugal não foi diferente. A novidade em volta desse meio de comunicação favoreceu o monopólio da comunicação e consolidou o poder de Salazar, que se estendeu até 1974.

Poucos anos após o fim da ditadura de Salazar, em 12 de março de 1979, foi fundada a Rádio Comercial em sucessão à Rádio Clube Português. No início de 2021, a Rádio celebrou os seus 42 anos de existência e, atualmente, possui o título de líder de audiência em Portugal: entre julho de 2012 e maio de 2017 foi a rádio mais ouvida.

Por ser um meio acessível e gratuito, tanto a Rádio Comercial quantas as outras emissoras que surgiram na época se tornaram uma presença assídua na vida de grande parte da população portuguesa. Em 1979, a Rádio Comercial surgiu como FM da RTP, ocupando os estúdios da Rádio Club Português, onde se encontra até hoje.

No decorrer dos anos 1986–87, com o surgimento das rádios piratas, foi decretada a necessidade de regulamentar as emissoras de rádio existentes, tendo em conta a quantidade excessiva das mesmas. Em 12 de dezembro do mesmo ano, deu-se o fecho de todas as estações que não eram regulamentadas e, um mês depois, foram distribuídos alvarás por concelho, consoante a dimensão de habitantes, regrido assim a criação de novas rádios.



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

Na época, a Rádio Comercial não sofreu graves alterações, pois já se encontrava num estatuto mais elevado, comparativamente com as outras emissoras. Em 1993, o Estado Português decidiu privatizar a Rádio Comercial.

Diante do exposto, este trabalho visa apresentar o percurso histórico da Rádio Comercial, pontuando as principais mudanças vivenciadas ao longo destes 42 anos. Essas mudanças serão organizadas em categorias temáticas que consideram a memória resguardada em documentos físicos e digitais, assim como relatos em entrevistas semiestruturadas com profissionais da comunicação que vivenciaram/vivenciam o trabalho na Rádio Comercial em Portugal. Esta pesquisa está a ser desenvolvida no âmbito da disciplina de História dos Media, do curso de Comunicação Social, pertencente à Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Viseu, em Viseu, Portugal.

### **Objetivos**

- Dar a conhecer a história da Rádio Comercial e toda a sua evolução desde o ano 1979 até aos dias de hoje;
- Identificar os principais momentos do desenvolvimento da Rádio Comercial;
- Analisar o papel da Rádio Comercial na era da Internet.

### **Metodologia**

Dentro de uma abordagem qualitativa, trata-se de um estudo de caso que se propõe a identificar o percurso histórico do rádio em Portugal, considerando a atuação da Rádio Comercial desde o ano de 1979 até aos dias de hoje. A recolha de dados está sendo feita a partir de: revisão de literatura sobre a temática; análises de documentos físicos e digitais; e entrevistas semiestruturadas com profissionais da comunicação que vivenciaram/vivenciam o trabalho na Rádio Comercial em Portugal.

Após a fase da coleta de dados, todos os dados serão organizados em categorias temáticas, incluindo, dentre elas, aspectos históricos, avanço tecnológico, adaptação ao ambiente digital e afetações pela pandemia de Covid-19.



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

### **Resultados, discussão e análises**

Ao longo dos anos, o rádio buscou o desenvolvimento de uma linguagem que incorporasse novos elementos à sua estrutura discursiva, já que o ouvinte assume uma postura ativa diante do consumo de programas radiofônicos. A partir dos dados já levantados em torno da Rádio Comercial, contata-se a sua luta pela modernização e pela diversidade de seus programas, sobretudo os musicais, que ainda dão lugar aos clássicos portugueses e anglo-saxônicos, mas também às novas vozes.

Segundo o subdiretor da Rádio Comercial, João P. Sousa, em entrevista realizada no dia 29/03/2021, o objetivo da Rádio Comercial sempre foi crescer e estar o mais próximo possível do seu público, entendendo os seus gostos e tentando ao máximo corresponder a todos eles. Com essa meta traçada, a rádio lutava para ser a mais moderna e a mais animada, priorizando playlists atuais, além de programas com os quais a população portuguesa pudesse se identificar.

Considerando a organização de dados preliminares, apresenta-se a compilação de algumas informações dentro da categoria de avanços tecnológicos. Nesse âmbito, a Rádio Comercial, ao longo dos anos, buscou um auxílio no aumento das receitas através da ampliação dos níveis de publicidade, o que permitiu à estação comprar melhor equipamento. Dessa forma, agilizaram-se as receitas e a rádio alcançou o mérito que atualmente ainda lhe é atribuído. O cuidado com que o orçamento da rádio foi gerido ao longo da sua história foi bastante meticuloso, permitindo, hoje em dia, investir em espetáculos e em plataformas online capazes de dinamizar ainda mais o seu trabalho.

Em relação à criação de novas plataformas musicais, como o Spotify, essa realidade não influenciou de todo o percurso da Rádio, visto que esta tentava/tenta equiparar-se às demais com a criação de novos programas e conteúdos que prendam o público. Um grande aspeto que difere a rádio das outras plataformas é o fato de na Rádio existir uma grande margem de interação entre os interlocutores e os ouvintes, o que faz com que, na maioria das vezes, as pessoas busquem este veículo de comunicação para sentirem-se num ambiente mais acolhedor e familiar.



## Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

Segundo João P. Sousa, tanto o Spotify quanto as outras plataformas similares não devem ser vistas como adversários da rádio, pois no mundo da comunicação existe espaço para todos e para cada um evoluir à sua maneira.

### Considerações

A história da humanidade passa pela história da comunicação. A história dos meios de comunicação em Portugal, em particular do rádio, é um somatório de muitas memórias dos colaboradores que vivenciaram/vivenciam a sua evolução. Uma narrativa sobre o rádio não se dissocia da história do seu país, pois, decerto, esse meio é partícipe de muitos momentos históricos ligados à política, ao social e à cultura.

Considerando os dados já coletados em torno da Rádio Comercial, objeto deste estudo de caso, as mudanças provocadas no âmbito tecnológico, especialmente na digitalização, impuseram novos caminhos à rádio, de modo a favorecer a sua permanência no mercado. Hoje em dia, somente a música não é mais suficiente para fidelizar o seu público e, nesse sentido, a Rádio Comercial tem buscado se adaptar a esses avanços.

Canais de comunicação através do WhatsApp, Instagram, Facebook e YouTube também têm oferecido uma nova identidade à rádio, que tem se consolidado no mercado da comunicação portuguesa como uma das mais populares do país.

### Referências

BONIXE, L. **A Migração das Rádios Locais Portuguesas para o Digital**. Lisboa: Escola Superior de Educação, 2010.

CORDEIRO, P. **A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução**. **Biblioteca online de Ciências da Comunicação**, 2004.

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2011.

SANTOS, R. **Estudos da Rádio em Portugal**. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2017.

SANTOS, R. **A Rádio em Portugal: sempre no ar, sempre consigo**. Lisboa: Colibri, 2014.