
Rogério Santos

As audiências como elemento de compreensão das tendências da rádio entre as décadas de 1940 e 1970

As audiências como elemento de compreensão das tendências da rádio entre as décadas de 1940 e 1970

Audiences as a key factor for trends in the Portuguese radio (1940s to 1970s)

Rogério Santos (Universidade Católica Portuguesa)

rogerio.santos@netcabo.pt

Resumo

No texto, analiso os estudos de audiência sobre rádio durante três décadas (1940-1970), em que se processa uma evolução – de pesquisas informais a inquéritos quantitativos. Se o primeiro painel surgiu na década de 1940, os estudos mais sérios, desenvolvidos pela rádio pública Emissora Nacional, apareceram a partir de 1951. Já na década de 1960, houve recurso contínuo a empresas especializadas na criação de inquéritos e com objetivos mais científicos. Apesar de realizados em regime ditatorial, com a opinião pública muito condicionada, os estudos tornaram-se importantes para as agências de publicidade e produtos e serviços anunciados na rádio, mas também na emergente televisão.

Palavras-chave: audiência, rádio, Emissora Nacional, inquérito.

Abstract

The very first audience panel information on Portugal dates back to the 1940s. The BBC, much listened to in Portugal, made announcements inviting listeners to write in with letters detailing the levels of reception and the quality of programs. In 1943, a weekly average of 75 letters was being delivered to the British Embassy in Lisbon. The panel was empirical, informal and based on a specific question and not about actual listener habits. To the best of our knowledge, only in 1951 was the first proper study of the field in Portugal undertaken by Salviano Cruz. As the 1960s turned into the 1970s, more regular studies began to be

launched. The universities were not yet studying either the means of communication or the market with such activities left to private sector companies even while still facing difficulties in raising potentially bothersome questions. A study commissioned from the IPOPE (the Portuguese Institute for Public Opinion and Market Studies) for Coats & Clarks, a textile industry based company, did begin to ask some social questions. A work on religious liberty in 1973, when the Concordat was undergoing negotiation, and even with authorisation by the State, would run into trouble.

Keywords: audiences, radio, Emissora Nacional, survey.

Introdução

Em 1965, o crítico de rádio Pedro do Vale, em artigo da revista *Flama*, perguntava qual o gosto do público ouvinte em termos de música portuguesa e internacional. A entrada de muita música de língua inglesa na rádio estava a introduzir forte perturbação na formação do gosto nacional. Dada a ausência de indicadores de audiência, Pedro do Vale não sabia “se uma qualquer emissora é mais ouvida no Norte, no Sul ou no Centro e, inclusivamente, se as condições de receção são ótimas, boas ou simplesmente regulares” (*Flama*, 7 de maio de 1965). As questões de gosto e de influência externa pareciam camufladas dentro da questão da receção técnica.

Por estas linhas, sente-se a premência de produtores de programas e anunciantes conhecerem as audiências e a ignorância, pelo jornalista, de inquéritos feitos pela BBC, no decurso da II Guerra Mundial, e pela Emissora Nacional.

No texto aqui presente, analiso os estudos de audiência sobre rádio em cerca de três décadas (1940-1970). Eles evoluem de uma orientação mais informal e básica para inquéritos quantitativos, próximos dos estudos desenvolvidos nos Estados Unidos desde o tempo de Paul Lazarsfeld. Como perguntas de partidas, formulo: quais os principais inquéritos? Qual o posicionamento da Emissora Nacional face às outras rádios? O artigo segue a metodologia de análise documental, em especial o arquivo da RTP no que concerne a estudos de audiências da rádio.

Primeiros inquéritos

Os primeiros dados de um painel público em Portugal remontam à década de 1940, quando havia 185 mil recetores de rádio no país. A BBC, muito escutada em Portugal por causa das notícias sobre a II Guerra Mundial, convidara os ouvintes a escrever cartas detalhadas sobre níveis de receção e qualidade dos programas. Em 1943, uma média semanal de 75 cartas chegava à Embaixada Britânica em Lisboa (Ribeiro, 2014), painel empírico, informal e com

base numa questão específica e não sobre os hábitos do ouvinte real, e sem se debruçar sobre as rádios nacionais.

Pouco depois do fim da II Guerra Mundial, a Emissora Nacional procurou conhecer os seus ouvintes, com inquéritos próprios ou compra de estudos a entidades comerciais. O primeiro ocorreu em agosto de 1951, com pesquisa direta a domicílios, em Lisboa e no Porto, conduzido por Salviano Cruz (Arquivo RTP, caixa 77). Foi criado um processo de amostra estruturada, apesar de não se indicar o número de entrevistados e a margem de erro. O segundo inquérito, de Amaro Guerreiro e Joaquim Paes Moraes (Arquivo RTP, caixa 77), seguindo o método anterior e com a variável da intensidade geral de audição, realizou-se no final de 1953 e funcionou como inquérito piloto junto da Emissora Nacional. Durante dez anos, este modelo apoiou a programação da estação oficial, embora se solicitasse também a colaboração de ouvintes para a introdução de alterações aos programas. O escasso número de opiniões recolhidas (algumas centenas) não possuía valor estatístico, mas atuava como indicador de tendência.

