



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Artes e Letras

# A Rádio Alfa e a comunidade portuguesa em França

Estudo de caso sobre a relação entre *media* e identidades

**Carla Sofia Baptista Laureano**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Jornalismo**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Joaquim Paulo Serra

Covilhã, Outubro de 2011



# Agradecimentos

Em primeiro lugar tenho de agradecer aos meus pais, por me terem permitido seguir este percurso e por terem estado sempre ao meu lado. Os meus familiares que residem na França merecem igualmente a minha gratidão, por me terem recebido tão bem e por se terem mostrado sempre disponíveis para me ajudar. Não posso deixar de agradecer a todos os profissionais da Rádio Alfa, que me acolheram de forma tão simpática, por se terem mostrado dispostos a participar nesta investigação. Quero agradecer também ao meu orientador, pelo apoio prestado até ao final. E, por fim, tenho de agradecer a todos os amigos, colegas e familiares que durante o último ano estiveram próximos de mim, que se mostraram pacientes comigo e que acreditaram sempre na minha capacidade para terminar esta etapa.

Um muito obrigado a todos.



## Resumo

Perceber de que forma um meio de comunicação pode contribuir para a criação ou manutenção de uma identidade é a linha de orientação deste trabalho. Aqui estuda-se o caso específico da Rádio Alfa, uma rádio que emite em português na França, e o seu papel na manutenção da identidade portuguesa. Esta proposta de estudo advém da dúvida sobre a forma como se torna possível manter uma determinada identidade, neste caso cultural, num mundo marcado pela ausência de fronteiras ao nível da movimentação de pessoas e de trocas de mensagens mediáticas. Os meios de comunicação, o seu papel na criação de identidade e a emigração são temas que merecem destaque nesta investigação.

## Palavras-chave

Comunidades imaginadas, culturas híbridas, meios de comunicação, identidade, emigração.



## **Abstract**

Understanding how a medium can contribute to the creation or maintenance of an identity is the guideline of this work. Here we study the specific case of Radio Alfa, a radio station that broadcasts in portuguese in France, and its role in the maintenance of portuguese identity. The proposed study stems from questions about how it becomes possible to maintain a certain identity, in this case a cultural one, in a world marked by the absence of boundaries in terms of movement of people and exchange of media messages. The media, their role in creating identity, and immigration are issues that deserve attention in this investigation.

## **Keywords**

Imagined communities, hybrid cultures, media, identity, emigration.





# Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Índice	ix
Introdução	1
I Parte. Enquadramento teórico	5
1 As comunidades em tempo de globalização	7
1.1 Comunidade vs Sociedade	7
1.2 Os <i>media</i> e as identidades: as “comunidades imaginadas”	11
1.3 A cultura nas “comunidades imaginadas”	16
1.3.1 O caso particular da emigração	18
2 A comunidade emigrante portuguesa em França	21
2.1 Portugueses em França	21
2.2 A integração dos portugueses na sociedade francesa - o papel das associações	23
2.3 A integração dos descendentes dos emigrantes	27
2.4 A comunidade portuguesa nos meios de comunicação franceses	28
3 A Rádio Alfa	33
3.1 Caracterização da Rádio Alfa	33
3.2 A grelha de programação da Rádio Alfa	34
3.3 Informação na Rádio Alfa	36
II Parte. Estudo empírico	39
4 Metodologia	41
4.1 Problema	41
4.2 Hipóteses de investigação	41
4.3 População e amostra	42
4.4. Métodos e técnicas de recolha de dados	43
4.4.1 Entrevista semi-estruturada	43
4.4.2 Observação participante	44
4.4.3 Análise de conteúdo	45
5 Análise dos resultados	47
5.1 Entrevistas aos membros da Rádio Alfa	47
5.2 Entrevistas aos membros das associações portuguesas	57
6 Discussão e conclusões	63
Referências	69
Anexos	73



# Introdução

Num mundo cada vez mais marcado pela globalização, onde todos conseguem aceder a tudo e os produtos são feitos tendo em vista mercados de massas, este trabalho propõe-se estudar o caso da Rádio Alfa, uma rádio portuguesa em Paris, cuja programação é maioritariamente destinada à comunidade portuguesa residente em França; e que é, assim, um exemplo da valorização do local, em detrimento do global, na busca de um nicho de mercado específico. O fenómeno da globalização está indissociavelmente ligado a vários outros fenómenos, sendo um deles a emigração. Na era da globalização existe uma realidade ampla, comum a todos, onde coexistem diferentes realidades locais. Com a emigração esta interacção entre as diversas realidades locais tornou-se bem mais evidente. Com a integração de diferentes povos num só país dá-se todo um processo de adaptação: surgem novos costumes, novas culturas, novas ideologias. Como afirma José Carvalheiro, referindo-se a Featherstone, "a globalização é ao mesmo tempo a competição entre culturas nacionais e a sua passagem transnacional" (Carvalheiro, 2007, p. 136).

Os meios de comunicação desempenham igualmente um papel importante neste contacto entre diferentes culturas, levando produtos mediáticos a locais e a pessoas distantes umas das outras. Os meios de comunicação, principalmente os de massa, são um veículo de propagação de diferentes ideologias, de diferentes culturas e permitem aos indivíduos ter uma nova percepção do mundo.

É desta forma que, com a emigração e com os meios de comunicação de massa, os sujeitos têm acesso a um vasto leque de informações. Informações e realidades fisicamente distantes, mas que os *media* aproximam, e novas informações que surgem através do contacto com diferentes culturas. O mundo da globalização coloca à disposição do sujeito um conjunto de novas ferramentas que o vão ajudar na criação da sua identidade. E aqui este processo sofre claras alterações quando comparado com a formação de identidade noutros tempos, assente num sistema de regras e de sanções sociais solidamente estabelecidas e aceites por todos os membros de uma determinada cultura.

Todas estas alterações sociais causadas pela globalização levam a que as pessoas tenham a noção de que, apesar de distantes, partilham ideias, gostos ou interesses. Importa, assim, perceber como as interacções sociais se desenvolvem num mundo marcado pela globalização, de que forma as pessoas se agrupam e, havendo uma partilha e um contacto entre diferentes culturas, como é que a globalização influencia a forma como se percebe a cultura.

Este trabalho aborda também o caso específico dos portugueses que emigraram para França e importa, portanto, fazer uma análise à forma como eles se integraram na sociedade francesa e à forma como os *media* os retrataram.

A vaga de emigração portuguesa para França sentiu-se de forma mais significativa nos anos 60, prolongando-se esse movimento migratório até aos anos 90, com um período mais fraco na década de 70. Chegados a França, os portugueses começaram a formar comunidades,

conceito que, no âmbito cultural, “designa grupos onde a prevalência de lealdades colectivas empresta aos seus membros um forte sentido de pertença” (Carvalho, 2007, p. 137).

Os portugueses que inicialmente emigraram para França eram maioritariamente oriundos do interior de Portugal e depressa se constituíram como uma força de trabalho, embora desqualificado.

A nível mediático, nunca foi dada muita atenção aos portugueses, em grande medida devido ao facto de esse fluxo migratório ter coincido com a ida de outros povos para a França, nomeadamente das ex-colónias francesas, “alvo preferencial de preconceitos negativos” (Carvalho, 2007, p. 196).

Quanto à participação e intervenção dos portugueses nos meios de comunicação franceses, em 1966 dispunham, na estação pública Radio France International, de um programa diário com a duração de 10 minutos. Mais tarde, em finais dos anos 70, com as “rádios livres”, os portugueses criaram a Rádio Portugal no Mundo. Já em finais dos anos 80 surge um dos principais meios de difusão da cultura portuguesa, a Rádio Alfa.

A Rádio Alfa é o principal objecto de estudo deste trabalho. É uma rádio portuguesa criada em 1987 e que actualmente se situa em Créteil.

Criada por emigrantes e tendo como público preferencial os emigrantes, a Rádio Alfa esteve durante muito tempo ligada à ideia da “música folclórica, do fado e da música pimba” (Carvalho, 2007, p. 272). No entanto, nos últimos anos têm sido feitas algumas alterações na programação e na música difundida, tendo como principal objectivo alcançar novos públicos, como os luso-descendentes. Entre essas alterações pode-se identificar a introdução da língua francesa nalguns programas e também o facto de a música difundida deixar de ser apenas a chamada “pimba” e o fado, procurando-se dar a conhecer os novos talentos que surgem em Portugal.

Tendo em consideração que esta é uma Rádio portuguesa situada em Paris, a emitir maioritariamente em português, e fazendo face a todas as alterações que a emigração e a interacção entre diferentes culturas trazem para a sociedade, este trabalho procura responder ao seguinte problema: como se caracteriza a relação da Rádio Alfa com os portugueses residentes em Paris? Mais especificamente, interessa-nos aqui responder às seguintes questões: i) Qual a percepção dos profissionais da Rádio Alfa acerca da relação desta com a comunidade portuguesa a que se destina o seu trabalho? ii) Qual a percepção dos representantes das associações da comunidade portuguesa acerca da relação desta com a Rádio Alfa?

Em termos teóricos, este trabalho propõe-se contribuir para ampliar o nosso conhecimento acerca do papel que um meio de comunicação, neste caso específico a Rádio Alfa, desempenha no processo de criação e manutenção de uma identidade cultural, neste caso portuguesa. É neste sentido que se torna também importante analisar as diferentes fases migratórias para França e verificar de que forma os portugueses se integraram na sociedade francesa. Já no caso específico da Rádio Alfa, pretende-se fazer uma abordagem à história da rádio e analisar a grelha de programação da estação.

Para a concretização deste projecto de investigação foi usado, fundamentalmente, o método qualitativo e as técnicas da observação participante e da entrevista.

A observação participante foi feita no decurso do estágio, realizado entre Outubro e Dezembro de 2010, na Rádio Alfa, tendo servido para o estudo dos diversos sectores e formas de funcionamento da mesma. Quanto às entrevistas, elas foram do tipo semi-estruturado, tendo sido feitas a dois grupos diferentes: membros da Rádio Alfa; membros de associações portuguesas em França. O tratamento/análise dessas entrevistas foi feito, posteriormente, através da técnica de análise de conteúdo. Esta mesma técnica foi também utilizada para a análise feita à grelha de programação da Rádio Alfa.

Este trabalho é constituído, para além das partes ante e pós-textuais, por duas partes e um total de seis capítulos, antecedidos pela presente Introdução.

A primeira parte, de enquadramento teórico, inclui os três primeiros capítulos.

O capítulo 1, “As comunidades em tempo de globalização”, discute os conceitos de comunidade e sociedade, introduzidos por Ferdinand Tönnies. Estes conceitos referem-se a épocas diferentes e a formas distintas de socialização entre os indivíduos, sendo que a globalização tem um papel importante na transição de uma forma para a outra. Ainda neste capítulo é abordada a influência que os meios de comunicação têm na formação de identidades, isto num mundo marcado pela globalização. Para melhor entender esta influência, falar-se-á de Appadurai, de “mundos imaginados” e das cinco dimensões de fluxos culturais (etnopaisagem, tecnopaisagem, financiopaisagem, mediapaisagem e ideopaisagem), bem como de Benedict Anderson e das suas “comunidades imaginadas”. A propósito deste conceito, será também feita uma abordagem ao lugar que a cultura ocupa nestas “comunidades imaginadas”, a forma como ela se manifesta, as alterações que sofreu e, por último, será feita uma referência à influência que a emigração exerce sobre a cultura neste tipo de comunidades.

No capítulo 2, “A comunidade emigrante portuguesa em França”, pretende-se explicar de que forma se deu a emigração portuguesa para França no século XX, com especial incidência naquela ocorrida a partir dos anos 60. Nesta abordagem histórica da emigração portuguesa, fala-se dos motivos que levaram os portugueses a emigrar, bem como da forma como foram recebidos pela sociedade autóctone e como os portugueses se integraram nessa sociedade. Será feita também uma referência ao papel desempenhado pelas associações nessa integração, bem como uma referência em particular à forma como os luso-descendentes se inseriram na sociedade francesa. Para finalizar este capítulo, e para melhor perceber como os emigrantes portugueses foram recebidos pelos franceses, pretende-se ainda aludir à forma como os meios de comunicação franceses abordaram a emigração portuguesa.

Para terminar a parte teórica, no capítulo 3, “O caso da Rádio Alfa”, é feita menção ao percurso dessa rádio desde a sua criação até aos dias de hoje, bem como uma análise da grelha de programação e do funcionamento da redacção informativa da rádio.

A segunda parte, de natureza empírica, inclui também três capítulos.

No capítulo 4, “Metodologia”, além de se expor o problema de investigação e as hipóteses a ser testadas, explica-se a forma como se definiu a amostra, bem como os métodos e técnicas de recolha de dados.

O capítulo 5, “Análise dos resultados”, é dedicado à análise das entrevistas feitas aos profissionais da Rádio Alfa e aos representantes das associações da comunidade portuguesa, complementada com os dados adquiridos através da observação participante.

No capítulo 6, “Discussão e conclusões”, é feita a discussão da análise dos dados expostos no capítulo anterior e são discutidas as hipóteses que avançámos como resposta ao problema de investigação e às questões deles decorrentes.

## I Parte. Enquadramento teórico





# Capítulo 1. As comunidades em tempo de globalização

Este primeiro capítulo propõe-se abordar a forma como as comunidades existem num mundo marcado pela globalização.

Nesse sentido, começa-se por falar do próprio conceito de comunidade, das suas características, tudo isto tendo como base Ferdinand Tönnies. Após a descrição do funcionamento de uma comunidade, faz-se a sua distinção em relação a outra forma de interacção social entre indivíduos, a sociedade, cujas características estão já relacionadas com a globalização.

Pretende-se, em seguida, perceber de que forma os meios de comunicação contribuem para a formação de identidades no seio de uma sociedade marcadamente global, agrupando as pessoas em “comunidades imaginadas”. O facto de os meios de comunicação permitirem um constante fluxo de mensagens, imagens ou ideais vai influenciar a forma como o indivíduo encara a sua identidade e é isso que se pretende também estudar neste capítulo.

Por último, dá-se especial atenção à cultura, ao lugar que ela ocupa dentro deste novo tipo de comunidades, e à forma como ela é desenvolvida. Pretende-se perceber se, tal como os meios de comunicação e a globalização dão origem a novas comunidades, surgem também novos tipos de cultura. Dá-se, ainda, um destaque ao papel que a emigração pode ter nas manifestações culturais.

## 1.1. Comunidade vs Sociedade

Num trabalho em que se pretende fazer uma análise à relação entre a comunidade portuguesa residente em França e a Rádio Alfa, torna-se importante reflectir no conceito de comunidade. Estudar este conceito remete-nos para o trabalho do sociólogo alemão Ferdinand Tönnies e a sua distinção entre “comunidade” e sociedade”.

Dedicando parte do seu trabalho ao estudo do tipo de “relações de afirmação recíproca”, Tönnies investiga como estas se desenvolvem em dois ambientes diferentes: na comunidade, que o autor considera ser característica de uma fase mais antiga da história do Homem; e na sociedade, considerada como “uma designação e fenómeno social recente” (Tönnies, 1979, p. 29). A primeira destas relações sociais corresponde a uma época pré-moderna, enquanto a segunda é característica da modernidade.

A primeira grande diferença apontada por Tönnies entre estas duas formas de sociabilidade prende-se com a natureza e a origem de cada uma. Se a comunidade é considerada como “um

organismo vivo”, a sociedade é tida como “um artefacto, uma estrutura mecânica” (Tönnies, 1979, p. 29).<sup>1</sup>

A comunidade caracteriza-se pelo tipo de convivência íntima e privada, onde as vontades de todos aqueles que dela fazem parte estão em concordância. A base da comunidade encontra-se na família e é por essa razão que são apontadas três tipos de relações onde melhor se identificam as características desta forma de sociabilidade: a relação entre mãe e filho; entre marido e mulher e entre irmãos e irmãs (Tönnies, 1979, p. 33).