Em 1958, a Emissora Nacional lançou um inquérito qualitativo, com quase mil ouvintes a responder, publicitado previamente nos media (*Flama*, 17 de outubro de 1958). Das questões principais, destacavam-se as dos separadores (evitar o mesmo género musical em programas que precedem ou sucedem), repetições (não passar a mesma obra em intervalos curtos), ópera (indicar nomes de intérpretes, seu timbre, papéis e pequenas notas sobre as peças), e diversidade de programas, caso de música séria (mesmo para um apreciador não podia suceder, na mesma noite, um recital de quarteto português, uma palestra, um quarteto estrangeiro). Os responsáveis da Emissora Nacional também receberam sugestões sobre programas de estúdio (o número elevado de artistas em cada espetáculo significava níveis diferentes de qualidade, pelo que se aconselhava a emissão apenas depois de edição) e locução (recomendar aos locutores do programa 2, quando anunciavam uma obra estrangeira, para pronunciar os nomes "com um mínimo de decência").

Depois, a Emissora Nacional adquiria o *Estudo Nacional de Base sobre Cinco Meios Publicitários*, levado a efeito pela Eco Lusitana, em outubro-dezembro de 1965 (Arquivo RTP, caixa 77). Seria o primeiro estudo nacional (metropolitano continental) que a estação pública se serviu, na realidade, para a estruturação dos seus programas. Apesar de estudo sobre publicidade, aplicável a outros clientes (detetar compradores potenciais para produtos e não ouvintes), tinha a vantagem de empregar os métodos dos inquéritos anteriores feitos para a estação.

O inquérito foi conhecido quase na altura em que Pedro do Vale perguntou qual o perfil dos ouvintes portugueses, significando a entrada do tema na agenda pública. Por outro lado, apontava o objetivo, por parte da Emissora Nacional, de criar uma rotina de estudos para conhecer os ouvintes.

Primeiros estudos regulares de audiências

No final da década de 1960 e inícios da de 1970, surgiram empresas comerciais que começaram a fazer estudos regulares, nomeadamente aplicados a produtos do mercado e que incluíam perguntas sobre os media (rádio e televisão) (Castro, 1971; Príncipe, 1973), bem como sondagens. O país passava por um período de transição, a Primavera Marcelista (governo de Marcello Caetano), entre o desaparecimento de Salazar (1968) e a queda do regime ditatorial (1974). As universidades ainda não faziam estudos de meios e de mercado, atividade deixada para as empresas privadas, que enfrentavam muitas dificuldades em levantar questões incómodas. Num estudo encomendado ao IPOPE (Instituto Português de Opinião Pública e Estudos de Mercado) para a Coats & Clarks, empresa ligada à indústria têxtil, introduziram-se várias questões sociais (José Vidal de Oliveira, entrevista pessoal em 12 de maio de 2011). Um trabalho sobre liberdade religiosa, em 1973, quando o país estava em fase de negociação da Concordata, e mesmo com autorização do Estado, traria problemas:

Antes do 25 de Abril [de 1974, data da queda da ditadura], no período de Marcello Caetano, fizemos duas sondagens: os portugueses e a religião e os portugueses e a política. A sondagem tinha patrocinadores. Era uma coisa ainda incipiente: se costumava votar, se não costumava votar, uma escala de atitudes a nível político. Numa terra da Guarda, o entrevistador fez o inquérito a uma senhora cujo marido era o chefe do posto da GNR. Ele [o chefe da GNR] telefonou aos postos próximos e [os polícias] começaram a prender os inquiridores (José Vidal de Oliveira, entrevista pessoal em 12 de maio de 2011).

De uma forma geral, os estudos eram importantes para as agências de publicidade e para a definição da política de informação e de sensibilização da opinião pública. O mercado de bens de consumo estava a crescer, com as marcas nacionais e internacionais a terem necessidade de saber hábitos de compra. A rádio tinha uma forte penetração e a televisão principiava a massificação, com um só canal. As empresas de meios e de publicidade respondiam a pedidos para fazer estudos sobre impacto de produtos, programas na rádio e na televisão e até, timidamente, opções políticas (José Vidal de Oliveira, entrevista pessoal em 12 de maio de 2011). Nasceram empresas como Eco Lusitana, SERTE (Sociedade de Estudos e Realizações Técnico-Económicas), IPOPE e Norma (ligada ao grupo industrial CUF), algumas delas filiais de empresas espanholas, desaparecidas ou que perderam importância na mudança de regime político em 1974. As empresas tinham pequenas estruturas operacionais: entre oito e nove pessoas na Eco Lusitana, 10 a 15 no IPOPE, 30 na Divisão de Estudos de Mercado e Opinião Pública da Norma (José Vidal de Oliveira, entrevista pessoal em 12 de maio de 2011). Por seu

lado, multinacionais como a Nestlé dotaram-se de departamentos de publicidade e audiências, encomendando estudos de mercado.

A formação base dos responsáveis das empresas de estudo de meios era matemática e engenharia, a que juntavam disciplinas como estatística e ciência política. Os dirigentes das empresas com licenciaturas de sociologia e psicologia social tinham frequentado cursos no exterior do país, o que atrasou a criação de um corpo estável e de qualidade na análise de mercado e de audiências. O trabalho de análise de dados das primeiras empresas foi feito em Espanha, o que mostra o pouco desenvolvimento do contexto nacional. José Vidal de Oliveira trabalharia em empresas como Eco Lusitana, Norma e Euroteste. Outro nome muito conhecido na área, até pelos trabalhos produzidos e publicados, seria Mário Bacalhau (entrevista pessoal em 13 de abril de 2011), que colaborou com a Norma e a Teor. Os dois investigadores seriam imprescindíveis no trabalho da Norma, empresa que lançou o inquérito de 1970, peça base na modernização da medição de audiências dos media em Portugal (Santos, Burnay, Roquette e Duarte, 2011).

Inquérito de 1969

Em 1969, o presidente da direção da Emissora Nacional, Sollari Allegro, quis ouvir os seus colegas sobre um inquérito a lançar aos ouvintes. O primeiro orçamento foi mostrado pelo diretor técnico, Manuel Bivar: o inquérito custaria 431 mil escudos se realizado pelos próprios serviços, pelo que aconselhava um trabalho feito por empresas especializadas. Para ele, a Emissora Nacional tinha missões a cumprir e a existência de serviço próprio de auscultação permanente não era uma delas. Quando Sollari Allegro argumentou que o custo do inquérito seria mais baixo se feito dentro da rádio oficial, Manuel Bivar lembrou que a televisão pública tinha em curso um inquérito realizado por empresa especializada, com custo à volta de 200 mil escudos. O diretor de programas, Carlos Silva Gonçalves, admitiu a hipótese de consultar o INE. A direção da estação de rádio apuraria outros dois orçamentos, um de 400 contos e outro de cerca de 200 contos, da SERTE. Um primeiro consenso pareceu inclinar-se para o trabalho desta empresa: além do orçamento competitivo, a SERTE tinha pessoal em todo o país, assegurando inquiridores em regiões chave (Arquivo RTP, caixa 77).

O inquérito de 1969 acabaria por ser efetuado pela própria Emissora Nacional, com uma fase preparatória com o INE e um custo menor 1/3 do produzido por uma empresa comercial, além de formar pessoal para trabalhar em operações semelhantes no futuro (Arquivo RTP, caixa 77). O inquérito decorreu na semana de 22 a 30 de novembro de 1969, junto de amostra aleatória de pessoas com mais de 14 anos, com 8897 contactos e 8694 entrevistas no país, em 56 localidades, o que indica grande fiabilidade pelo número muito baixo de recusas. Pelo inquérito, quis saber-se o comportamento geral da população em termos de audição radiofónica durante uma semana, o equipamento de radiodifusão existente, hábitos de escuta

das pessoas entrevistadas de hora a hora e, em alguns períodos, de meia em meia hora, género de programas preferidos, e influência da televisão sobre a escuta radiofónica. A justificação para o total do trabalho seria

o afluxo aos centros urbanos com as conseqüentes alterações ao modo de vida e a transformação que se verificou nos meios rurais; a multiplicação das instalações de radiodifusão sonora com a expansão dos postos móveis de escuta (autorrádios e transístores), além da televisão, são fatores suscetíveis de modificar quaisquer dados que se possuam, de anteriores sondagens (Arquivo RTP, caixa 77).

O inquérito incluiu sete fatores de diferenciação: sexo, idade, estatuto económico e profissão, nível de instrução, situação da família, condições demográficas e condições geográficas. Não se pode enquadrar socialmente o inquérito sem se compreender a situação geral do país. Em 1969, decorreu um ato eleitoral e, embora a oposição acusasse o poder político de manipulação da campanha e dos resultados, a opinião pública estava disponível a responder a inquéritos de tendências de consumo. Em termos de sexo ouvinte, os autores do relatório seguiram Lazarsfeld, para quem "os ouvintes da manhã gostam de programas pouco barulhentos e que os desviem das suas preocupações, são atraídos por emissões que apresentam um interesse humano, gostam também por vezes de informações de carácter prático" (Arquivo RTP, caixa 77).

Saliento alguns resultados do inquérito: 65,3% ouviam rádio pelo menos uma vez por semana e 45,5% tinham ouvido na véspera da inquirição. Nas zonas Centro Litoral, Centro Interior e Sul verificava-se maior densidade diária de escuta, seguidas do Algarve, apesar de Lisboa (com 28,2% da totalidade dos aparelhos de rádio, contra 8,3% das zonas acima indicadas) e Porto aparecerem com menos densidade de escuta. Os autores do relatório do estudo avançavam outras causas, mas não as explicitam. A meu ver, a televisão começava a disputar as audiências. Escutava-se rádio habitualmente nos seguintes períodos: de 2ª a 6ª feira, 87,1% dos respondentes ouvia rádio em casa e 18,5% noutros sítios. De segunda-feira a sábado, os picos de audiência eram às horas de almoço e do jantar, decrescendo a intensidade de escuta a partir das 21:30. Entre as 17:00 e as 19:00 havia outro decréscimo, ocasionado pela televisão. Ao sábado, os valores mais elevados de escuta situavam-se ao almoço (45,3%) e durante a tarde (11,6%). Ao domingo, na altura da transmissão do programa de música ligeira, os picos de audiência iam das 15:00 às 17:00.