Tönnies aponta, ainda, três tipos diferentes de comunidade. Assinala, em primeiro lugar, a comunidade de sangue, com origem nos laços familiares, e que se caracteriza por “relações comuns e de partilha” entre os seres humanos que dela fazem parte. Em segundo lugar, o autor refere a comunidade de lugar, baseada num “habitat comum”, onde as relações são estabelecidas tendo em consideração “a propriedade colectiva da terra”, sendo, por isso, considerada como uma “comunidade de vida física”. Por último, encontra-se a comunidade de espírito, cujo “laço comum se encontra representado pelos lugares sagrados e pelas entidades às quais se presta culto”.<sup>2</sup> Esta última variante, designada também pelo autor como comunidade mental, caracteriza-se por uma “cooperação e acção coordenada tendo em vista uma meta comum.”<sup>3</sup> Tönnies considera, ainda, que a comunidade de espírito, em conjunto com as outras duas vertentes, “representa a forma de comunidade verdadeiramente humana e suprema” (Tönnies, 1979, p. 39).<sup>4</sup>

Já anteriormente foi dito que a comunidade se caracteriza por uma concordância entre as vontades dos seres humanos que dela fazem parte. Essa concordância alcança-se pelo que Tönnies designou de consenso, sendo através dele que se torna possível manter a união entre os seres humanos (Tönnies, 1979, p. 45). O consenso define-se por um interesse na vida do outro, sem ter subjacente um objectivo ou conquista individual, e que se encontra presente tanto nos bons como nos maus momentos. O sociólogo alemão acrescenta ainda que o consenso se consegue garantir tanto mais facilmente quanto mais “parecida e harmónica for a disposição natural, o carácter e a atitude intelectual” entre os indivíduos.<sup>5</sup>

O meio pelo qual o consenso se consegue alcançar, ou, como Tönnies escreve, o seu “órgão real”, é a linguagem. É através dela que se torna possível a “exteriorização involuntária de sentimentos profundos e pensamentos predominantes” (Tönnies, 1979, p.46).<sup>6</sup>

Assim, através da linguagem encontram-se formas de entendimento para as três variantes de comunidade e torna-se possível estabelecer leis comunitárias básicas: i) aqueles que

---

<sup>1</sup> “A este tenor, la *Gemeinschaft* (comunidad) debiera ser entendida como organismo vivo y la *Gesellschaft* (asociación) como un artefacto, un añadido mecánico.” (Nota. Salvo indicação em contrário, as traduções incluídas neste trabalho foram feitas pela autora).

<sup>2</sup> “...el lazo común se encuentra representado por los lugares sagrados y las deidades a que se rinde culto.”

<sup>3</sup> “...la comunidad de espíritu, que sólo entraña cooperación y acción coordinada hacia una meta común.”

<sup>4</sup> “En conjunción con los otros, este último tipo de comunidad representa la forma de comunidad verdaderamente humana y suprema.”

<sup>5</sup> “...cuanto más parecidos y armónicos sean la disposición natural, el carácter y la actitud intelectual.”

<sup>6</sup> “...la manifestación del lenguaje constituye la exteriorización involuntaria de sentimientos profundos y pensamientos prevalentes.”

partilham laços familiares, que são casados, amigos ou vizinhos “falam e pensam segundo os mesmos padrões”; ii) “entre as pessoas que se amam há entendimento”<sup>7</sup>; iii) o entendimento entre indivíduos leva a que estes se mantenham juntos e organizem uma vida em comum (Tönnies, 1979, p. 47).

A comunidade caracteriza-se ainda pela partilha de prazer e pela posse de bens comuns, pela partilha de propriedade, de terra. Tönnies salienta também que, quando essa terra é cultivada, a relação entre o homem e esse bem torna-se mais profunda. A partir de então estabelece-se um sistema de heranças, mediante o qual terras passam de pais para filhos, criando assim “uma esfera comum de vontade que não só permite a união entre gerações contemporâneas como as liga aos antepassados e às gerações futuras” (Tönnies, 1979, p. 247).<sup>8</sup>

Com esta referência ao cultivo das terras é possível perceber que a comunidade desenvolve-se e mantém-se mais facilmente no meio rural. Daí que Tönnies afirme que “na vida rural todos repararam que a comunidade das suas gentes é mais forte e se mantém mais viva; constitui a forma genuína e duradoura da convivência” (Tönnies, 1979, p. 29).<sup>9</sup>

No que diz respeito à comunidade mental, caracterizada pelo culto de entidades e pela partilha de lugares sagrados, denota-se que existe uma forte relação com a fé, num sentido mais individual, e com a religião, quando se refere a toda a comunidade. Aqui, a religião sobrepõe-se à nação (também característica da comunidade) e é através dela que se estabelece o que são bons hábitos e costumes, do mesmo modo que se condena aqueles que não o são. A religião é uma forte influência no ser humano, na medida em que se encontra presente nos principais acontecimentos da vida deste (nascimento, casamento ou morte) (Tönnies, 1979, pp. 261-262).

Já a sociedade apresenta-se como o oposto da comunidade. Se a esta é associada a ideia de durabilidade, a sociedade caracteriza-se por ser “transitória e supérflua” (Tönnies, 1979, p. 29). A sociedade distingue-se também da comunidade uma vez que, enquanto nesta última, os indivíduos “permanecem unidos apesar de todos os factores que tendem a separá-los”, na sociedade os indivíduos “permanecem essencialmente separados apesar de todos os factores tendentes à sua união” (Tönnies, 1979, p. 67).<sup>10</sup>

A desunião prende-se muito com o facto de, aqui, o ser humano ser marcadamente individualista, mantendo a sua esfera de actividade separada da esfera privada. E a divisão entre essas duas esferas leva mesmo a que seja uma prática comum “rejeitar o contacto com

---

<sup>7</sup> “Entre las personas que se aman hay entendimiento.”

<sup>8</sup> “Representa una esfera común de voluntad y no sólo sostiene la unidad de las generaciones contemporáneas sino que liga también a las pasadas y las futuras.”

<sup>9</sup> “Por otro lado, toda alabanza de la vida rural ha reparado en que la *Gemeinschaft* (comunidad) de sus gentes es más fuerte y se mantiene más viva; constituye la forma genuina y perdurable de la convivencia.”

<sup>10</sup> “Sin embargo, en la comunidad permanecen unidos a pesar de todos los factores que tienden a separarlos, mientras que en la *Gesellschaft* permanecen esencialmente separados a pesar de todos los factores que tendentes a su unificación.”

os outros e a sua inclusão na esfera privada; por exemplo, a intromissão é considerada um acto hostil” (Tönnies, 1979, p. 67).<sup>11</sup>

Esta individualidade característica da sociedade verifica-se, também, no facto de tudo funcionar em torno do intercâmbio, isto é, os indivíduos só estão dispostos a produzir ou conceder algo a outro se este tiver algo para lhe dar em troca, e se esse algo se mostrar mais vantajoso. Na sociedade não existem relações naturais entre os seres humanos. Aqui, apenas se estabelecem relações com aqueles que estão em posição de trocar algo ou de prometer que o podem fazer (Tönnies, 1979, p. 67). Como Tönnies afirma, na sociedade “todos lutam por aquilo que supõem ser um benefício e apoiam os actos dos outros enquanto estes possam servir os seus próprios interesses” (Tönnies, 1979, p. 81).<sup>12</sup>

Para que estas trocas ocorram, é necessário haver um acordo entre as partes implicadas e esse acordo é conseguido por aquilo que Tönnies designa de contrato. Segundo o autor, “o contrato é o resultado de duas vontades individuais divergentes que se cruzam num ponto”.<sup>13</sup> E esse contrato existe até à altura em que o intercâmbio já se tenha concretizado. No caso de tal já ter acontecido, ou no caso de o intercâmbio se ter revelado impossível de realizar, o acordo deixa de fazer sentido (Tönnies, 1979, p. 75).

Se na comunidade a linguagem desempenha um papel importante, na sociedade a atenção é dedicada especialmente à palavra. No processo de intercâmbio, antes de este ser realmente efectuado, demonstra-se uma vontade de os indivíduos em proceder a essa troca. Tönnies considera que essa vontade apenas se torna “perceptível quando se transforma em palavras”.<sup>14</sup> Apesar de não terem nenhum valor comercial e de não garantirem uma verdadeira segurança, a partir do momento em que a vontade é expressa em palavras “o receptor adquiriu o direito absoluto do objecto” proposto para o intercâmbio (Tönnies, 1979, p. 75).<sup>15</sup>

Outra das características da sociedade apontada pelo sociólogo alemão prende-se com o facto de, aqui, a atenção dos indivíduos se dirigir mais para o exterior do seu território, ao contrário da comunidade, onde o território, a propriedade, está no cerne da vida em comum. Esta desterritorialização deve-se à transição de uma “economia doméstica geral” para uma “economia comercial generalizada”. Por outras palavras, como explica Tönnies, dá-se uma “transição do domínio da agricultura para o domínio da indústria” (Tönnies, 1979, p. 83).<sup>16</sup>

Num nível mais mental, se a comunidade é movida pela religião, a sociedade baseia-se na opinião pública, que aqui se sobrepõe à figura do Estado. A opinião pública é formada pelo consenso entre as opiniões individuais, oriundas de pensamentos independentes. E se existem

---

<sup>11</sup> “Sus esferas de actividad y dominio se encuentran separadas tajantemente, tanto que todos en general rechazan el contacto con los demás y la inclusión de éstos en la esfera propia; por ejemplo, la intrusión es considerada un acto hostil.”

<sup>12</sup> “En ella, toda persona lucha por aquello que supone un beneficio y afirma los actos ajenos sólo en cuanto pueden servir a sus intereses propios.”

<sup>13</sup> “El contrato es el resultado de dos voluntades individuales divergentes que se cruzan en un punto.”

<sup>14</sup> “...pero sólo es realmente perceptible cuando se transforma en palabras.”

<sup>15</sup> “...es decir, el receptor ha adquirido el derecho absoluto al objeto...”

<sup>16</sup> “...la transición del dominio de la agricultura al dominio de la industria.”

opiniões que nada de novo trazem, Tönnies considera que as opiniões políticas desempenham um papel importante. Isto porque o “estado parece depender delas [opiniões políticas] para determinar as leis que deve decretar ou manter e que política interior e estrangeira deverá ser seguida” (Tönnies, 1979, p. 263).<sup>17</sup> É também por esta razão que o estado mantém um interesse especial em controlar a opinião pública, de forma a mantê-la a seu favor. Para o autor, a opinião pública tem como principal meio de expansão a imprensa, que não se encontra limitada às fronteiras nacionais, mas antes permite a divulgação de opiniões a um nível internacional. É devido a esta expansão da opinião pública a um nível global que Tönnies considera que a imprensa tem como finalidade “a abolição da pluralidade dos estados e a sua substituição por uma única república mundial, em coexistência com um mercado mundial”.<sup>18</sup> Segundo o autor, na sociedade a figura do estado fica, assim, em perigo devido, em grande parte, à internacionalização ou globalização (Tönnies, 1979, p. 264).

## 1.2. Os *media* e as identidades: as “comunidades imaginadas”

O impacto dos meios de comunicação no funcionamento da sociedade começou por ser estudado logo no início do século XX por Gabriel Tarde. No livro *L'opinion et la foule*, de 1901, o sociólogo francês opõe dois conceitos: o de multidão e o de público, sendo que este último surge como um dos efeitos do aparecimento da imprensa. Os livros e, principalmente, os jornais conduziram ao aparecimento de um novo tipo de público, diferente daquele que assiste, por exemplo, a uma peça de teatro.

O público criado pela imprensa difere da multidão, principalmente, por não implicar necessariamente a existência de contacto físico entre aqueles que o constituem. O público passa a ser entendido como uma “colectividade puramente espiritual” (Tarde, 1989, p. 9),<sup>19</sup> onde os indivíduos se sentem ligados apesar da distância que os separa.

O jornal é o meio através do qual se torna possível formar um público. Isto porque Tarde defende que só “a partir do momento que os leitores de um jornal são conquistados por uma ideia ou pela paixão que a suscita” se forma um público (Tarde, 1989, p. 23).<sup>20</sup> Da mesma forma, o autor defende que a curiosidade que um jornal desperta num sujeito aumenta quando este toma consciência de que é partilhada por outros sujeitos, dispersos por todo o globo (Tarde, 1989, p. 10).

O impacto dos jornais na vida dos indivíduos foi também analisado por Benedict Anderson, que partilha muitas das ideias de Tarde. Anderson, exprimindo uma ideia de Hegel, fala dos jornais como sendo, para o homem moderno, um substituto das orações matinais (Anderson,

---

<sup>17</sup> “En última instancia, el estado parece depender de ellas para determinar las leyes que el estado habrá de decretar o mantener y qué política interior y extranjera habrá de pretender.”

<sup>18</sup> “...la abolición de la pluralidad de los estados y su substitución por una única república mundial, coextensiva con el mercado mundial...”

<sup>19</sup> “...collectivité purement spirituelle...”

<sup>20</sup> “...c'est du moment où les lecteurs d'une même feuille se laissent gagner par l'idée ou la passion qui l'a suscitée...”

1983, p. 60).<sup>21</sup> Apesar da leitura do jornal ser feita individualmente, o leitor tem consciência de que não é o único a fazê-lo. Como Tarde explicou logo no início do século XX, apesar da distância e de os sujeitos não se conhecerem, há um sentimento de partilha que os leva a constituir um público.

A imprensa veio também permitir a dispersão de opiniões por todo o mundo, como também Ferdinand Tönnies defendia. Antes da existência deste meio de comunicação, as opiniões existiam mas era impossível divulgá-las e partilhá-las a uma grande escala. Através dos jornais partilham-se opiniões que chegam a diferentes indivíduos e a sua importância verifica-se no facto de serem, muitas vezes, o cerne das conversas entre sujeitos (Tarde, 1989, p. 44). Esta possibilidade de levar opiniões a lugares onde, antes da imprensa, era impossível, leva a que os indivíduos tenham novas informações que lhes permitem pensar de forma diferente. Têm ao seu alcance outras formas de ver a realidade e isso permite-lhes criar a sua própria visão, influenciando também a criação da sua identidade.

Antes de mais, importa definir o que se entende por identidade. Este conceito é definido por Castells como sendo “a procura de significado e experiência por parte de um sujeito. [...] um processo de construção de significado com base num atributo cultural, ou num conjunto de atributos culturais” (Castells, 2004, p. 6).<sup>22</sup>

Nas sociedades tradicionais, a identidade de um sujeito era algo que *a priori* se encontrava pré-estabelecido. O sistema que vigorava nestas sociedades, caracterizado pelas sanções sociais, impunha limites, conhecidos por todos, daquilo que era, ou não, aceitável como comportamento (Esteves, 2008, p.19). Com o advento dos meios de comunicação de massa, sobretudo agora com os meios de comunicação electrónicos, como afirma Appadurai (1996, p. 14), o processo de formação de identidade sofreu grandes alterações.

A globalização, assente no uso de meios como a televisão ou os computadores, impôs mudanças substanciais no dia-a-dia do sujeito. Agora, ele tem acesso a informação, a imagens, a ideias que de outra forma seria consideravelmente difícil de conseguir. Tem a possibilidade de ter contacto com mundos, conceitos diferentes, permitindo-lhe, assim, ter um maior leque de opções para o tipo de identidade que quer criar.

A velocidade com que se transmitem imagens e conceitos diferentes, juntamente com a facilidade com que o sujeito consegue aceder a eles, traz, no entanto, uma certa instabilidade na construção da identidade. Esse processo de construção vai ser “permeável às mudanças que passaram a acontecer com regularidade, a nível dos sistemas de pensamento, das formas de sociabilidade e, ainda, da organização em geral da vida colectiva (Esteves, 2008, p. 20). Os universos aos quais se tem acesso são muitos e mudam de forma rápida, e isso pode tornar o processo de formação do Eu mais difícil ou, então, a própria identidade do

---

<sup>21</sup> “...Hegel observó que los periódicos sirven al hombre moderno como un substituto de las plegarias matutinas.”

<sup>22</sup> “Identity is people’s source of meaning and experience. [...] I understand the process of construction of meaning on the basis of a cultural attribute, or a related set of cultural attributes [...]”.

sujeito vai sofrer alterações ao longo da sua vida.<sup>23</sup> Há ainda a teoria de que um sujeito pode ter mais do que um Eu e que em diferentes fases da vida assume identidades diferentes. Taylor afirma que “ao escolher-me a mim mesmo, torno-me naquilo que realmente sou, um Eu com dimensão infinita; nós escolhemos as nossas próprias identidades e assim tornamo-nos pela primeira vez verdadeiros “Eus”” (Taylor, 1989, p. 450).

Appadurai sublinha ainda que, ao fazer coincidir os meios de comunicação de massa (e sobretudo electrónicos) e o “rápido fluxo de imagens, textos e sensações” por eles mediatizadas, com as migrações de massa estamos perante uma “nova ordem de instabilidade na moderna produção de subjectividades” (Appadurai, 1996, p. 15). Quer isto dizer que, se numa época anterior aos meios de comunicação de massa e às migrações de massa, a construção da identidade era um processo algo linear e definitivo, com a velocidade com que actualmente se trocam imagens, textos ou ideias, tal como com a facilidade com que as pessoas migram, construir uma identidade tornou-se um processo instável, que não pode ser confinado a um determinado espaço físico. Daí Appadurai falar em “espectadores desterritorializados”, que, segundo o autor, comprovam que o Estado-Nação deixou de ter a importância, visível noutras épocas, para a formação pessoal do sujeito (Appadurai, 1996, p.15).

É também em parte devido a este grande fluxo de mensagens mediatizadas que há um aumento das migrações. O facto de, com os meios de comunicação de massa, as pessoas terem acesso a outras realidades, permite-lhes imaginar algo melhor para as suas vidas e ponderar a possibilidade de se deslocarem para outros locais (Appadurai, 1996, p. 17).

Este conceito de imaginação tem um papel importante na obra de Appadurai. Com os meios de comunicação de massa tornou-se possível aquilo que Appadurai chama “imaginação colectiva”. A mudança verifica-se não tanto ao nível da imaginação que um indivíduo pode ter, mas sim num nível mais geral, num nível colectivo. Com a partilha de mensagens mediatizadas através dos meios de comunicação, um maior número de pessoas tomam consciência de que partilham interesses, opiniões ou ideais e isso leva-as a uma consciencialização colectiva. E esta consciência de que há um conjunto de pessoas que imaginam e sentem coisas semelhantes adquire um papel importante e activo na vida de cada um (Appadurai, 1996, pp. 19-20).

É neste ponto que a obra de Appadurai aparenta defender algo diferente da de Tönnies. Para Tönnies, os meios de comunicação, em particular a imprensa, foram uma das causas para a transição da comunidade para a sociedade, caracterizada pela individualidade dos sujeitos e pela desunião. Appadurai, pelo contrário, defende que não se deve encarar os meios de comunicação de massa, nomeadamente a comunicação electrónica, como o “ópio do povo”, não devem ser vistos como uma forma de atribuir ao sujeito um papel passivo na sociedade (algo que era defendido pela Escola de Frankfurt). Segundo Appadurai, os meios de

---

<sup>23</sup> Esta ideia de que a identidade pode sofrer alterações ao longo da vida do sujeito está de acordo com a concepção construtivista da identidade, defendida por autores como Nietzsche. A identidade é “o resultado de um trabalho de construção do próprio Eu: o sujeito como um projecto singular de cada indivíduo, criado ao longo da vida e desenvolvida através da acção” (Esteves, 2008, p.21).

comunicação de massa têm precisamente o efeito oposto, considerando-os um “impulso para a acção”, na medida em que permitem a formação de uma imaginação colectiva (Appadurai, 1996, p. 19).

O facto de estas imaginações colectivas não terem um sentido de lugar, isto é, não estarem confinadas a um só lugar físico, leva Appadurai a falar em “mundos imaginados”, que ele define como sendo “múltiplos universos que são constituídos por imaginações historicamente situadas de pessoas e grupos espalhados pelo globo” (Appadurai, 1996, p. 51).

Para que estes “mundos imaginados” possam existir é necessário haver uma relação entre as cinco dimensões de fluxos culturais identificadas pelo autor. Um mundo imaginado é, assim, composto pela etnopaisagem, tecnopaisagem, financiopaisagem, mediapaisagem e ideopaisagem. A etnopaisagem é composta pelas pessoas que se deslocam pelo globo, como por exemplo turistas, imigrantes ou refugiados. A tecnopaisagem diz respeito à tecnologia e à sua distribuição, que está cada vez mais dependente de questões monetárias ou influências políticas. A financiopaisagem engloba todos os movimentos do mundo financeiro e do capital global. A difusão de mensagens mediatizadas está incluída na mediapaisagem. Quanto à ideopaisagem, está também relacionada com a difusão de mensagens mediatizadas, mas que aqui adquirem um carácter mais político (Appadurai, 1996, pp. 50-54).

Para a formação da identidade do sujeito salienta a importância da mediapaisagem e da ideopaisagem, na medida em que é através destas duas dimensões que diferentes mensagens chegam a pessoas de diferentes partes do mundo. Ambas as dimensões existem devido aos meios de comunicação de massa, como imprensa, cinema ou televisão. A diferença está no tipo de mensagens que cada uma divulga. Na mediapaisagem o mundo que é dado a conhecer ao indivíduo é o mundo criado pelos meios de comunicação, constituído por diferentes “imagens narrativas e etnopaisagens”. Entre estas imagens não há uma clara diferenciação no tipo de mensagem que se divulga, podendo ir do “mundo da mercadoria” ao “mundo da política”. É este vasto leque de imagens que permite ao indivíduo obter material para poder construir a sua identidade. Mostrar a realidade através destas imagens narrativas leva ao espectador um conjunto de personagens e histórias que vão integrar o seu imaginário. Dão-lhe, assim, material para poder construir a sua identidade (Appadurai, 1996, pp. 53-54).

A ideopaisagem adquire um carácter mais político, estando muitas das mensagens veiculadas relacionadas com a ideologia de um Estado ou com um qualquer movimento que ponha em perigo esse mesmo Estado. As mensagens têm como base ideais iluministas como liberdade, direito, soberania ou democracia. Esta dimensão pode ser, assim, a base da formação de identidade ao nível político (Appadurai, 1996, p. 54).

O conceito de imaginação, importante no texto de Appadurai, tem também um papel relevante na linha de pensamento de Benedict Anderson. O autor fala não em “mundos imaginados”, mas sim em “comunidades imaginadas”, a fim de explicar a evolução do nacionalismo. Anderson explica que uma nação não é mais do que uma comunidade política imaginada, no sentido em que a maioria daqueles que a formam não se conhece pessoalmente. A ideia de que fazem parte de algo comum existe apenas ao nível da



imaginação (Anderson, 1993, p.23). Do ponto de vista histórico, a formação destas “comunidades imaginadas”, e conseqüentemente das nações, tem as suas origens quando o sujeito se apercebe que certas bases culturais que o orientavam deixam de ter essa capacidade, muito devido às transformações originadas pela imprensa.<sup>24</sup>

As transformações surgem a partir do momento em que o indivíduo toma consciência de que tem algum poder de decisão sobre a sua vida. O facto de Appadurai falar em diferentes “mundos imaginados” leva-nos a crer que se opõe à ideia, defendida por autores como Herbert Schiller, de que a globalização da cultura conduz à sua homogeneização ou ocidentalização (Thompson, 1995). A posição de Appadurai de que, com os meios de comunicação de massa, o sujeito não pode ser considerado apenas como um agente passivo, leva-nos a pensar que o sujeito, exposto a diferentes imagens narrativas, tem um papel activo na escolha daquelas que ele deseja que façam parte da sua identidade. Esta ideia é clara também na obra de Thompson, que defende que os receptores de mensagens mediáticas não se limitam a recebê-las de forma passiva, mas, pelo contrário, apropriam-se delas, transportam-nas e aplicam-nas nas suas vidas (Thompson, 1995, p.171).

Estas posições rejeitam, assim, a teoria dos efeitos ilimitados, que defende que os meios de comunicação emitem as mensagens e a audiência limita-se a recebê-las, de forma totalmente passiva.

Da mesma forma, estas posições opõem-se ao pensamento pós-moderno que declara o fim do sujeito. Com efeito, a linha de pensamento pós-moderna considera que os meios de comunicação divulgam apenas mensagens supérfluas e efémeras, conduzindo ao esvaziamento da identidade do sujeito. Para autores como Guattari ou Baudrillard, as identidades são “puros simulacros, criados e impostos pelas indústrias da cultura, já sem qualquer relação efectiva com os sujeitos propriamente ditos” (Esteves, 1999, p. 5). O ponto fraco apontado a esta forma de encarar a identidade e o papel que os meios de comunicação têm no seu declínio prende-se com o facto de se limitar em demasia o papel dos *media*. Esteves realça que é crucial não esquecer que continua a ser através dos *media* que são cumpridas funções de reprodução cultural, de socialização e de integração social. Isso torna-se possível porque através dos meios de comunicação divulgam-se vários “modelos de pensamento e de acção”, que depois o sujeito adapta à sua vida.

Appadurai e Thompson estão em concordância com Esteves neste ponto, na medida em que defendem que os sujeitos se apropriam dos produtos mediáticos e que esse processo de apropriação é complexo, levando os indivíduos a “aperceberem-se do sentido das mensagens, adoptando várias atitudes em relação a elas e a usá-las de formas diferentes nas suas vidas diárias” (Thompson, 1995, p. 172). Também Melucci, citado por Esteves, defende este papel

---

<sup>24</sup> São três as bases culturais que entram em declínio: a noção da existência de uma linguagem escrita que guiava à verdade ontológica; a noção de soberania, de que a sociedade se encontrava organizada num tipo de relação hierárquica, em cujo topo se encontrava o monarca; e a última das bases culturais prende-se com o facto da cosmologia e da histórias não serem distinguíveis na temporalidade. (Anderson, 1993, pp. 61-62)

activo do sujeito, dizendo, por isso, que a informação só adquire um sentido a partir do momento em que o sujeito se apropria dela (Esteves, 2008, p.29).

Este papel activo do sujeito na apropriação dos produtos mediáticos permite-lhe, assim, a formação de novas identidades, mas é importante não esquecer que existem outras já formadas, com características diferentes. No meio social vai ter de haver, então, uma coexistência entre novas e velhas identidades. Para além de se estabelecer que há possibilidades de se criarem novas identidades, haverá também uma certa pressão naquelas já formadas, fundadas em questões religiosas, familiares, nacionais ou regionais. Estas identidades mais ligadas ao passado, ao serem confrontadas com as novas identidades, ficam sujeitas a um processo de reconfiguração que permite uma aproximação entre ambas (Esteves, 2008, p. 27).

### 1.3. A cultura nas “comunidades imaginadas”

As transformações causadas pela globalização ao nível da cultura têm sido alvo de muitos estudos. As posições principais são duas: há quem defenda, como Herbert Schiller, que a globalização da cultura conduz à sua homogeneização e a uma passividade por parte do receptor; e há autores, como John B. Thompson (1995) e Arjun Appadurai (1996), que defendem um papel mais activo do indivíduo, que contraria essa dita homogeneização.

Antes de perceber de que forma a globalização alterou a cultura, importa saber o que se entende por cultura. Anthony D. Smith (1990) levantou, a este respeito, uma questão importante: será que podemos falar de cultura no singular, ou antes faz mais sentido falar em culturas? O autor define cultura como sendo “um modo colectivo de vida, ou um repertório de crenças, estilos, valores e símbolos.”<sup>25</sup> Se tivermos em consideração esta definição, faz mais sentido falar de culturas, na medida em que a cada modo colectivo de vida ou a cada repertório de crenças corresponde uma cultura diferente (Smith, 1990, p. 171).

Smith assume uma posição idêntica à de Appadurai, no sentido em que afirma que a formação de culturas, e de identidades culturais, só se torna possível porque a população assume uma postura activa. O conceito de identidade utilizado por Smith difere, no entanto, daquele usado aqui anteriormente. Castells refere-se a uma busca de significado a nível individual, enquanto Smith fala de identidade como sendo o conjunto de “sentimentos e avaliações subjectivas de qualquer população que possua experiências comuns e uma ou mais partilhas de características culturais (habitualmente costumes, língua ou religião).” (Smith, 1990, p.179).<sup>26</sup>

Estes sentimentos que permitem a existência de uma identidade cultural colectiva têm origem na ideia de continuidade, nas memórias partilhadas e na noção de um destino comum

---

<sup>25</sup> “If by “culture” is meant a collective mode of life, or a repertoire of beliefs, styles, values and symbols...”

<sup>26</sup> “The concept of “identity” is here used [...] as a common denominator [...] of the subjective feelings and valuations of any population which possesses common experiences and one or more shared cultural characteristics (usually customs, language or religion)”

a uma determinada população. Esta população tem, no entanto, de ter uma história de partilha de experiências e atributos culturais.<sup>27</sup>

Se tivermos em consideração que uma identidade cultural colectiva exige a partilha de memórias colectivas e de um sentido de continuidade entre gerações, falar de uma identidade cultural global assemelha-se a algo inverosímil. Falar de uma cultura global implica ter a noção de que os sentimentos que lhe dariam origem teriam de ser criados artificialmente, uma vez que “não há memórias mundiais que possam ser usadas para unir a humanidade” (Smith, 1990, p. 180).<sup>28</sup>

Construir uma cultura global apresenta-se, assim, como um projecto difícil de elaborar. Mas então que tipo de culturas se encontra neste mundo globalizado, num mundo constituído por “comunidades imaginadas”?

Antes da globalização, a partilha de valores culturais encontrava-se confinada ao interior de cada Estado-Nação, entidade que controlava precisamente esses valores. Com a globalização e, conseqüentemente, com o desaparecimento das fronteiras, o que se verifica é que os processos de partilha de cultura passam a desenvolver-se a um nível transnacional. É o facto de a cultura ultrapassar o obstáculo das barreiras nacionais que leva ao surgimento das chamadas “terceiras culturas”, que implicam partilhas culturais que não mais se confinam a uma simples troca entre Estados-Nação (Featherstone, 1990, p. 1).

As “terceiras culturas” podem ser definidas como um “conjunto de práticas, de conhecimentos, convenções, e estilos de vida que se desenvolveram de forma a se tornarem cada vez mais independentes do Estado-Nação” (Featherstone, 1996, p. 60).<sup>29</sup> Este novo tipo de culturas surge como uma forma de fazer a interligação entre as cinco dimensões de fluxos culturais identificados por Appadurai, e já referidos anteriormente. As crescentes trocas culturais causadas por estes fluxos podem ter como consequência o aparecimento de novos conflitos e que, por isso mesmo, exigem novas soluções. As “terceiras culturas” podem ser consideradas como a resolução para estes conflitos entre pessoas de diferentes culturas, na medida em que nelas são criadas novas profissões, como advogados, assessores ou consultores financeiros. Profissões que fazem sentido numa época em que predomina a globalização dos mercados financeiros. Para além destas áreas relacionadas com o mundo jurídico e com o mundo financeiro, surgem também novos profissionais em áreas como o cinema, a moda ou a música. Estas novas categorias profissionais implicam trabalhar com várias culturas diferentes (Featherstone, 2001, pp. 88-89).

Os cruzamentos entre várias culturas originados pela globalização cultural levaram Canclini a referir-se a “culturas híbridas”. As cidades são os locais onde melhor se identifica este tipo de culturas, uma vez que “a expansão urbana é uma das causas que intensificaram a hibridação

---

<sup>27</sup> Quando se fala de continuidade é em relação às experiências bem-sucedidas levadas a cabo por gerações anteriores. As memórias partilhadas são de personagens ou eventos que marcaram a história de uma população. Quanto ao destino comum, relaciona-se com o facto de a população ter consciência de que se vai continuar a partilhar experiências. (Smith, 1990, p. 179)

<sup>28</sup> “There are no “world memories” that can be used to *unite* humanity”.

<sup>29</sup> “...sets of practices, bodies of knowledge, convention, and lifestyles which have developed in ways which have become increasingly independent of nation-states.”

cultural” (Canclini, 1989, p. 264).<sup>30</sup> Se antes existiam várias comunidades dispersas, com traços culturais tradicionais e homogéneos, e isoladas do resto da nação, com a globalização passam a existir cidades onde se encontra “uma oferta simbólica heterogénea, renovada por uma constante interacção entre o local e redes de comunicação nacionais e transnacionais” (Canclini, 1989, p. 265).<sup>31</sup>

Nestas redes de comunicação, os meios de comunicação desempenham também um papel importante. Neste novo funcionamento das cidades os *media* vieram desempenhar o papel que antes era desempenhado pelas reuniões da população nas praças. Quer isto dizer que as informações relativas à cidade deixaram de ser transmitidas pessoalmente, para serem transmitidas através dos meios de comunicação. E, mais do que se limitarem a difundir informação, os jornais, a rádio e a televisão “ajudam a imaginar uma sociabilidade que relaciona as comunidades virtuais de consumidores mediáticos” (Canclini, 2002, p. 42).