Ao pequeno-almoço, os programas preferidos eram o noticiário e a música ligeira, ao passo que os ouvintes gostavam de programas humorísticos à hora do almoço e de programas desportivos à tarde. A audição ao domingo, durante a manhã (35,3%), tinha mulheres (45,4%) de todas as idades. Ao almoço e à tarde, a escuta era mais equilibrada entre os dois

sexos. Durante a tarde, ouvia-se muita rádio em Lisboa, escuta feita em casa, por mulheres (93%), ao passo que em locais públicos (9,4%) e “noutra casa” (6,7%) eram os homens que predominavam. Em pequenas rubricas, em vez dos programas matinais e de despertar, os ouvintes preferiam ao domingo o boletim meteorológico, os noticiários e a música ligeira portuguesa. A escuta em automóveis ao domingo chegava aos 4,8%. Os que mais ouviam rádio no automóvel eram jovens e homens de meia-idade (45-54 anos) das classes alta e média alta, que se deslocavam em viagens de passeio.

Dos programas preferidos, os ouvintes listaram: *Parodiantes de Lisboa* (27,6%), teatro radiofónico (22,4%), discos pedidos (19,9%), música ligeira portuguesa (18,3%), folclore português (15%), *Quando o Telefone Toca* (11,8%), folhetins (11%), desporto (10,7%), fados (10,6%) e música erudita (2,7%) (Arquivo RTP, caixa 77). A maioria dos programas preferidos não pertencia à Emissora Nacional. O inquérito também abordou a distribuição dos aparelhos recetores em 1969: recetor ligado a eletricidade (59,4%), recetor portátil (transístor a pilhas) (47,2%) e autorrádio (4,3%).

Na generalidade, o inquérito de 1969 indicou que havia desinteresse acentuado pelos programas falados que não fossem de tipo informativo, com a música ligeira a ser o tipo de programas que mais interessava em qualquer hora, em todos os critérios ventilados. Sobre programas de formação ideológica, logo programas falados não informativos, como *A Voz do Ocidente*, não existe uma única linha de texto, o que pode indiciar desconforto por parte do analista. O autor do relatório final do inquérito escrevia que se estava perante um auditório habituado durante décadas a uma programação semelhante, distribuída com noticiários às 13:00 e às 20:00, agricultura e meteorologia no começo do dia e “programas com menos interesse colocados às horas de menor audição” (Arquivo RTP, caixa 77). Ele não indica o significado de “menos interesse”.

O inquérito colocou a Emissora Nacional Lisboa 1 com boa audição na generalidade das regiões, exceto o Norte Interior e o Porto, onde se captava habitualmente Rádio Clube Português (Miramar) e Emissora Nacional Porto 1. O emissor Lisboa 2 (música clássica), destinado a um auditório de classe alta, tinha escuta mínima se comparado com Rádio Clube Português e Emissora Nacional Lisboa 1 (programa generalista). Quanto às emissões em FM (frequência modulada), apenas 25,5% dos inquiridos tinham equipamentos que a captavam, o que tornava menos importante os dados obtidos. As emissões de FM transmitidas por Lisboa 1 tinham maiores picos às 9:00 e às 13:00 e, aos domingos, às 10:30. Em FM, Rádio Clube Português tinha mais densidade de ouvintes, exceto aos domingos, com preferência para Lisboa 1, e às sextas-feiras, das 17:00 às 19:00, com a Rádio Renascença. A estereofonia tinha mais ouvintes no Porto e em Lisboa. Tecnologia experimental desde 1968, apenas oferecida pela Emissora Nacional e por Rádio Clube Português em alguns horários, surge no

inquérito como nota de atualidade tecnológica. Fora das emissões nacionais, as estações espanholas tinham alguma audiência, embora sem outros detalhes.

O inquérito oferecia outras questões interessantes: quem se encarregava de ligar o rádio, escolha do programa feita pela voz do locutor ou de publicidade através da imprensa, seleção da emissora, desinteresse e desconhecimento de outros programas ou emissoras. Dos valores obtidos, a escolha de ocasião levava vantagem, mas o anúncio do locutor também conduzia os ouvintes à escolha do programa, embora poucos seguissem a promoção de programas pela imprensa. Grande número de inquiridos deixava o botão fixo numa dada emissora (62,2% para a Emissora Nacional), com a mulher a ter maior controlo na abertura do aparelho e na escolha de estação, exceto na classe baixa, comandada pelo marido (Arquivo RTP, caixa 77). A escuta era mais atenta nos mais velhos e menos abastados.

A grande vantagem do inquérito de 1969 foi o ter sido o primeiro estudo de grande envergadura a nível nacional e com possibilidade de vender os resultados para anunciantes nas rádios comerciais. Inexplicavelmente, o inquérito não abrangeu as estações particulares de Lisboa e Porto (Emissores Associados de Lisboa e Emissores do Norte Reunidos), então muito populares devido à sua programação de proximidade às populações dos bairros onde se inseriam, o que se traduz num enviesamento apreciável dos resultados, no que é a maior crítica ao inquérito.