As “culturas híbridas” referem-se a um cruzamento de culturas num único espaço. Canclini fala, por exemplo, de encontrar na mesma cidade elementos oriundos de culturas tão diferentes como grafites, cartazes publicitários e monumentos. Cada uma destas representações simbólicas tem origens diferentes e, no entanto, com a globalização cultural torna-se possível encontrá-las no mesmo espaço. À interacção entre diferentes representações simbólicas Canclini chamou “descoleccionamento”, explicando que a organização da cultura em sistemas separados não faz mais sentido. Colocar em grupos diferentes aquilo que pertence ao culto, ao popular ou às massas deixa de ser possível nestas “culturas híbridas” (Canclini, 1989, p. 281).

A desterritorialização tem também um papel neste tipo de culturas. Este conceito refere-se às migrações, que levam a que os indivíduos saiam do seu local de origem e procurem oportunidades em locais distantes, mas refere-se também ao facto de os bens simbólicos deixarem de poder ser associados a uma determinada origem (Canclini, 1989, p. 288).

Os dois conceitos já aqui referidos, o “descoleccionamento” e a desterritorialização, juntamente com aquilo a que Canclini chama de géneros impuros, grafites e banda desenhada (Canclini, 1989, p. 314), são as principais características das “culturas híbridas”.

### 1.3.1. O caso particular da emigração

Uma das cinco dimensões de fluxos culturais identificadas por Appadurai é, como já foi dito anteriormente, a etnopaisagem. Esta dimensão refere-se à constante deslocação de pessoas por todo o mundo, tais como turistas, emigrantes, refugiados ou exilados. Qualquer que seja o motivo que leva uma pessoa a deslocar-se pelo mundo, o facto é que a ela estão sempre inerentes traços culturais.

---

<sup>30</sup> “...la expansión urbana es una de las causas que intensificaron la hibridación cultural.”

<sup>31</sup> “...una oferta simbólica heterogénea, renovada por una constante interacción de lo local con redes nacionales y transnacionales de comunicación.”

Proponho-me agora analisar o caso particular dos emigrantes. Partir para um outro país e aí estabelecer-se para construir uma nova vida implica entrar em contacto com novos hábitos, valores ou traços culturais. O dia-a-dia de um emigrante passa a ser marcado por uma constante transição entre a cultura de origem e aquela da sociedade em que está inserido.

Podem surgir vários cenários diferentes quando se fala de emigração e da forma com a qual o emigrante lida com a cultura, tanto a de origem como a dos autóctones. Se a ligação às suas tradições for muito forte, o indivíduo pode não se integrar na sociedade do país de acolhimento e fazer apenas um esforço mínimo em relação à nova cultura, esforço esse que se verifica apenas no mundo do trabalho. Por outro lado, pode acontecer que o emigrante aceite a cultura dominante e deixe para segundo plano as suas tradições de origem, havendo assim uma sobreposição. Estas duas posições são os extremos daquilo que pode vir a acontecer, mas existe uma posição intermédia, que se caracteriza pela partilha de culturas, como foi referido anteriormente, uma hibridação. Aqui, adoptam-se elementos das duas culturas e criam-se novas formas de manifestações culturais.

O principal destaque a dar aos emigrantes no campo da cultura prende-se com o facto de estes levarem para o país que os acolhe tradições do país onde nasceram. É hábito ver as comunidades emigrantes criarem associações que lhes permitam perpetuar as práticas culturais do país de origem, como a celebração de determinadas datas ou festas, ou por exemplo, no caso da comunidade portuguesa, a criação de ranchos folclóricos. As associações, como se verá mais à frente, têm um papel bastante importante para as comunidades emigrantes, enquanto forma de continuar as tradições que lhes são inerentes, mas também como meio para apresentar à sociedade onde estão inseridas as suas próprias manifestações culturais.

As comunidades emigrantes são também importantes se tivermos em consideração que possibilitam a criação de novos projectos na área da comunicação, especialmente dirigidos para elas. Se pensarmos na França, país que durante os anos 60 e 70 acolheu pessoas oriundas de vários países diferentes e, conseqüentemente, com características culturais distintas, abre-se todo um novo mercado com novas necessidades que os meios de comunicação, especialmente a rádio, permitiram colmatar.

A França permitiu a criação de vários programas, dirigidos para diferentes comunidades, muitos deles emitidos na língua do país de origem das ditas comunidades, como forma de facilitar a sua integração na sociedade francesa e também com o intuito de lhes permitir resolver vários problemas de carácter social (Cunha, 2001, p. 6). Inicialmente os programas eram emitidos em estações de rádio francesas, mas posteriormente foram criadas estações que tinham como público-alvo uma determinada comunidade, como é o caso da Rádio Alfa.

A existência de uma rádio portuguesa, nos arredores de Paris, é um sinal da desterritorialização referida por Canclini, uma das principais características das “culturas híbridas”. Desterritorialização não só de pessoas, mas também de bens simbólicos, de práticas culturais. Ter em França uma rádio onde a língua predominante é o português, a

difundir por banda FM na zona da Île de France, mas a emitir para todo o mundo através da webrádio, é um claro sinal de globalização cultural.

Em síntese, neste capítulo pôde-se verificar que a globalização foi o principal factor para que se desse uma alteração na forma como os indivíduos interagem entre si, levando à transição da comunidade para a sociedade.

Inicialmente através da imprensa, mais tarde através de todos os meios de comunicação, os indivíduos começaram a ter acesso a produtos mediáticos que trouxeram alterações importantes à sua vida, nomeadamente no que se refere à sua formação identitária. Os meios de comunicação permitem, também, formar aquilo que Anderson designou de “comunidades imaginadas”, criando um sentimento de partilha entre pessoas que não se conhecem pessoalmente.

Tal como a globalização trouxe alterações ao nível da interacção entre indivíduos, influenciou igualmente a forma como se percebe a cultura. Com o constante fluxo de pessoas e de mensagem mediáticas, formaram-se novos tipos de cultura, como as “terceiras culturas” ou “culturas híbridas”, que se caracterizam pelo cruzamento de diferentes valores culturais, um processo em que a emigração se mostra como um factor importante.

## Capítulo 2. A comunidade emigrante portuguesa em França

Um retrato de Portugal tem de implicar, necessariamente, um retrato da emigração. Portugal é e sempre foi um país de emigração. A sua localização geográfica torna fácil o acesso a vários países, sendo por isso clara a existência de dois tipos de movimentos emigratórios: um transoceânico e outro intra-europeu, como define Garcia, em *A emigração portuguesa: uma breve introdução* (1998, pp. 13-15).

No século XX, devido em grande parte à devastação causada pela II Guerra Mundial, uma grande quantidade de portugueses emigrou para a Alemanha e França, dando assim origem ao movimento intra-europeu. A necessidade de mão-de-obra para ajudar no desenvolvimento destes países levou os portugueses a emigrarem, maioritariamente, de forma clandestina. Neste trabalho, vamos dedicar especial atenção aos portugueses que escolheram a França como o país para começar uma nova vida. Pretende-se fazer uma abordagem histórica dessa emigração, perceber de que forma os portugueses se integraram na sociedade francesa e, para melhor entender isso, propõe-se ver de que forma os meios de comunicação franceses viram a imigração portuguesa, mas também de que forma os portugueses começaram a criar os seus próprios meios de comunicação.

### 2.1. Portugueses em França

A emigração para França fez-se sentir logo no início do século XX e, durante esse século, atravessou três fases diferentes, como defende Tavares (2001). A primeira estende-se de 1916 até 1931 e define-se pela ida de muitos portugueses para França devido à I Guerra Mundial. Parte deles foram enviados para as trincheiras de Pas-de-Calais para lutar pelo lado da Tríplice Entente, outros (20 000) foram recrutados como mão-de-obra. Já nesta época muitos portugueses acabaram por ficar em França no final da guerra, apesar de os contratos estipularem que o regresso a Portugal seria obrigatório. Depois de 1918 deu-se o primeiro grande período de emigração para França, com o recenseamento de 1921 a registar 10 mil portugueses em terras gaulesas. Neste período a maioria dos emigrantes eram homens que iam em busca de trabalho, mas, devido ao golpe de estado militar em Portugal em 1926, registou-se também a entrada em França de exilados políticos. Um novo recenseamento, em 1931, mostra como este período foi significativo na emigração portuguesa, ao registar 50 mil entradas em França, parte delas feitas de forma ilegal.

A segunda fase (1930 -1956) caracteriza-se, inicialmente, por uma diminuição na emigração portuguesa para França e por um regresso a Portugal, devido à crise dos anos 30. Este abrandamento na emigração estendeu-se por uma década, uma vez que a partir de 1940, devido à II Guerra Mundial, muitas empresas francesas, necessitadas de mão-de-obra,

recrutam portugueses de forma legal. Depois da guerra o número de entradas de portugueses em França torna a aumentar, apesar de serem maioritariamente ilegais. Tendo como principal motivo o recrutamento de trabalhadores, a França pretendia estabelecer um acordo com Portugal, que se mostrou reticente e colocou vários entraves à sua concretização.

A terceira e última fase identificada por Tavares decorre entre 1956 e 1974, período onde se regista o “boom” da emigração portuguesa para França. Os dados mostram que, em 1954, as autoridades francesas registavam 20 mil portugueses e, no espaço de duas décadas, esse número subiu para 760 mil.

A década de 60 marcou, assim, o início de uma nova fase de emigração portuguesa tendo como destino a França, num movimento migratório intra-europeu. Nesta fase, aqueles que decidiram emigrar para França eram, maioritariamente, do sexo masculino, jovens, solteiros, analfabetos, trabalhavam no campo ou eram operários e provinham do norte e centro de Portugal.

Apesar de o número de entradas legais ser superior às ilegais, foi neste período que se verificou o maior número de entradas ditas “a salto”, sem papéis de identificação nem autorização para emigrar para França. Apesar de o governo francês estar disposto a contratar trabalhadores portugueses, considerados como uma “imigração positiva” (Tavares, 2001), e de ter chegado a estabelecer um acordo com o governo português, em 1963, relativo ao recrutamento de mão-de-obra, a Guerra Colonial (1961-1974) levou a que o regime ditatorial português não respeitasse esse acordo. São estes entraves colocados à emigração que levaram um grande número de portugueses a viajar para França de forma clandestina.

Os motivos que levaram estes portugueses a emigrar são de diferentes ordens, como defende Garcia. (1998, pp. 55-56) Em primeiro lugar encontram-se as motivações económicas. Os portugueses procuravam uma vida melhor do que aquela que lhes era proporcionada no seu país e o sucesso daqueles que já se encontravam em França era um forte apelo à emigração. Para conseguirem esse sucesso, os portugueses tornaram-se numa mão-de-obra de trabalho desqualificado, aceitando muitas vezes os trabalhos que os franceses se recusavam a fazer. Para além deste trabalho desqualificado, viviam em condições precárias, nos chamados *bidonvilles*, onde se formavam verdadeiros bairros de portugueses. Um dos *bidonvilles* mais conhecido é o de Champigny, por onde passaram mais de 10 mil pessoas de nacionalidade portuguesa.

Para além da busca de um salário melhor, a mobilização para a Guerra Colonial, tal como o descontentamento em relação ao regime salazarista, levou também muitos jovens portugueses a emigrar.

Quanto à escolha da França como país de destino para a emigração, Beatriz Rocha Trindade, citada por Garcia, especifica três factores que conduziram a essa decisão: a não exigência de qualificação ou experiência profissional, a aceitação de migração ilegal e a facilidade em regularizar a situação, obtendo documentos do estado francês. (Garcia, 1998, p. 65)

A não exigência de uma mão-de-obra qualificada levou a que muitos portugueses fossem para França trabalhar para o sector da construção civil e obras públicas, no caso dos homens, e



para os serviços domésticos, no caso das mulheres. Era nestes sectores que se sentia falta de mão-de-obra, já que correspondiam a trabalhos que nem os franceses nem outros emigrantes residentes em França aceitavam fazer.

A emigração para França é marcada também pela concentração na mesma área de pessoas da mesma região de Portugal. Isto deve-se ao facto de os portugueses, muitas vezes, emigrarem por terem conhecimento de familiares, amigos ou vizinhos que o fizeram e que foram bem-sucedidos. Esta era a principal forma de fazer chegar a informação a Portugal. Aqueles que já se encontravam em França, quando vinham à sua terra natal, relatavam as suas vidas e referiam o facto de muitas empresas francesas necessitarem de mão-de-obra. Estava assim garantida uma das condições para levar alguém a emigrar: o trabalho. Outra questão importante, a da habitação, estava também facilitada pelo facto de se conhecer alguém que se tinha já fixado em França.

Depois do grande “boom” de emigração nas décadas de 60 e 70, o número de portugueses a partir para França começou a diminuir. Em 1982 encontravam-se registados em França 638 mil portugueses, enquanto no recenseamento de 1999 o número baixou para perto dos 572 mil. Já no século XXI, com as crises que têm vindo a afectar Portugal, o número de portugueses a emigrar voltou a subir, embora não de forma tão acentuada como o foi noutros tempos. Com o recenseamento efectuado em 2007 verificou-se que existem perto de 578 mil portugueses a viver em França.<sup>32</sup>

Este novo tipo de emigração, ainda pouco estudada, tem características diferentes daquelas que se verificaram na década de 60/70. Se nessa altura a maior parte dos portugueses que emigravam eram analfabetos e eram sobretudo artesãos ou operários, no século XXI encontramos jovens instruídos, com cursos superiores, que não conseguem encontrar trabalho em Portugal e, por isso, escolhem tentar a sorte noutro país. Se antes os portugueses partiam como uma mão-de-obra não qualificada, actualmente caracterizam-se por terem uma boa formação. Quanto ao país de destino, França continua a ser uma escolha devido, em grande parte, à existência de contactos nesse país, às “redes familiares” (Cordeiro, 2010) que facilitam a instalação, quer em termos de habitação, quer em termos de procura de trabalho.

## **2.2. A integração dos portugueses na sociedade francesa - o papel das associações**

A emigração portuguesa para França coincidiu com o fluxo de migração proveniente das antigas colónias francesas e esse foi um dos factores para os portugueses passarem despercebidos perante a sociedade francesa.

A história de Portugal não tinha, até então, interferido com a história da França e, por isso, o conhecimento que os franceses tinham acerca de Portugal era escasso. Pelo contrário, os

---

<sup>32</sup> Dados recolhidos pelo INSEE - Institut National de la Statistique et des Études Économiques.

emigrantes que provinham das ex-colónias franceses tornaram-se depressa alvo de crítica por parte dos franceses, que viam este fluxo migratório como uma ameaça ao bom funcionamento da sua sociedade.

Os portugueses assemelham-se muito mais aos franceses do que os emigrantes das ex-colónias, designados como magrebinos. Embora com uma língua diferente e com maneiras de vestir diferentes, os portugueses partilham com os autóctones a mesma religião, os mesmos princípios morais e isso é já um factor de aproximação perante a sociedade que os acolhe. As diferenças que existiam entre as culturas não constituíam uma verdadeira ameaça para os franceses, que demoraram algum tempo a dar-se conta da existência de um grande número de portugueses em França, descoberta essa “marcada pela imagem de precariedade e estranheza que provocavam” (Carvalho, 2007, p. 187).

Essa ideia de precariedade advém do facto de os portugueses, quando chegados a França, se instalarem nos chamados *bidonvilles*, semelhantes a bairros de lata. O processo de emigração é caracterizado pelo facto de a decisão de se mudar para um outro país estar relacionada com os contactos existentes com conterrâneos que já estão fixados nesse mesmo país. Esses contactos permitiam uma organização mais rápida da instalação dos novos emigrantes e passava muito pela sua fixação nos mesmos *bidonvilles*. Assim, portugueses oriundos das mesmas regiões foram-se agrupando em determinadas zonas habitacionais e trabalhavam nas mesmas actividades, levando a uma “especialização de destinos” (Trindade, 1995, p. 177).

Caracterizado como um grupo fechado, os portugueses que emigraram nos anos 60 e 70 restringiam a sua vida social à volta do local onde viviam, com outros conterrâneos que aí habitavam e com os quais trabalhavam. O contacto com a sociedade francesa era escasso, daí a estranheza com a qual os autóctones viam este grupo de imigrantes.

Restringidos aos *bidonvilles*, os portugueses continuavam a celebrar festas portuguesas, a vestir-se de forma diferente dos franceses, a ouvir música portuguesa. Em suma, não era visível que este grupo de imigrantes estivesse a absorver a cultura da sociedade na qual estavam inseridos. Apesar disso, os franceses não se sentiram ameaçados por isso, uma vez que estes sinais da cultura de origem eram apenas exibidos num círculo restringido às zonas habitacionais.

A ideia que a sociedade francesa tinha dos portugueses era de bons trabalhadores, que não tinham quaisquer problemas em aceitar trabalhos de mão-de-obra desqualificada. O português era mesmo tido como um trabalhador “capaz de se adaptar facilmente a trabalhos diferentes”, sendo por isso considerado “adaptável, tranquilo e pouco visível” (Carreira & Tomé, 1994, p. 81).<sup>33</sup>

Esta foi outra das razões pela qual os franceses não se sentiram ameaçados pelos portugueses, uma vez que estes se encontravam na base da pirâmide social. Os portugueses eram vistos como um grupo de imigrantes que trabalhavam em sectores de trabalho que os

---

<sup>33</sup> “Les autorités françaises fermaient les yeux sur les entrées clandestines, d’autant plus qu’on a assez vite et «généreusement» accordé aux immigrés portugais des qualités de bons et dociles travailleurs, en même temps qu’on leur reconnaissait une certaine facilité à accomplir des travaux différents. On perçoit encore les Portugais comme étant un ouvrier adaptable, tranquille et peu visible.”

franceses consideravam desprestigiantes e que, por isso, se recusavam a aceitar. Trabalhos em sectores como o da construção e o das limpezas ficaram associados aos portugueses desde essa época. O emigrante português dessa época não se mostrava muito ambicioso e por isso não constituía perigo porque “um imigrante não provoca receio enquanto ocupar postos de trabalho que os nacionais não querem” (Carreira & Tomé, 1994, p. 180).<sup>34</sup>

Considerados trabalhadores de mão-de-obra desqualificada e um grupo de imigrantes que não se fazia notar no seio da sociedade francesa, os portugueses começaram a criar, principalmente a partir de 1974, associações que permitissem defender e prolongar a cultura portuguesa no país que então os acolhia. O associativismo é uma das características do movimento migratório na medida em que permite um contacto com a cultura de origem. O caso da emigração portuguesa para França não foge a esta regra.

Afastados do país de origem, é através da criação de associações que os imigrantes têm a possibilidade de continuar a recriar a sua identidade cultural. As associações desempenham, assim, um papel importante no contexto migratório, criando um “espaço de convívio, educação, comunicação, organização social, socialização, informação, reinterpretção das tradições, solidariedade e mediação entre a sociedade de origem e a de acolhimento” (Albuquerque *et al.*, 2000, p. 11).

A função básica que se pode atribuir às associações, nestes contextos, é a de socialização entre grupos de pessoas que partilham os mesmos valores culturais, as mesmas tradições. Isso é visível nas associações que se dedicam maioritariamente à organização de encontros que visem celebrar datas festivas portuguesas, de bailes ou de jantares, como a Association Culturelle Portugaise de Choisy le Roi. Num outro ponto de vista, encontram-se associações que desempenham um papel mais activo na comunidade, adequando-se muitas das vezes às características dessa mesma comunidade. Temos o caso das associações que promovem o ensino da língua portuguesa, como por exemplo a Association Amicale Portugaise Culturelle de Créteil, as associações que promovem a actividade desportiva, criando clubes, ou ainda as que promovem a criação de grupos folclóricos, como a Association “Alegrias e Prazeres de Portugal” de Morangis (Trindade, 1995, p. 178).

As actividades desempenhadas pelas associações podem ter duas funções diferentes: estabelecer uma diferença cultural em relação à sociedade em que estão integradas ou criar sinergias com a cultura dominante (Carvalho, 2007, p. 189). Na primeira hipótese, as associações caracterizam-se por uma reconstrução da identidade portuguesa, sem permitir que membros da sociedade dominante se possam integrar nessas actividades. Já as associações que pretendem estabelecer contactos com membros pertencentes à cultura dominante têm como principal objectivo partilhar, com aqueles, os valores e práticas características da sua cultura de origem.

O movimento associativo português fez-se sentir com mais intensidade a partir de 1974 e começou por ser criado nos *bidonvilles*, mas continuou a verificar-se mesmo após a dispersão

---

<sup>34</sup> “Répétons qu’un immigré ne fait pas peur tant qu’il occupe des postes de travail que le national ne veut pas.”

dos portugueses para diferentes zonas habitacionais.<sup>35</sup> Estas associações, para além de permitirem a permanência de contacto entre conterrâneos e indivíduos que partilhavam a mesma cultura, eram, na época, também uma forma de controlo social para as segundas gerações de portugueses (Carvalho, 2007, p. 189). Era através das iniciativas promovidas pelas associações que os emigrantes garantiam a passagem dos valores da cultura portuguesa para os mais novos, para os seus descendentes. Este seria um método para que as segundas gerações não perdessem o contacto com a cultura de origem.

Os portugueses em França caracterizavam-se, assim, por serem um grupo de imigrantes reservado, com um círculo social que se confinava aos seus conterrâneos, bons trabalhadores e tudo isto levou a que a sua integração na sociedade francesa fosse considerada como sendo positiva. Porém, muitos investigadores questionam se uma integração onde a população não se faz notar na sociedade pode ser realmente considerada uma boa integração.

É um facto que os portugueses conseguiram obter melhores condições de vida em França, respeitam as leis e os hábitos da cultura dominante; mas o facto de terem uma vida social restringida às zonas de habitação, com indivíduos que partilham a mesma cultura, levou a que a comunidade portuguesa em França seja considerada como uma “população invisível” (Cunha, 2003; Trindade, 2006). Quando se afirma que uma comunidade está integrada significa que essa comunidade deve ter um papel activo na sociedade e, no caso dos portugueses residentes em França, “integração é mais sinónimo de ausência de conflito do que de participação social” (Cunha, 2003, p. 1).<sup>36</sup>

Este respeito pelas leis e pelos costumes franceses, ao mesmo tempo que se continua a recriar a cultura de origem, se por um lado levou a que os portugueses não fossem considerados como uma ameaça, por outro lado conduziu ao seu esquecimento na sociedade em que estão inseridos. Sendo uma comunidade que não causava problemas, não era mencionada nos debates públicos. Tal não se verificou com os imigrantes das ex-colónias francesas que, por mostrarem resistência às leis e valores culturais franceses, sempre estiveram no centro das atenções das decisões tomadas pelos governos franceses.<sup>37</sup>

Das poucas situações em que se verificou uma atitude mais interventiva por parte dos emigrantes portugueses destaca-se uma manifestação, em 1971. Este foi um “caso excepcional de resistência aberta, que se organizou à volta da destruição do *bidonville* de Massy” (Tavares, 2001).<sup>38</sup> Esta manifestação de um grupo de cerca de 200 portugueses, apoiados pelos movimentos esquerdistas franceses, levou a *Commission Spéciale d’Expulsion* a enviar uma ordem de expulsão a uma portuguesa. O motivo prendia-se com o facto de as

---

<sup>35</sup> Em 1986 contabilizavam-se em França 192 associações portuguesas, enquanto em 1999 o número aumentou para 698. Dados retirados de Trindade, 1995, p. 180.

<sup>36</sup> “Mais l’expression est davantage synonyme d’absence de conflit que de participation sociale.”

<sup>37</sup> Exemplo disso foi a criação, em finais da década de 70, de um prémio de 10 mil francos para aqueles imigrantes que decidissem regressar ao seu país. Este prémio, criado pelo Secretário de Estado da Imigração, Lionel Stoléro, tinha como principal objectivo incentivar os imigrantes das ex-colónias francesas a sair do país, mas tal não se veio a verificar. No entanto, muito devido a este prémio, nessa época registou-se um grande regresso dos emigrantes a Portugal, com cerca de 40% a efectuarem um pedido dos 10 mil francos prometidos a quem tomasse tal decisão. (Cordeiro, 2010)

<sup>38</sup> “Signalons toutefois le cas exceptionnel d’une résistance ouverte, qui s’organisa autour de la destruction du “bidonville” portugais de Massy en 1971/72.”

“suas actividades não respeitarem a estrita neutralidade política dos imigrantes” (Righini, 1971, p. 42).<sup>39</sup> Esta manifestação foi uma das poucas iniciativas levadas a cabo por portugueses residentes em França que levou a que a sociedade francesa dedicasse alguma atenção à situação dos imigrantes portugueses, com alguns meios de comunicação franceses a fazerem disso notícia.

Com o passar dos anos e com a passagem de uma emigração provisória para algo mais definitivo, começaram a verificar-se alterações nas características da comunidade portuguesa em França. Essas alterações fazem-se sentir mais nas gerações mais novas, nos descendentes.

### **2.3. A integração dos descendentes dos emigrantes**

Quando os portugueses se começaram a instalar em França, os filhos ingressavam no mercado de trabalho quando eram ainda jovens. O percurso escolar dos filhos dos emigrantes era, geralmente, marcado pelo seu insucesso. No entanto, com a permanência mais prolongada dos portugueses em França começou a verificar-se uma mudança de hábitos neste sentido. A aposta na educação dos filhos foi-se tornando num dos principais objectivos dos emigrantes, colocando as esperanças de um futuro promissor nas suas mãos.

Este percurso escolar mais longo das gerações seguintes, para além de se repercutir depois no tipo de actividades profissionais em que ingressam, levou também a que se tornasse mais fácil a assimilação da cultura francesa. Estudar nas escolas do país de acolhimento permite um contacto mais próximo, e numa fase mais nova da vida, com os valores, hábitos e características culturais da sociedade onde se está inserido.

O contacto com a cultura de origem continuava a ser feito no âmbito familiar ou associativo. O uso da língua portuguesa era feito em casa, com a família, as datas portuguesas eram celebradas nas festas organizadas pelas associações, a música popular portuguesa continuava a ser ouvida nos bailes. Já na escola aprendia-se a língua francesa, a história francesa, todos os valores culturais característicos desta sociedade.

Este contacto com as duas culturas interfere com a noção de identidade dos descendentes dos primeiros emigrantes portugueses. Situados entre duas culturas, a de origem e a da sociedade em que estão inseridos, esta dupla pertença pode conduzir a quatro situações diferentes: a adopção dos valores do país de acolhimento, a sua adaptação, uma sobreposição em relação aos valores da cultura de origem ou uma recombinação entre ambos. Qualquer que seja o processo verificado, estamos perante uma “recriação de identidade” (Trindade, 2006, p. 86). Um elemento importante neste processo é a língua, o uso da palavra, característica fundamental na noção de identidade. No caso dos descendentes portugueses em França, encontram-se numa situação onde, em contextos distintos, utilizam línguas diferentes. O uso da língua materna está mais associado ao contexto familiar, enquanto a língua francesa é utilizada noutros contextos, como o escolar e o profissional.

---

<sup>39</sup> “ (...) ses activités n'ont pas respecté la « stricte neutralité politique » des immigrés (...)”.

Esta noção de dupla pertença verifica-se com maior intensidade quando as viagens ao país de origem são mais frequentes. Nos meses de Verão, quando os emigrantes voltam à sua terra, nota-se a valorização dada à cultura de origem através, por exemplo, do uso de símbolos nacionais, como a camisola da selecção nacional.

O sucesso verificado nos percursos escolares dos filhos dos emigrantes, juntamente com esta aproximação à cultura do país de acolhimento, conduziu a que as novas gerações de portugueses em França tenham alcançado um maior sucesso a nível profissional. A associação que se fazia dos emigrantes portugueses de primeira geração às actividades profissionais de mão-de-obra desqualificada não pode mais ser aplicada nos dias de hoje. São vários os casos de portugueses que conseguiram destacar-se em áreas como a empresarial ou mesmo política. Exemplo disso são os 3500 autarcas eleitos em 2008 cujos nomes demonstram uma ascendência portuguesa.<sup>40</sup>

Este talvez seja um sinal de que a comunidade portuguesa em França está a tornar-se mais participativa na sociedade, ao mesmo tempo que é um sinal de uma boa integração no país de acolhimento. Neste mesmo sentido, pode-se considerar também como símbolo desta integração o grande número de acordos de gemação que se têm estabelecido entre cidades portuguesas e francesas - por exemplo Caminha com Pontault-Combault, Penamacor com Clamart, ou Covilhã com Roubaix. Estes acordos estabelecem-se quando, numa mesma cidade francesa, se encontra uma grande comunidade de portugueses, oriunda de uma mesma cidade em Portugal e consiste na troca, entre as duas cidades, de conhecimentos e intercâmbios nas mais diversas áreas (cultural, educação, desportiva, etc.).

## 2.4. A comunidade portuguesa nos meios de comunicação franceses

As primeiras referências aos imigrantes portugueses nos *media* franceses surgiram nas décadas de 60 e 70, quando se verificaram as grandes vagas de imigração dos portugueses. Nestas primeiras referências abordavam-se, essencialmente, as más condições que os imigrantes enfrentavam nos *bidonvilles*, as entradas “a salto” no país, sem documentos. Um dos casos que mereceu grande destaque nos *media* franceses foi o caso já referido no *bidonville* de Massy, numa das poucas manifestações visíveis da comunidade portuguesa.

Sendo considerados como um grupo de imigrantes que não constituíam uma ameaça para a sociedade onde estavam inseridos, os portugueses foram perdendo importância nos meios de comunicação franceses. A sua pouca visibilidade contrastava com o destaque atribuído aos imigrantes magrebinos, que preocupavam muito mais os franceses.

---

<sup>40</sup> Nas eleições municipais realizadas em 2008, em França, em todo o território foram eleitos 3500 autarcas que, através dos nomes, se depreendia serem luso-descendentes. Desses 3500, 1500 inscreveram-se no banco de dados do Observatório Permanente da Comunidade Portuguesa da Embaixada. Embaixada de Portugal: consultado em 10 de Março de 2011, em <http://www.embaixada-portugal-fr.org/autarcas/index.html>.

Esta pouca visibilidade não impediu que a comunidade portuguesa em França começasse, a partir da década de 60, a criar os seus próprios meios de comunicação, principalmente jornais. As publicações em língua portuguesa que circulavam em França antes do 25 de Abril de 1974 tinham um carácter anti-fascista, opondo-se ao regime autoritário que então vigorava em Portugal. Cristina Clímaco, citada por Cunha em *Media and Portuguese in France* (2002, p. 5), elaborou um estudo sobre a imprensa da emigração política portuguesa em França, onde destacou sete categorias diferentes de jornais: publicações de organizações francesas para os imigrantes; publicações de instituições portuguesas para os emigrantes; publicações de associações; publicações feitas por exilados para os imigrantes; publicações de exilados para outros exilados e intelectuais franceses; publicações para desertores e publicações internas de grupos políticos.

Alguns destes jornais assumiam claramente a sua oposição ao regime salazarista, algo que era visível logo através dos nomes atribuídos às publicações. Como exemplos temos o *Portugal Libertário*, o *Combate Operário*, o *Folha Comunista* ou ainda o *Portugal Anti-Imperialista*.

Passada a fase do regime autoritário em Portugal e passado o período pós 25 de Abril de 1974, a tipologia dos jornais portugueses a circular em França sofreu alterações. Deste modo, Cunha (2002, pp. 6-9) aponta quatro categorias distintas: jornais portugueses publicados em Portugal, destinados a todas as comunidades portuguesas residentes no estrangeiro; jornais bilingues publicados em França para a comunidade portuguesa; publicações de associações e jornais on-line para os portugueses residentes em França.