Inquérito Norma (1970)

No inquérito feito em 1970 a sete mil indivíduos, a Emissora Nacional atingia 39% da audiência total, seguida de Rádio Clube Português (36%), Rádio Renascença (15%), Rádio Graça (4%), Emissores Associados de Lisboa (3%) e Emissores Norte Reunidos (3%) (Castro, 1971: 124). A rádio não possuía a divisão de públicos tão acentuada como hoje, embora a programação noturna se distinguisse da diurna, em especial a da manhã, a partir da década de 1950, e a da tarde, na década de 1960, esta mais orientada para as donas de casa. As estações começaram a emitir na parte da tarde, ao longo da década de 1950. Na década de 1960, a mulher ainda permanecia maioritariamente em casa, tornando-se um alvo preferencial dos anunciantes na rádio.

Por exemplo, o sucesso da radionovela, cujo paradigma foi *Força do Destino* (mais popularmente conhecida como a coxinha do Tide), na segunda metade da década de 1950, todos os dias da semana às 14:30, associou-se à importância dos detergentes nas políticas de limpeza doméstica. Devido à radionovela, o Tide era o detergente mais conhecido das donas de casa em Portugal. A intérprete principal da radionovela teve uma enchente na igreja e uma multidão a acompanhá-la na cerimónia quando se casou na vida real; a pérfida na novela foi maltratada quando a descobriram na rua; berços e enxovais de criança demandaram a Rádio Graça, a emissora da novela, quando nasceu uma criança na trama da novela radiofónica

(Santos, 2014). Nestes exemplos na mesma radionovela, revela-se um fenómeno de comunicação de massa quase desconhecido na época em Portugal. Vida na novela radiofónica e vida real queriam misturar-se.

Segundo os dados do censo de 1960, havia 600 mil mulheres empregadas num universo de quase 3,8 milhões de indivíduos ativos, números alterados em 1970, com mais de 850 mil mulheres num universo de 3,4 milhões da população ativa (Carrilho, 1996: 11). As mudanças sociais, com a crescente saída da mulher do lar, refletir-se-iam na audição da rádio, obrigando a programação a adequar-se a um novo tempo.

Em termos de género de programas, os inquiridos davam a primazia a noticiários (38,6%), seguindo-se teatro (23,7%), discos pedidos (18,5%), música portuguesa (14,6%), fados (10,3%), programas desportivos (10,2%), música na estrada (5%), folclore (4,7%) e serões para os trabalhadores (3,9%) (Castro, 1971: 126). Dos programas, a distribuição era: *Parodiantes de Lisboa* (18,3%), *Quando o Telefone Toca* (9,8%), *Clube das Donas de Casa* (4,6%), *PBX* (4,2%), *23ª Hora* (3,6%), *Talismã* (3,6%), *Enquanto for Bom Dia* (2,4%), *Tempo Zip* (2%), *Página 1* (2%) e *Radorama* (2%). Um problema central nos inquéritos sobre consumos de véspera ou dias anteriores é o de levar o respondente a indicar a estação mais ouvida sem correspondência com a programação recordada, com a dominância do que parece correto dizer, pelo que a hierarquia aqui presente precisa de ser lida com cautela.

Os dados de preferência de programas invalidam, de novo, a preponderância da Emissora Nacional em termos de audiência, com a maioria dos programas identificados a pertencerem a Rádio Clube Português, facto que não mereceu ao autor do texto qualquer reparo. Podemos dividir os programas em gostos mais tradicionais, como *Talismã* (programa da manhã) e *Clube das Donas de Casa* (programa da tarde), e mais avançados e modernos, casos de *Página 1* (programa de fim de tarde) e *Tempo Zip* (programa noturno). Curiosamente, estes dois últimos programas seriam alvo de suspensão ou desaparecimento quando em setembro de 1972 o locutor Adelino Gomes fez um comentário sobre o massacre de israelitas por um comando palestino nos Jogos Olímpicos de Munique.

Inquérito Convívio (1972)

A Emissora Nacional começara a emitir ininterruptamente 24 horas por dia desde 1970, embora algum tempo depois abandonasse essa prática por entender haver poucos ouvintes de madrugada, retomada cerca de dois anos depois. Por isso, a estação sentiu necessidade de proceder a mais estudos em termos de preferências dos ouvintes, como aconteceu em 1972. Então, a rádio oficial recolheu informação dos seus ouvintes através de cartas enviadas para a estação e de um inquérito através dos livretes de taxas da Emissora Nacional. A duplicação de inquéritos denota a preocupação em se conhecer as audiências mas revela a descoordenação

interna, como se leria num dos relatórios de Inquérito aos Ouvintes da Rádio (abril-dezembro de 1972):

De lamentar que simultaneamente se faça concorrer um outro inquérito, a que este serviço é alheio, pois dá origem a uma dispersão de esforços e pode até resultar em conclusões antagónicas por não serem adotadas hipóteses de trabalho semelhantes. A unidade estatística é necessariamente diferente e as características, principalmente culturais, afetaram os hábitos de escuta e as preferências sem possibilidades de correção ou ponderação estatística (Arquivo RTP, caixa 77).