Os jornais começaram, assim, por ser dos primeiros meios de comunicação a ser utilizados pela comunidade portuguesa em França, mas não chegavam a grande parte dos emigrantes. O analfabetismo característico do emigrante português dos anos 60 não permitia consumir este tipo de meio de comunicação.

A divulgação das ideias e da informação tinha de ser feita, maioritariamente, de modo oral, o que fez com que a rádio se mostrasse como o meio de comunicação ideal para a comunidade portuguesa em França, nas décadas de 60 e 70. A França permitia, neste sentido, que as comunidades imigrantes tivessem direito a realizar um programa radiofónico, na língua materna ou bilingue, com o intuito de permitir uma melhor integração na sociedade.

O programa de rádio de referência para os portugueses em França, desde os anos 60 até à década de 90, chamava-se “A emissão dos trabalhadores portugueses”. Cunha fez um estudo sobre este programa, de forma a mostrar a sua importância para a comunidade portuguesa, bem como estabelecer perfis dos ouvintes do mesmo.<sup>41</sup>

“A emissão dos trabalhadores portugueses” teve início a 15 de Setembro de 1966 e consistia num programa diário, na Radio France International, de dez minutos, emitido às 6h40, em língua portuguesa. A participação dos ouvintes no programa era feita através da leitura, em antena, das cartas que estes enviavam.

---

<sup>41</sup> Cunha analisou vinte e cinco emissões do programa “A Emissão dos Trabalhadores Portugueses”, bem como 175 cartas dos ouvintes. O resultado do estudo foi apresentado no trabalho intitulado *Les Portugais de France: Genealogie d'un Public Radiophonique* (2001).

Este programa de rádio foi um importante marco na “construção da dinâmica social dessa comunidade”,<sup>42</sup> passando por diferentes fases, com alterações no tipo de conteúdos divulgados e também com reacções diferentes por parte dos ouvintes (Cunha, 2001; 2002; 2003).

A primeira fase, compreendida entre 1966 e 1973, caracteriza-se pela preocupação existente em relação a assuntos de carácter social, como acidentes de trabalho, o ensino do francês para os filhos dos emigrantes ou o desemprego. “A divulgação de informações deste carácter foi a forma encontrada pelas autoridades francesas para a resolução de problemas sentidos pelos imigrantes.”<sup>43</sup> A participação dos ouvintes durante estes anos está maioritariamente ligada ao esclarecimento de dúvidas. No entanto, foi também nesta fase que os portugueses se deram conta de que, através da participação no programa de rádio, podiam ter um papel mais activo na sociedade. Prova disso foi a organização de “um movimento de reivindicação para a introdução do português nas escolas”,<sup>44</sup> em 1972, contando com o apoio do jornalista que dava voz à emissão portuguesa, Jorge Reis.

A segunda fase, em 1974-1975, concentra a discussão na situação política portuguesa, com a queda do regime autoritário. Foi nestes dois anos que, “pela primeira vez, centenas de cidadãos portugueses expressam, sem receio, as suas opiniões políticas.”<sup>45</sup> A emissão portuguesa torna-se, assim, um espaço de discussão política, onde os ouvintes usam a palavra para expressar opiniões relativas à situação em Portugal, à instalação da democracia, ao mesmo tempo que relembram histórias vividas no tempo da ditadura (Cunha, 2003, p. 6).

A fase seguinte estende-se de 1976 a 1982 e caracteriza-se pelo incentivo, por parte das autoridades francesas, ao regresso dos imigrantes aos seus países. A organização da emissão portuguesa adquire um carácter mais informativo e cultural, com noticiários sobre a actualidade francesa e portuguesa, notícias desportivas, rubricas para crianças, crónicas culturais e novelas. Nesta fase sentiu-se uma grande pressão por parte do Secretariado de Estado para a Imigração para que fossem divulgadas reportagens sobre o prémio de 10 mil francos dado pelo Estado francês aos imigrantes que decidissem regressar aos seus países (Cunha, 2001, p. 15).

A última fase identificada, entre 1983 e 1992, coincide com a entrada de Portugal para a Comunidade Económica Europeia e com o advento das rádios livres. Estes dois aspectos conduziram a alterações no programa português, adoptando “uma política de integração direccionada principalmente para a segunda geração.”<sup>46</sup> Tendo em vista esse objectivo, a

---

<sup>42</sup> “This daily program filled undoubtedly a major media and communitarian space in the building of this community social dynamics (...).” (Cunha, 2002, p. 3)

<sup>43</sup> “Ces dix minutes quotidiennes en langue d’origine, majoritairement affectées à des informations de caractère social, visent pour les autorités une meilleure résolution des problèmes rencontrés par les immigrants.” (Cunha, 2001, p.6)

<sup>44</sup> “[...] comme lorsqu’il engage un mouvement de revendication pour l’introduction du portugais à l’école” (Cunha, 2003, p.4)

<sup>45</sup> “It’s the first time that thousands of Portuguese citizens express without fear their political opinion.” (Cunha, 2002)

<sup>46</sup> “L’arrivée des radios libres et l’adhésion du Portugal à la Communauté Economique Européenne marque le passage vers une politique d’intégration très axée sur la “deuxième génération”.” (Cunha, 2003, p. 7)



emissão de rádio portuguesa passou a ser bilingue e sofreu alterações no horário de emissão, deixando de ser transmitida das 5h35 até às 6h00, passando para a noite, das 22h00 às 22h30. Quanto aos conteúdos difundidos, concentravam-se em quatro vertentes: informação, integração dos imigrantes na sociedade francesa, ligação cultural com o país de origem e apoio à vida associativa (Cunha, 2001, p. 16). A participação dos ouvintes no programa também sofreu alterações, ao ser reduzido o tempo de antena dedicado à leitura das cartas enviadas. “O direito à expressão é transferido para os artistas, investigadores, associações, veiculando uma imagem de uma integração bem-sucedida, mas frequentemente elitista.”<sup>47</sup>

Cunha (2002) procedeu, igualmente, a uma caracterização do tipo de ouvinte/participante do programa “A emissão dos trabalhadores portugueses”, através do estudo das cartas escritas por estes. O investigador estabeleceu dois tipos diferentes de audiência. Por um lado, temos aqueles que ouviam/participavam com o intuito de se manterem uma comunidade fechada. Entre eles, encontram-se os “solitários”, os “nostálgicos” e os “imigrantes”, movidos por questões pessoais, históricas e sociais, respectivamente. Em oposição a este conjunto de ouvintes/participantes, encontram-se os “autodidactas”, os “cidadãos” e os “mediadores”, que viam a sua participação no programa como uma forma de conseguir uma melhor integração na sociedade onde estavam inseridos. Quanto aos motivos que os moviam, temos a curiosidade intelectual, a participação civil e a mediação associativa, respectivamente.

Ao nível da televisão, o primeiro canal português a ser transmitido em França foi a RTPi, em 1992, emitindo apenas seis horas por dia, passando a transmitir 24 horas sobre 24 horas em 1995. Em 1997 é a vez de a SIC internacional passar a ser emitida em França, mas, ao contrário da RTPi, implicava um custo adicional para ser vista.

Actualmente, os portugueses residentes em França conseguem já ter acesso aos canais portugueses, como a RTP1, a RTP2, a SIC e a TVI, através da assinatura da TV Cabo ou da MEO.

Como principais conclusões deste capítulo podemos referir que os portugueses não constituíram uma ameaça para os franceses, na medida em que não apresentavam valores culturais muito distintos daqueles dos autóctones, não mostraram intenções de se demarcar daquilo que eram as práticas culturais existentes e porque se mostraram bons trabalhadores. No entanto, todas estas características dos emigrantes portugueses levaram a que passassem despercebidos e se tornassem numa população invisível, caindo no esquecimento nos debates políticos e nos meios de comunicação. Apesar disso, os portugueses arranjam forma de veicular as informações que interessavam à comunidade, criando jornais e, mais tarde, programas em rádios.

A integração dos luso-descendentes mostra diferenças em relação à dos portugueses de primeira geração. Apesar de viverem igualmente entre duas culturas, os luso-descendentes estão mais próximos da cultura francesa, recebendo já uma educação escolar dentro do

---

<sup>47</sup> “Le droit à l’expression est transféré vers des artistes, des chercheurs, des associations, véhiculant l’image d’une intégration réussie, mais souvent élitiste.” (Cunha, 2003, p. 7)

sistema francês. É também devido a isso que os luso-descendentes se começam a demarcar da imagem que era inicialmente associada aos emigrantes portugueses: os homens que trabalhavam na construção civil e as mulheres que trabalhavam como porteiras ou como mulheres-a-dias.

## Capítulo 3. A Rádio Alfa

Este trabalho tem como objectivo perceber como um meio de comunicação pode influenciar a criação ou manutenção de uma identidade, neste caso a portuguesa, através da análise de um caso específico: A Rádio Alfa.

Neste capítulo propõe-se uma abordagem ao percurso desta rádio portuguesa que emite nos arredores de Paris, bem como a análise da sua grelha de programação e do seu serviço informativo.

### 3.1. Caracterização da Rádio Alfa

Com o nascimento das rádios livres surgiram mais alternativas para a comunidade portuguesa residente em França. Em 1987 cria-se a Associação Luso-Francesa Audiovisual (ALFA), um projecto elaborado por um grupo de doze emigrantes portugueses, sendo que alguns deles ainda hoje fazem parte da equipa da rádio, como Artur Silva e Fernando Silva.

Após a apresentação do projecto à Alta Autoridade para a Comunicação Social, foi-lhe concedido o estatuto de rádio associativa, a emitir doze horas por dia na zona de Paris XIII. Este estatuto de rádio associativa manteve-se apenas até 1992, altura em que terminava a autorização concedida pela Alta Autoridade para a Comunicação Social. Para manter a rádio em funcionamento era necessário que esta deixasse de se apresentar como uma associação e se transformasse numa sociedade. É então que, em 1992, o Comendador Armando Lopes se torna dono da Rádio Alfa, passando esta a ter um estatuto de rádio comercial, a emitir 24 horas por dia, alcançando toda a região da Île de France através da banda FM 98.6.

Em 1997 a Rádio Alfa dá mais um passo no sentido de se alargar a um maior número de ouvintes com a sua difusão em toda a França, através do Canal Satélite. O passo final foi dado em 1999, quando a Rádio Alfa passou a estar disponível na internet.<sup>48</sup> A ALFA assume, assim, uma posição internacional.

As instalações da Rádio ALFA encontram-se, desde 1994, na Rua Vasco da Gama, em Valenton/Créteil e incluem uma redacção para os animadores, outra para os jornalistas, uma régie e três estúdios.

A equipa de jornalistas é constituída por quatro elementos, sendo que um deles se dedica exclusivamente ao desporto. A equipa de animadores, durante a semana, é composta por sete elementos, sendo que no fim-de-semana a programação adquire um carácter diferente, como se mostrará mais à frente.

A Rádio ALFA é a única rádio portuguesa a funcionar em França, emitindo em português e francês. Esta rádio é direccionada não apenas aos emigrantes portugueses ou luso-

---

<sup>48</sup> Em [www.radioalfa986.net](http://www.radioalfa986.net).

descendentes, mas sim a todos os cidadãos provenientes de países lusófonos, como Brasil, Angola ou Timor. Quanto à faixa etária do público-alvo, estende-se dos 25 aos 45 anos.

O objectivo da Rádio ALFA assume quatro vertentes: a aproximação com o país de origem, a informação relativa às comunidades, a informação sobre o país onde actualmente residem e a actualidade internacional.

### 3.2. A grelha de programação da Rádio Alfa

A Rádio Alfa emite 24h por dia, sendo que a programação nocturna, nomeadamente entre as 00:00 e as 6:00, é inteiramente musical.

Durante a semana os primeiros a fazer companhia aos ouvintes são a Ester de Sousa e o Carlos Candeias, no programa *Está na Hora*, que começa às 6:00 e se estende até às 9:00. Tendo como público as pessoas que se levantam cedo e vão em direcção ao trabalho, este programa fornece aos ouvintes informação com origem na redacção da Rádio Alfa, mas também transmite um noticiário em simultâneo com a rádio portuguesa Antena 1, ao abrigo da colaboração existente entre as duas rádios e da qual se falará melhor adiante. A par das informações que marcam a actualidade, os animadores do programa fazem também referência às informações sobre o trânsito e o tempo, sempre úteis para quem vai na estrada (informações que ocupam lugar em praticamente todos os programas emitidos pela Rádio Alfa). Com o intuito de causar boa disposição nos ouvintes, os animadores divulgam também notícias insólitas e originais e guardam ainda um espaço para o horóscopo diário.

Às 9:00 é Anabela da Cunha que pega na programação com o *Ponto de Encontro*. Neste programa há um maior contacto com os ouvintes, uma vez que Anabela da Cunha tem uma série de convidados que se deslocam aos estúdios da Rádio Alfa para esclarecer dúvidas dos ouvintes. As segundas-feiras estão, por norma, destinadas a advogados, sendo que Anabela da Cunha conta com a participação de dois advogados portugueses e dois franceses. Com estas participações pretende-se abordar temas que possam interessar aos portugueses presentes em França. Por um lado, abordam-se temas que estão mais relacionados com Portugal - a título de exemplo, entre os temas abordados durante os três meses de estágio, encontra-se a partilha de heranças ou a legalização de viaturas francesas em Portugal. Mas, por outro lado, há também a necessidade de abordar questões com as quais os emigrantes portugueses se podem deparar em França, como aquelas relacionadas com a lei de trabalho francesa. Para além da presença dos advogados, Anabela da Cunha conta também, esporadicamente, com a participação de membros do Consulado de Portugal em Paris. Para além da participação dos ouvintes existente nestas ocasiões para esclarecimento de dúvidas, estes têm ainda a hipótese de participar num passatempo relacionado com adivinhas. Às sextas-feiras, este programa tem também a participação de Rogério do Carmo, dono da primeira voz que se fez ouvir na Rádio Alfa, e, das 10:00 às 12:00, é inteiramente dedicado à poesia. Cada sexta-feira é abordado um autor diferente e, durante o programa, Rogério do Carmo declama vários

poemas do autor escolhido. Os ouvintes são também convidados a participar no programa para lerem poemas, muitas vezes escritos por eles.

Das 12:00 às 15:00 está em antena o programa *Passe Bem*, com Carlos Vieira. Aqui os ouvintes têm também a possibilidade de participar num passatempo, *Saber é Vencer*. Neste jogo os participantes respondem a perguntas de cultura geral e cada dia da semana é apurado um vencedor, sendo que depois às sextas-feiras se joga a final da semana.

Das 15:00 às 17:00 é difundido *Ça s'en va et ça revien*, com Sebastien Poirot, um programa emitido em francês. Neste programa fala-se muito das novidades do mundo da música e os ouvintes têm também um passatempo, o *BAB de la BO*, onde os participantes ouvem um extracto de uma música e têm de descobrir de que filme é que ela faz parte.

Às 17:00 começa *As Docas*, um programa de DJ Albert, que se prolonga até às 19:00. Aqui é difundida muita da chamada "Dance Music", dirigida mais às novas gerações, num programa onde se fala tanto francês como português.

Vítor Santos é quem pega na emissão das 19:00 às 21:00, com *Mais perto de si*, um programa preenchido com espaço musicais, com informações de trânsito e tempo, e também com um conjunto de notícias insólitas. Este programa é aquele que mais uso faz das novas tecnologias, nomeadamente das redes sociais, como o facebook. À medida que as insólitas são difundidas em antena, o animador coloca-as também no facebook, acompanhadas de outros elementos multimédia, como imagem ou som. Através desta rede social os ouvintes podem fazer comentários às notícias divulgadas, da mesma forma que lhes é possível fazer dedicatórias que o animador anuncia depois em antena. Este é o único programa emitido na Rádio Alfa que possibilita ao ouvinte outro tipo de participação, para além daquela feita por telefone.

Às sextas-feiras havia um programa inteiramente dedicado ao Fado, *Alfama*, das 21:00 às 23:00, com Amílcar Sanches, onde eram também feitas entrevistas a vários fadistas. Já depois da realização do meu estágio, este programa passou a chamar-se *Só Fado*, e os animadores são Odete Fernandes e Manuel Miranda.

A programação no fim-de-semana é diferente. É muito dedicada às associações portuguesas, como é o caso do *Espaço Aberto*, que passa aos sábados, das 9:30 às 12:00. Muitos dos programas emitidos ao fim-de-semana têm ainda a particularidade de ter atrás dos microfones pessoas que não trabalham para a rádio, mas que se voluntariam para fazer programas.

A Rádio Alfa emite ao sábado, das 14:00 às 15:00, *Médiaphone*, com Sebastien Poirot. Este é um programa dedicado ao cinema, com extractos dos trailers dos cinco filmes mais vistos da semana, e também são divulgados os álbuns e as músicas mais descarregadas da Internet. Ainda no sábado, das 15:00 às 16:00, Ester de Sousa dá voz ao *Backstage*, que consiste num programa de entrevistas a artistas de língua portuguesa. A escolha do artista a entrevistar prende-se ou com um trabalho novo que foi lançado, ou com qualquer novo projecto ao qual ele esteja ligado, mas pode também estar relacionado com o facto de o artista em questão estar presente na zona de Paris para a realização de um concerto. Cada programa contém

uma entrevista com um artista, com duração entre 15 a 20 minutos, sendo que o restante tempo do programa é ocupado com a difusão das músicas mais recentes desse artista.

No domingo, das 9:00 às 11:00, passa o programa *Pontos nos Is*, com Carlos Vieira, onde, intercalado com músicas, os ouvintes são convidados a participar para falarem sobre um determinado tema lançado pelo animador. Depois dos *Pontos nos Is*, das 11:00 às 12:00 é transmitida a missa em directo do Santuário da Nossa Senhora de Fátima de Paris. Das 12:00 às 14:00 há um maior contacto com Portugal, através do programa *Intercâmbio*, onde cada domingo é feita uma troca com uma rádio local portuguesa. Ainda no domingo é transmitido *Nuances do Brasil*, apresentado por Marluce Campos Perrottet, e que é um programa inteiramente brasileiro, com todas as novidades musicais.

A Rádio Alfa dá uma grande importância ao futebol, transmitindo várias vezes os jogos em simultâneo com a *Antena 1*, quer sejam jogos da selecção portuguesa, do campeonato português ou de jogos de equipas portuguesas nas competições europeias. Para além das transmissões dos jogos, aos sábados, das 18:00 às 19:00, passa o programa *Desporto Associativo*, e aos domingos, das 16:00 às 20:00, é difundido o *Football Dimanche*.

Quanto à programação musical, a Rádio Alfa funciona com base no *Top Alfa*, constituído por um conjunto de músicas em que os ouvintes votam. Semanalmente há novas entradas e as músicas mais votadas passam com mais frequência nos diferentes programas emitidos pela Rádio Alfa.

Esta é a grelha de programação da Rádio Alfa em banda FM e também na webrádio, que possibilita ao ouvinte acompanhar a emissão que está a ser difundida em banda FM. Mas a Rádio Alfa apresenta online mais três canais: o Alfa Sat, o Alfa Pop e o Alfa Fado. Nestes canais online difunde-se apenas música, não há emissões com animadores, mas fornecem aos ouvintes outras alternativas para além da rádio “original”, podendo estes encontrar os géneros musicais que mais apreciam.

No website há ainda uma agenda associativa, onde a Rádio Alfa coloca informações relativas às várias associações situadas na zona da Île de France. Entre essas informações encontram-se festas realizadas pelas associações, actividades como o ensino do português, festivais de folclore ou noites de fado. No website encontra-se a descrição de cada evento, bem como os dados relativos à associação em questão.

### **3.3. Informação na Rádio Alfa**

A redacção da Rádio Alfa é composta por três elementos: Artur Silva, Ricardo Rodrigues e Olívia Vaz. Quanto à informação desportiva, que merece algum destaque na programação da Rádio Alfa, está a cargo do jornalista Manuel Alexandre. A redacção da rádio tem ainda uma colaboração com a rádio portuguesa Antena 1. Essa colaboração é feita através de noticiários que são transmitidos em simultâneo e também através da disponibilização de sons.

A informação na Rádio Alfa está muito dependente dos outros meios de comunicação. Como a equipa de redacção é reduzida, não existe muita possibilidade de ter elementos no exterior para recolher informação. Para a actualidade portuguesa, recorrem à SIC Notícias, à RTP Informação, à Antena 1, à TSF, à Agência Lusa e aos portais de informação, como o Diário Digital e o Yahoo. No que diz respeito à actualidade francesa, usam a BFM TV (um canal de informação francês, semelhante à SIC Notícias) e a agência de notícias francesa AFP (Agence France-Presse). As reportagens realizadas pela redacção da Rádio Alfa estão mais relacionadas com a comunidade portuguesa, abordando temas que afectem os portugueses ali residentes ou questões relacionadas com as associações portuguesas. Estas reportagens pretendem também dar a conhecer aquilo que os portugueses estão a fazer em França, quer ao nível empresarial, quer cultural.

Os contactos realizados pelos jornalistas da Rádio Alfa são maioritariamente feitos através de entrevistas telefónicas ou, por vezes, através da deslocação do entrevistado aos estúdios.

O universo de informação que a Rádio Alfa abrange é extenso: são abordadas questões relativas a França e a Portugal; a actualidade internacional também merece destaque; e, depois, todas as questões relacionadas com países de língua portuguesa, como Brasil, Angola e Moçambique.

Na programação da Rádio Alfa estão incluídos dez blocos de informação feitos pela redacção da Rádio (7:00; 8:00; 10:00; 11:00; 12:00; 15:00; 16:00; 17:00; 18:00 e 19:00). A duração dos noticiários varia entre os três e oito minutos. A colaboração com a Antena 1 é feita através da transmissão em simultâneo dos noticiários das 6:00, 9:00, 13:00 e 14:00, com duração de 10 minutos.

No que diz respeito à informação desportiva, estão estabelecidos quatro noticiários: às 6:30, 10:30, 16:30 e 19:30. Às 13:30 é também difundido o noticiário desportivo em simultâneo com a Antena 1 (15 minutos). Às segundas-feiras existe ainda um programa inteiramente dedicado ao desporto, Tribuna Desportiva, onde se aborda a actualidade desportiva, portuguesa e francesa, e que é constituído por reportagens, entrevistas e conta, muitas vezes, com a presença de convidados em estúdio.

Durante a manhã é ainda feita a revista de imprensa francesa, às 8:45, com os títulos dos principais jornais franceses, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Parisien*, *Liberation*, *La Croix*, *L'Humanité* e *L'Equipe*. A revista de imprensa portuguesa é feita às 9:45, sendo a pesquisa dos destaques dos jornais portugueses *Diário de Notícias*, *Público*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, *I*, *Record*, *A Bola* e *O Jogo* feita através da Internet.

Ainda incluído na informação, às 8:25 e às 12:30 é difundido *O Convidado de Redacção*, uma entrevista de cinco a seis minutos com personalidades que, de alguma forma, estão ligadas à comunidade portuguesa. Também no mesmo género de entrevista, com duração de 10 a 15 minutos, às 19:10 é colocado em antena o *Alfa 19*.

Aos fins-de-semana as manhãs são asseguradas pelos jornalistas da redacção, enquanto à tarde os blocos informativos são transmitidos em simultâneo com a *Antena 1*.

No website há também um sistema onde são inseridas as últimas notícias da área política e social portuguesa e francesa, do desporto, da música e do cinema.

Como síntese deste capítulo, vimos que a Rádio Alfa, apesar de poder apenas ser ouvida em banda FM na região de Paris, está ao alcance dos ouvintes em qualquer parte do mundo através do seu website.

Na grelha de programação, pode-se constatar que há programas que possibilitam a participação dos ouvintes, seja para passatempos seja para esclarecimento de dúvidas. Da mesma forma, verifica-se que há programas que são mais especializados em determinados géneros de música, como a “dance music” ou o fado.

Ao nível da informação, sendo a redacção constituída por quatro elementos, de que um deles se dedica exclusivamente ao desporto, isso leva a que o trabalho de campo seja feito maioritariamente junto da comunidade portuguesa. As reportagens feitas de raiz pelos jornalistas da Rádio Alfa abordam sempre algo que diga respeito aos portugueses residentes em França. No entanto, há igualmente notícias ou reportagens que se encontram relacionadas com o mundo lusófono.



## II Parte. Estudio empírico



# Capítulo 4. Metodologia

Neste capítulo dedicado à metodologia começa-se por expor o problema que deu origem a esta investigação, bem como as hipóteses que irão ser testadas e o porquê delas existirem.

No que diz respeito à recolha de dados, é referida a população e amostra escolhida para a investigação e o método e as técnicas de recolha de dados. São igualmente referidas as principais características destas técnicas, bem como o porquê de elas terem sido escolhidas para a elaboração deste estudo.

## 4.1. Problema

Com a globalização tornou-se possível um fluxo constante de pessoas, mercadorias e mensagens mediáticas, sem que haja limites ao nível das fronteiras. Os meios de comunicação de massa, juntamente com a emigração, trouxeram grandes alterações à vida do sujeito, principalmente no que diz respeito à formação da sua identidade. Isto porque assim se torna regra a existência, numa mesma sociedade, de elementos de culturas diferentes.

Num mundo onde há um constante contacto entre diferentes culturas, torna-se importante perceber de que forma os meios de comunicação servem de intermediários entre essas culturas ou de que forma permitem (ou não) a criação ou manutenção de uma determinada cultura. Neste caso específico, o objectivo é perceber como é que a Rádio Alfa, uma rádio portuguesa, situada nos arredores de Paris, funciona enquanto meio de coesão entre aqueles que partilham a cultura portuguesa em França.

Assim, o problema deste trabalho passa pela caracterização da relação da Rádio Alfa com os portugueses residentes em Paris. Neste sentido, importa saber a opinião daqueles que trabalham na Rádio Alfa, bem como a da comunidade portuguesa. Pretende-se, então, responder às seguintes questões: i) Qual a percepção dos profissionais da Rádio Alfa acerca da relação desta com a comunidade portuguesa a que se destina o seu trabalho? ii) Qual a percepção dos representantes das associações da comunidade portuguesa acerca da relação desta com a Rádio Alfa?

## 4.2. Hipóteses de investigação

Em relação ao problema enunciado, bem como às questões dele decorrentes, colocámos as seguintes hipóteses:

- 1 - Os profissionais da Rádio Alfa percebem-na, maioritariamente, como uma rádio ao serviço da comunidade e da cultura portuguesas;
- 2 - Os profissionais da Rádio Alfa têm uma percepção maioritariamente positiva acerca da relação daquela com a comunidade portuguesa;

3 - Os representantes das associações da comunidade portuguesa têm uma percepção maioritariamente positiva acerca do trabalho realizado pela Rádio Alfa;

4 - Na opinião dos entrevistados, os emigrantes da primeira geração têm uma percepção mais positiva acerca do trabalho realizado pela Rádio Alfa do que os luso-descendentes;

5 - A forma como os diversos entrevistados percebem o conceito de “cultura portuguesa” não é consensual.

A colocação destas hipóteses advém, desde logo, da leitura que foi feita para a parte teórica desta investigação. As três primeiras hipóteses relacionam-se com o facto de, no capítulo relativo à Rádio Alfa e através da análise à grelha de programação e ao serviço informativo, se ter verificado que muitos dos programas e das notícias difundidas visam um contacto com a comunidade portuguesa, bem como uma aproximação a tudo o que possa estar relacionado com a cultura portuguesa. A quarta hipótese é colocada tendo em conta que, no capítulo 2, se verificou que a forma de integração dos emigrantes da primeira geração foi diferente daquela dos luso-descendentes. Isto pressupõe que existam formas de pensar diferentes sobre a Rádio Alfa. A última hipótese, referente à forma como os diferentes entrevistados vêem o conceito de cultura portuguesa, está relacionado com essa forma de pensar diferente por parte das diferentes gerações, mas também com o facto de a globalização ter potenciado a criação de “terceiras culturas” ou “culturas híbridas”, tal como referido no capítulo 1.

### **4.3. População e amostra**

Para esta investigação foram utilizadas duas amostras diferentes. Parte da investigação foi feita junto dos profissionais da Rádio Alfa, enquanto outra parte foi dedicada à comunidade portuguesa.

Na rádio, sete dos profissionais participaram na investigação. Optou-se por trabalhar com três jornalistas, sendo que dois deles estiveram envolvidos na criação da Rádio Alfa. Dois dos animadores foram escolhidos por já trabalharem na rádio há mais de 20 anos. Um dos animadores foi escolhido por utilizar as novas tecnologias como suporte à sua emissão. E a escolha da última das animadoras prendeu-se com o facto de ser a mais nova da equipa da Rádio Alfa.

Na investigação feita junto da comunidade portuguesa optou-se por trabalhar junto das associações, principalmente com membros que tivessem cargos de presidência ou de administração. A escolha das associações esteve principalmente relacionada com a questão de proximidade, estando todas localizadas na zona da Île de France. No total, foram contactadas sete associações, sendo que numa delas houve duas pessoas a participar na investigação.

No total dos 15 participantes das duas amostras, oito são do sexo masculino e sete do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 21 e os 70 anos.

## 4.4. Métodos e técnicas de recolha de dados

Para a realização deste estudo, e tendo em conta quer os objectivos do mesmo, quer a natureza das amostras a inquirir, optámos por um método qualitativo e pelas técnicas da entrevista e da observação participante, que utilizámos da forma que descrevemos a seguir.

### 4.4.1. Entrevista semi-estruturada

Enquanto técnica de investigação científica,<sup>49</sup> as entrevistas são geralmente estruturadas, quer dizer, com um guião predefinido que vai dirigir toda a entrevista, sem permitir que haja desvios em relação à informação que se pretende obter, ou semi-estruturadas. Esta segunda modalidade implica igualmente um guião, com perguntas sobre as principais informações que se quer obter, mas que não é fixo. Neste tipo de entrevistas pretende-se dar alguma liberdade de resposta ao entrevistado, permitindo-lhe explorar o assunto, o que permite também ao investigador aproveitar assuntos que sejam referidos durante a entrevista, mas nos quais ele não tinha pensado. Na entrevista semi-estruturada, apesar da existência de um guião, há uma liberdade na ordem de abordagem às questões, ou seja, a ordem pela qual as questões estão orientadas no guião não tem de ser exactamente igual à ordem de aplicação na entrevista. As entrevistas semi-estruturadas permitem ainda, no caso de o entrevistado dar uma resposta que não foi muito coerente com a questão que lhe foi colocada, recolocar a questão ou reformulá-la de forma a que o entrevistado a perceba melhor.

Para esta investigação optou-se por usar a entrevista semi-estruturada em ambas as amostras. Para cada uma das amostras foi elaborado um guião distinto (ver Anexos 1 e 2), mas ao longo das entrevistas, principalmente naquelas feitas aos profissionais da rádio, houve oportunidades de colocar questões que não tinham sido previamente pensadas. Isto aconteceu, sobretudo, com os animadores porque, com programas diferentes, onde a participação dos ouvintes é mais intensa e existe uma maior interactividade, havia questões que aqui tinham sentido e nas restantes entrevistas não.

As entrevistas junto dos membros das associações portuguesas foram realizadas ao longo do mês de Novembro de 2010. O primeiro contacto foi feito sempre via telefone, a fim de marcar uma data para a entrevista. Quanto às entrevistas aos profissionais da Rádio Alfa, foram realizadas no decorrer do mês de Dezembro de 2010.

Todas as entrevistas foram gravadas em suporte áudio. As perguntas foram sempre feitas em português e, do total dos entrevistados, 13 responderam em português, enquanto dois o fizeram em francês, devido à maior facilidade de expressão nessa língua.

Nas entrevistas destinadas às associações, a primeira pergunta visava perceber o funcionamento da associação, saber a que actividades se dedicava. Das sete associações com

---

<sup>49</sup> Excluimos aqui a chamada entrevista clínica, usada por exemplo em medicina ou psicologia.

que se trabalhou, três dirigem a sua atenção para o ensino do português, duas têm como actividade principal o rancho folclórico, enquanto as outras duas organizam festas e encontros, sendo que uma delas tem também uma equipa de futebol.