Num dos boletins *Convívio* (nº 3, julho/setembro de 1972), ligado à Emissora Nacional, saiu a estrutura de inquérito de audiência lançado em 1972, com texto de abertura assinado por Beckert d'Assumpção, chefe da Divisão de Programação da Emissora Nacional. Com 959 cartas recebidas, os dirigentes da Emissora Nacional usaram essa informação como resultado de inquérito qualitativo (Arquivo RTP, caixa 77). O inquérito, que não integrava novamente as estações minhocas de Lisboa e Porto, procurava saber quando o ouvinte escutava rádio com mais frequência (de manhã, à tarde, à noite), que estações sintonizavam (Emissora Nacional, Rádio Clube Português, Rádio Renascença), as horas (períodos de horários: 8:00-10:00, 10:00-12:00, 12:00-14:00, 14:00-16:00, 16:00-18:00, 18:00-20:00, 20:00-22:00, 22:00-24:00, 0:00-2:00, 2:00-8:00) e os programas sintonizados (musicais, teatro radiofónico, desportivos, noticiários e informativos). O número de cartas recebido revela um grande sucesso, pois o envio de cartas respondia ao apelo da estação para auscultar os seus ouvintes, repetindo o que a inglesa BBC fizera em 1943 com os seus ouvintes portugueses.

Se, na segunda parte, se pedia aos inquiridos que destacassem os programas da Emissora Nacional (musicais, teatro radiofónico, desportivos, noticiários e informativos, além de três programas preferidos na rádio portuguesa, na terceira parte indagava-se sobre a escuta e o porquê da escolha de estações (Emissora Nacional, Rádio Clube Português, Rádio Renascença, em onda média e FM) e as condições de audição na região onde o inquirido morava (ótima, boa, regular, deficiente). Na quarta parte, o inquérito, com respostas abertas, queria saber se o ouvinte preferia programas musicais, programas musicais com apontamentos diversos, se concordava com a existência de apenas programas de música estrangeira ou música portuguesa, se aceitava a imposição de percentagem de música portuguesa em todos os programas musicais, qual a percentagem julgada adequada e a preferência de programas de música variada ou dedicada apenas a um determinado tipo de música. A quinta parte era orientada para o programa *Convívio* e a sexta e última parte, de pergunta aberta, pedia sugestões, críticas ou informações a dar à Emissora Nacional.

Destaco quatro temas que ressaltam das cartas recebidas: separadores de programas, ópera (necessidade de indicar intérpretes e peças), programas de estúdio e locução. Sobre a ópera transmitida (ou outro tipo de peça), os ouvintes entendiam ser necessária a indicação de nomes de intérpretes, seu timbre e papéis, solicitando ainda a inserção de pequenas notas sobre as peças. Por outro lado, pedia-se que, num programa de música clássica, não houvesse uma grande diversidade de programas. Por exemplo, seria errado emitir géneros distintos, num mesmo programa, como recital de quarteto português, palestra e quarteto estrangeiro. Uma das sugestões indicadas nas cartas era sobre separadores, a evitar do mesmo género musical em programas precedentes ou posteriores. Por outro lado, apesar de haver um funcionário capaz de impedir a repetição de uma mesma obra em intervalos curtos, era habitual ouvir-se a mesma obra em semanas seguidas ou até duas vezes na mesma semana. Quanto a programas de estúdio, devia proibir-se a transmissão direta de recitais de estúdio. Porque havia sempre um grande número de artistas, com qualidade e tonalidade de vozes muito diferentes, só deveria emitir-se depois da edição do programa. Isto servia como caução de qualidade dos artistas nacionais, dando oportunidades e cuidando do nível de qualidade dos seus programas. Na parte final, havia elementos sociográficos a solicitar: profissão, idade, residência (localidade) e grupo de escuta responsável pelo inquérito.

Outro inquérito de 1972

Em 1971, Adolfo Simões Müller era nomeado diretor do Gabinete de Estudos de Programas. Entre outras atividades, o Gabinete era responsável por um projeto de inquérito de audiência, utilizando os livretes de licenças anuais e semestrais (taxas) da Emissora Nacional (Arquivo RTP, Caixa 121). Isso repercutiu-se no segundo inquérito aos ouvintes da rádio em 1972. Até 30 de abril de 1972, tinham sido distribuídos 101544 verbetes de resposta paga, através dos livretes de taxas da Emissora Nacional, e recebidos quatro mil respostas. A análise provisória de resultados indicava, quanto à primeira pergunta (estação habitualmente ouvida), a Emissora Nacional tinha uma ligeira vantagem sobre Rádio Clube Português, com este mais ouvido em toda a faixa litoral. Para a Emissora Nacional, iam as preferências dos ouvintes de mais de 35 anos, com o programa 2 da Emissora Nacional escutado especialmente pelo grupo de 55 anos em diante, e os homens a ouvirem a Emissora Nacional mais do que as mulheres. Se, na segunda pergunta (tipo de programas preferidos), surgiam à frente os musicais, com apenas os ouvintes com mais de 55 anos a se inclinarem para programas falados, na terceira pergunta (picos de audiência), as respostas apontavam para 8:00, 13:00 e 20:00 (horários dos noticiários). Antes do almoço e antes do jantar predominavam os ouvintes mais novos e sobretudo as mulheres (período da tarde).

Face à quarta pergunta (género musical preferido), a música ligeira portuguesa, com o folclore e o fado, encabeçava, com valores superiores a 50%. Mas as raparigas e os estudantes

preferiam música pop e a música erudita tinha número limitado de ouvintes. Já no tocante à quinta pergunta (programas falados preferidos), a ordem era: noticiários, desportivos, humorísticos, teatro, folhetim, científicos, literários e políticos. Na sexta pergunta (em que estação ouve o seu programa preferido), a grande maioria afirmava ouvir os programas da Emissora Nacional, mas em Lisboa, a percentagem beneficiava Rádio Clube Português. Quanto à sétima e última pergunta (de todos os programas que ouve, quais os que prefere), a ordem decrescente era música ligeira portuguesa, noticiários, discos pedidos, Parodiantes de Lisboa, Tarde Desportiva, teatro e folhetins da Emissora Nacional, fado e folclore.

Das conclusões gerais, o estudo indicava que Rádio Clube Português possuía maior audiência na faixa litoral do país e só a maior cobertura da Emissora Nacional evitava que Rádio Clube Português obtivesse percentagem maior. No relatório, o autor, ao escrever que o índice de audiências estava diretamente subordinado à cobertura do espaço geográfico, alertava para um decréscimo de ouvintes da estação oficial quando os outros emissores melhorassem a cobertura em ondas médias e quando evoluíssem as condições económicas da população. Além disso, os ouvintes da Emissora Nacional eram mais velhos do que os das outras estações e de classes sociais mais elevadas e a música ligeira portuguesa tinha larga preferência, com a música pop ouvida especialmente nos grandes centros.

Dados de 1973

No texto do relatório referente ao 1º semestre de 1973, deu-se particular atenção a reclamações de ouvintes sobre a escassez de música portuguesa nos programas de ondas médias. Simões Müller faria uma exposição ao Conselho de Planeamento de Programas, com estatuto de órgão consultivo mas em que alguns diretores de primeira linha tinham assento, aprovando-se o aumento do tempo de emissão de música ligeira portuguesa. Foi ainda reconhecida a necessidade de promover mais a produção de música nacional, dentro do espírito do Centro de Preparação de Artistas da Rádio e da ligação à editora discográfica Rádio Triunfo.

Então, a Emissora Nacional distribuía a sua programação por música (ligeira e erudita) (68%), programas culturais e educativos (8%), dramáticos (5%), noticiários e informativos (13%) e programas especiais e diversos (6%) (Príncipe, 1973: 20). A rádio oficial continuava a dirigir estudos de audiência mas agora com base em estudos socioeconómicos da população portuguesa, como o feito pelo IPOPE (carta de J. de Sousa Monteiro, em abril de 1973, ao presidente da Emissora Nacional, Clemente Rogeiro, Arquivo RTP, caixa 77).

Entre 1969 e 1973, os programas mais escutados tinham mudado, como revela o quadro seguinte (Arquivo RTP, caixa 77):

	Inquérito de 1969	Relatório de 1973
--	-------------------	-------------------

1	Música na Estrada (EN)	Convívio (EN)
2	Quando o Telefone Toca (RR e RCP)	Quando o Telefone Toca (RR e RCP)
3	Programa da Noite (EN)	Espaço 3P (RCP)
4	Roteiro Musical (RCP)	Tarde Desportiva (EN)
5	Programa da Manhã (EN)	Teatro e Folhetim (EN)
6	23ª Hora (RR)	De um Dia para o Outro (EN)
7	Em Órbita (RCP)	PBX (RCP)
8	Radorama (RR)	Página 1 (RR)
9	Parodiantes de Lisboa (RCP)	Programa da Manhã (RR)
10	PBX (RCP)	Música na Estrada (EN)
11	Página 1 (RR)	-

Quadro 1: Programas mais escutados entre 1969 e 1973

A passagem de três para cinco programas da Emissora Nacional de entre os mais escutados deve, de novo, ler-se com cuidado. Uma razão é a mudança de metodologia: em 1969, usou-se um inquérito de amostra probabilística aleatória, ao passo que em 1973 se utilizaram respostas a inquéritos enviados com os livretes das taxas. Apesar da construção de ponderador para acompanhar a distribuição populacional, conforme os dados do INE e que o IPOPE seguiu, pode haver fortes discrepâncias face à realidade. Enquanto em 1969 se discriminaram títulos de programas, como *Em Órbita* e *Radorama*, em 1973 surgiram géneros de programas como teatro e tarde desportiva, o que evidencia uma perda de caracterização. Uma nota suplementar é a da perceção de, no final de 1973, as horas habitualmente fortes da rádio (manhã e noite) perderem interesse em benefício das tardes e das madrugadas (Arquivo RTP, caixa 77), o que significa uma distribuição da escuta por mais horas de emissão. Recorde-se que a Emissora Nacional inaugurou o serviço de emissão contínua 24 horas por dia no começo de 1970, mas abandonou a emissão da madrugada alguns meses depois, por considerar residual a audição noturna, reatando a oferta de 24 horas ininterruptas em 1972, o que teria impacto na análise de audiências.

O tema das audiências relacionou-se com a necessidade de novas estratégias políticas (Emissora Nacional) e comerciais (caso de Rádio Clube Português). Daí, o relevo para o crescimento do número de estações na passagem da década de 1960 para a seguinte. A estação oficial tinha canais de rádio orientados para a metrópole e para fora do país, com a política de aquisição de novas estações, caso da compra dos Emissores do Norte Reunidos, que garantiam mais ouvintes no norte do país, em especial o Grande Porto, no início de 1971. A Emissora Nacional compraria ou adaptaria os emissores regionais de S. Tomé e Príncipe e Guiné Portuguesa (atual Guiné-Bissau) entre 1971 e 1973 e empreenderia conversações para instalar um emissor regional no arquipélago de Cabo Verde. Razões políticas de propaganda do

regime estiveram por detrás desta política de expansão em África, aliada ao reforço de programas de pendor ideológico (*A Voz do Ocidente*) na programação nacional, cooperação de programas com Rádio Oficial de Angola e com Rádio Clube de Moçambique, relação direta com a Raret (emissora da CIA a emitir, a partir de Glória do Ribatejo, de programas anticomunistas para os países do leste europeu) e parceria com a Marconi na interferência de emissões anticolonialistas de PAIGC em S. Tomé e Príncipe. Por seu lado, Rádio Clube Português seguiu uma política de aquisição de estações (Rádio Alto Douro, Rádio Ribatejo e Rádio Voz de Luanda), numa pura estratégia de grupo mediático, a que juntaria a aquisição de uma editora fonográfica (Imavox), um cinema para produzir espetáculos a transmitir pelos media (GL, depois chamado Nimas) e a revista *Antena* (depois *Nova Antena*).

Conclusões

Uma parcela dos estudos sobre audiências aqui presentes resultou de encomendas efetuadas pela Emissora Nacional, quando a própria estação não os desenvolveu. A metodologia dos inquéritos foi variável, de inquéritos probabilísticos aleatórios a inquéritos qualitativos por receção de cartas. Mas isso não impede que se tracem tendências de gosto e impacto dos programas da estação oficial. Mesmo que os resultados pareçam enviesados, porque pode não existir comparação com o conjunto das estações no mercado, há, ao longo de três décadas, preferências dos ouvintes de programas de música ligeira, radionovelas, humor, desporto e informação, com detalhe para programas de autor ou com nome simbólico como *Serões para Trabalhadores*. O entretenimento era o mais escutado, tendência transferida depois para a televisão, o novo meio de comunicação.

A inclusão, nos inquéritos, de programas de discos pedidos e *Quando o Telefone Toca*, além da distinção entre música ligeira portuguesa e música pop, fazia parte do quadro cultural da época. Num dado momento, eclodiu também a questão de escassez de música portuguesa, que coincidiu com o texto do crítico Pedro do Vale na revista *Flama*. Em alguns inquéritos, a estereofonia aparecia como programa, pois a sua oferta estava condicionada a um período curto da emissão diária.

Da análise mais profunda aos diferentes estudos, conclui-se pela profissionalização rápida dos elementos ligados às empresas comerciais e à aquisição de saberes ligados à estatística e à organização de inquéritos. Se houve lenta evolução dos profissionais, isso também se deveu à escassa procura de estudos de mercado. Por outro lado, se os estudos da década de 1950 apontaram questões relacionadas apenas com a Emissora Nacional, os inquéritos de 1969 e seguintes tiveram uma preocupação maior: a comparação com a programação das outras estações. A definição do gosto radiofónico passava do programador para o ouvinte – ou pelo menos, este era consultado. Questões técnicas de receção, programas preferidos e géneros musicais eram perguntas habituais feitas aos inquiridos. Nos géneros musicais, a música

clássica aparecia sempre incluída: apesar de gosto minoritário, a Emissora Nacional considerava o Programa 2 como uma marca distintiva.

Dos diversos estudos de audiência, destaco o de 1969. Além de ter sido elaborado no interior da Emissora Nacional, foi bem estruturado e com resultados adequados. Ao analisar estes, percebe-se que a popularidade da estação oficial era já inferior às rádios comerciais. O texto agora apresentado não refletiu sobre a mudança de artistas e outros agentes culturais da rádio para a televisão, o que daria mais conta da importância da rádio como modelador da cultura popular de massa.

Bibliografia

CARRILHO, Maria José (1996): *População ativa: conceito e extensão através dos censos*. http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_estudos&ESTUDOSest_boui=106158&ESTUDOSmodo=2, (acedido em 11 de março de 2012).

CASTRO, Luís Oliveira (1971): Audiências dos meios de difusão em Portugal. Sep. no. 1, vol. II, *Boletim Informação, Cultura Popular, Turismo*: 105-133.

CRUZ, Salviano (s/d): *Rádio Ouvintes e Programas em Lisboa, Estudo Económico e Social* (Arquivo RTP, caixa 77).

GUERREIRO, Amaro D. e MORAES, Joaquim José Paes (s/d): *Inquérito Radiofónico* (Arquivo RTP, caixa 77).

PRÍNCIPE, Mário dos Reis (1973): *O Papel da Rádio no Estado Moderno*, Lisboa, Granelo.

RIBEIRO, Nelson (2014): *Salazar e a BBC na II Guerra Mundial. Informação e Propaganda*, Coimbra, Almedina.

SANTOS, Rogério, BURNAY, Catarina, ROQUETTE, Vera e DUARTE, Ema (2011): *Audiences as a key factor for trends in the Portuguese television market*. Texto inédito.

SANTOS, Rogério (2014): *Sempre Consigo, Sempre no Ar. A Rádio em Portugal, 1941-1968*, Lisboa, Colibri.

Entrevistas (feitas em parceria com Catarina Burnay)

José Vidal de Oliveira, 12 de maio de 2011

Mário Bacalhau, 13 de abril de 2011