#### **4.4.2. Observação participante**

Num trabalho de investigação a técnica da observação participante permite recolher dados que de outra forma seriam impossíveis de obter. Esta técnica consiste na integração do investigador no meio no qual incide a sua investigação. Através da observação directa, o investigador tem acesso directo à informação de que necessita para a realização do seu estudo, seja o comportamento dos indivíduos, seja o concretizar de um ritual. Aqui, não há intermediação entre os dados e o investigador, o que não ocorre com outras técnicas, tais como a entrevista ou o questionário. Neste género de técnicas, a informação obtida pelo investigador provém daquilo que o sujeito lhe diz, o que pode sofrer alguma filtragem e pode não corresponder totalmente à realidade. Isto não quer dizer que na observação participante não se corra o mesmo risco, até porque, como diz Pina Cabral, “o investigador tem sempre de pôr em causa aquilo que se lhe diz” (Cabral, 1983, p. 333). Mas o facto é que, através desta técnica, o investigador consegue ter um acesso privilegiado, observar as rotinas dos indivíduos, ver como eles se comportam no seu dia-a-dia, e depois pode confrontar a informação obtida dessa forma com aquela que lhe é dada directamente pelo indivíduo.

O estudo sobre o meio no qual o investigador está integrado é feito com base nas informações recolhidas através das “opiniões e acções dos indivíduos com quem convive e com quem, inevitavelmente, vai criar relações de real amizade e simpatia” (Cabral, 1983, p. 333). É aqui que pode surgir um dos principais problemas da observação participante. Se o investigador se integra de forma profunda no meio que é objecto de estudo, pode perder a objectividade no seu trabalho. É este tipo de dificuldade que pode surgir neste método. É sempre necessário manter um certo distanciamento em relação àquilo que se estuda, de forma a que a objectividade não se perca.

Nesta investigação a observação directa foi feita no local do estágio, durante três meses, ou seja, de Outubro a Dezembro de 2010. Através desta técnica foi possível recolher informações que não seria possível obter através das entrevistas. Desta forma pude perceber a interacção entre os diferentes funcionários da Rádio Alfa, estar presente quando ouvintes faziam telefonemas para falar com algum dos funcionários, ou mesmo perceber o porquê de muitos dos ouvintes ligarem para falarem apenas com a pessoa que está no atendimento.

A observação directa permitiu, também, fazer o cruzamento entre as informações recolhidas pessoalmente com as informações obtidas através das entrevistas feitas aos membros da rádio.

### 4.4.3. Análise de conteúdo

Como técnica de análise das informações obtidas na recolha de dados optou-se por utilizar a análise de conteúdo. Esta técnica funciona muito à base da inferência, uma vez que Bardin, citada por Nunes, considera que ela visa obter, “por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens” (Nunes, 2008, p. 7).

A análise de conteúdo tem como principal objecto de estudo o texto, a partir do qual, através da análise das palavras ou frases, o investigador deve conseguir deduzir a forma de pensar do autor da mensagem objecto de análise. Desta forma, será possível conhecer melhor o mundo no qual o autor está inserido, quer seja através da sua escolha dos termos, da frequência com que os utiliza e quando os utiliza, quer pela forma como constrói o seu texto (oral ou escrito) e pelo desenvolvimento que lhe dá (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 226). No entanto, o texto não é o único objecto de estudo da análise de conteúdo. Esta técnica permite também analisar mensagens icónicas, como sinais, fotografias ou imagens.

Esta técnica de tratamento de informação encontra-se dividida em três categorias, de que cada uma se adequa a um tipo de análise específica: as análises temáticas, as formais e as estruturais (Quivy & Campenhoudt, 2005, pp. 228-289). Para esta investigação optou-se por utilizar a análise temática, porque permite estudar a posição dos entrevistados em relação às questões que lhes foram colocadas.





## Capítulo 5. Análise dos resultados

Neste capítulo é feita a análise das entrevistas realizadas junto de ambas as amostras, através da técnica de análise de conteúdo. Em primeiro lugar é feita a análise das entrevistas dos profissionais da Rádio Alfa e só depois são analisadas as dos representantes das associações portuguesas.

A análise será feita seguindo a ordem das questões que constavam no guião, sendo que também as respostas às perguntas que não estavam previstas inicialmente no guião estão inseridas nesta análise. Para cada questão serão analisadas as respostas que todos os entrevistados deram.

Quando pertinente, a análise das entrevistas é complementada, em termos de enquadramento, com dados adquiridos através da observação participante.

### 5.1. Entrevistas aos membros da Rádio Alfa

As entrevistas na Rádio Alfa foram feitas com os jornalistas Artur Silva, chefe de redacção, Ricardo Rodrigues e Olívia Vaz. Artur e Ricardo estão na rádio desde a sua criação, em Outubro de 1987. Entre os animadores, entrevistou-se Carlos Candeias e Ester de Sousa, as vozes do programa da manhã *Está na Hora*; Anabela da Cunha, do programa *Ponto de Encontro* e Vítor Santos, animador do programa *Mais Perto de Si*. Juntamente com a análise das entrevistas serão aqui referidos dados e informações recolhidos através da observação participante, realizada durante os três meses de estágio na Rádio Alfa.

Cada pergunta prevista no guião será um tópico a ser analisado, sendo que no primeiro tópico se optou por juntar duas questões, pela semelhança entre as respostas dos diferentes entrevistados.

#### 1 - Adesão da comunidade portuguesa à Rádio Alfa e sua relação com ela

Na opinião geral dos entrevistados, tanto a adesão da comunidade portuguesa à Rádio Alfa como a sua relação com ela são vistas como bem-sucedidas (“Eu acho que é uma relação bastante positiva desde o início”, Carlos Candeias; “O relacionamento penso ser bom.”; Vítor Santos: “A rádio sempre teve muitos ouvintes”, Anabela da Cunha). No entanto, há quem considere que havia uma maior proximidade entre a comunidade portuguesa e a Rádio Alfa nos primeiros anos da sua existência. Para Ricardo Rodrigues essa maior proximidade devia-se ao facto de a rádio estar ligada à inovação e à divulgação de novas músicas e de informações não só relativas a Portugal, mas também sobre a realidade francesa (“No início acho que fomos uma janela aberta para a comunidade portuguesa porque modificámos, sem querer, mas porque era a ideologia da rádio.”). Artur Silva também partilha a opinião de que havia

uma maior proximidade no princípio da Rádio Alfa, proximidade essa que se fazia sentir pelo tipo de interacção que existia entre os ouvintes e a rádio (“A um dado momento bastava dizer, por exemplo, que amanhã ia ser o dia dos reis e tínhamos aqui não sei quantos bolos-reis.”).

A relação entre a comunidade portuguesa e a Rádio Alfa é vista como bem-sucedida muito em parte porque a rádio veio colmatar necessidades que se faziam sentir no seio dos emigrantes portugueses, principalmente a existência de uma ligação com o país de origem (“A Rádio Alfa começou por ser uma associação baseada na saudade porque as pessoas que estavam cá tinham a necessidade de ter um elo de ligação com Portugal”, Carlos Candeias; “Eu penso que há uma grande parte de portugueses que têm muito respeito, que gostam da rádio e que ouvem muito a rádio precisamente por esse elo de ligação que os aproxima do país”, Olívia Vaz). Carlos Candeias acrescenta ainda que as associações são também um factor importante para a boa relação que a Rádio Alfa tem com a comunidade portuguesa (“Há também uma cultura que veio com a emigração e essa cultura começou, pouco a pouco, a reunir-se e a formar associações. Daí a importância de que a rádio comesse a reunir essas manifestações culturais [...] para dar voz àquilo que já existia mas que não se via. [...] A Rádio Alfa começou a dar voz a quem precisava de se exprimir.”).

Embora seja opinião geral que nos primeiros anos a Rádio Alfa causou um maior impacto junto da comunidade portuguesa, alguns dos entrevistados partilham também a opinião que actualmente a rádio portuguesa em Paris tem ainda muitos portugueses que a ouvem, até porque as novas tecnologias conseguem hoje levar a rádio a sítios onde, aquando da sua criação, era impossível (“Eu acho que temos muitos portugueses que nos ouvem. Muitos que não se manifestam. Muitos que também se manifestam”, Ester de Sousa; “A Rádio Alfa hoje pode ser escutada em qualquer parte do mundo. Penso que a Rádio Alfa tem um grande interesse para os portugueses, já que não seja, à partida, a língua, porque o falar português é muito importante para quem nos ouve”, Anabela da Cunha). Embora não negue a grande adesão, para Vítor Santos ainda se associa à Rádio Alfa uma série de ideias pré-concebidas que levam a que a adesão não seja maior. Essas ideias prendem-se muito com o tipo de música que é passada na rádio e com o futebol (“Toda a gente conhece a Rádio Alfa. Mas será que conhecem porque só ouvem o futebol e depois esquecem-se que a Rádio Alfa está 24 horas por dia [...] Ainda há aqueles clichés de que a música portuguesa é só fado, folclore e música popular. O que não é verdade.”).

Apesar de a adesão se ter verificado com maior frequência nos primeiros anos, a Rádio Alfa continua a desempenhar um papel importante junto da comunidade portuguesa, na medida em que, para além de difundir músicas e informações, presta também outros serviços junto da comunidade (“A Rádio Alfa é confidente, é assistente social [...] é uma companheira diária da comunidade. Tem responsabilidades mas tem também uma função social importantíssima”, Artur Silva; “[...] a Rádio Alfa tem também um papel social”, Carlos Candeias).

Durante o estágio realizado na Rádio Alfa foi possível comprovar este papel que a rádio desempenha junto da comunidade portuguesa. Foram muitas as vezes em que presenciei conversas telefónicas, principalmente com a pessoa que estava na recepção da rádio, onde eram pedidos contactos de agências funerárias, restaurantes, lojas, advogados que estiveram presentes numa determinada emissão, ou para saber detalhes de algum evento referido nalguma emissão. Para além destes telefonemas onde se pediam informações, houve também ouvintes que telefonavam apenas para conversar, para perguntar como estavam os animadores e jornalistas da Rádio Alfa ou para os felicitar pelo trabalho realizado.

## **2 - Iniciativas promovidas junto da comunidade portuguesa**

A principal iniciativa indicada pelos entrevistados é a festa dos Santos Populares, realizada todos os anos, normalmente em Junho, em Créteil e para a qual são convidados vários artistas portugueses (“ [...] através também das festas que nós realizamos aqui todos os anos, uma das mais importantes é [...] a festa dos Santos Populares, que vai reunir mais de 30 mil pessoas”, Carlos Candeias; “Há o grande acontecimento todos os anos, que é a grande festa dos Santos Populares [...] que reúne sempre muita gente, com um grande leque de artistas também”, Vítor Santos). A festa é realizada num parque em Créteil e, para além da actuação de vários artistas portugueses, há ainda uma missa realizada dentro do recinto da festa.

A Rádio Alfa faz ainda um trabalho junto das associações portuguesas promovendo, numa emissão ao sábado, as actividades por elas desenvolvidas, quer sejam jantares, festas, excursões ou aulas de português (“A Rádio Alfa está ligada ao Clube Alfa, que tem um espaço em antena, que é o *Espaço Aberto* [...] no qual há várias associações que estão inscritas nesse clube, que vêm aqui divulgar os seus eventos”, Ester de Sousa). Para além deste programa dedicado à divulgação das associações, a Rádio Alfa permite ainda que estas divulgam no seu website eventos aos quais estão associadas.

A Rádio Alfa organiza ainda concertos com artistas portugueses, principalmente do fado (“Praticamente todos os meses temos aqui alguém de Portugal para concertos, sobretudo do fado”, Ester de Sousa). Durante o tempo de estágio foram organizados dois concertos com fadistas portugueses e, pelo que foi possível constatar, a adesão da comunidade portuguesa foi grande.

O estágio permitiu também perceber que o futebol é igualmente um factor importante na relação entre a Rádio Alfa e a comunidade portuguesa. Em muitos programas há passatempos que dão aos ouvintes a possibilidade de ganhar bilhetes para assistir a jogos do Créteil Lusitanos, a equipa de futebol que pertence a Armando Lopes, dono da rádio.

### 3 - Programação dirigida aos portugueses

Nesta questão houve a preocupação de, junto dos jornalistas, se tentar perceber de que forma é que as notícias eram especificamente dirigidas à comunidade portuguesa. Assim, no que diz respeito à organização dos noticiários, o principal objectivo é abranger a realidade francesa, porque é aquela com a qual os emigrantes portugueses têm mais contacto, mas também abordar o que acontece no seio da comunidade portuguesa, em Portugal e na Europa (“No conceito propriamente dito da realização do jornal, é começar pela França, tudo o que esteja ligado à comunidade portuguesa, indo até Portugal e, no meio, a Europa. Sempre com a importância de ter notícias de proximidade com a comunidade portuguesa”, Ricardo Rodrigues).

A maioria das reportagens realizadas pela redacção da Rádio Alfa tem como matéria assuntos que estão relacionados com a comunidade portuguesa, quer seja para divulgação de eventos, quer para abordar problemas que a estejam a afectar (“ [...] as reportagens são muito feitas ao nível da comunidade e das associações”, Olívia Vaz; “Temos a particularidade de tudo o que diz respeito à comunidade portuguesa passar por aqui”, Artur Silva; “Vamos dando destaque também àquilo que os portugueses ou empresas portuguesas vão fazendo em França. Não só a nível empresarial, como cultural e associativo”, Ricardo Rodrigues).

Ao nível da grelha de programação, os entrevistados fizeram referência ao espaço deixado às associações, aos programas onde os ouvintes podem esclarecer dúvidas e à variedade de música que tem espaço em diferentes horários.

A programação é dirigida aos portugueses na medida em que a Rádio Alfa coloca à disposição das associações programas onde podem divulgar as suas actividades, como já foi acima referido. Desta forma, são divulgadas informações que interessam à comunidade portuguesa. (“A Rádio Alfa serve sobretudo de veículo de informação para fazer chegar às pessoas o que está a acontecer a nível da comunidade portuguesa [...] e para passar a mensagem de quem quer organizar coisas para os portugueses”, Ester de Sousa).

No que diz respeito à programação musical, e tendo em conta que há um esforço para corresponder às expectativas de diferentes gerações, são vários os estilos de música que passam na Rádio Alfa (“Temos música moderna portuguesa, música internacional, música mais erudita, música dita popular, música tradicional. Há para todos os gostos”, Vítor Santos; “Na nossa programação somos capazes de passar um hip-hop de Boss AC e depois somos capazes de passar um fado da Amália”, Ester de Sousa). Há uma grande variedade de géneros musicais, que vão desde o mais tradicional português até aos temas que fazem grande sucesso a nível internacional, mas o mais importante é ter noção de que em determinados horários há estilos musicais que fazem mais sentido que outros (“Há aqueles espaços horários em que tem que se ter muito cuidado com a música que se passa, porque não é só gente nova que está a ouvir, há também pessoas de idade que gostam de ouvir música calma. Eu penso que cada animador tem a noção de qual é a faixa etária que escuta a emissão que anima”, Anabela da

Cunha). Ainda ao nível musical, importa referir que a Rádio Alfa coloca à disposição dos ouvintes uma webradio dedicada exclusivamente ao fado.

Na programação da Rádio Alfa há ainda programas que estão orientados para a resolução de problemas e esclarecimento de dúvidas que os ouvintes possam ter. Pode-se referir o programa *Ponto de Encontro*, que em determinados dias conta com a presença de advogados portugueses e franceses, ajudando os ouvintes nalguma situação complicada que possam estar a enfrentar (“Se há, por exemplo, problemas que estejam relacionados com a embaixada ou com os consulados tenta-se dar um conselho. Aliás, a Rádio Alfa tem vários programas que estão dedicados às leis, à maneira como funciona a administração portuguesa aqui em França. Tenta-se abrir essas portas e ajudar as pessoas”, Carlos Candeias).

#### **4 - Participação dos ouvintes da Rádio Alfa**

Importava, nesta questão, saber de que forma a participação dos ouvintes se faz sentir na produção das notícias. E a este nível os jornalistas entrevistados afirmam que a participação dos ouvintes é diminuta. A pouca participação que se faz sentir é ao nível dos contactos feitos com a redacção da Rádio Alfa no sentido de dar a conhecer algo para que os jornalistas o possam acompanhar (“Há certas coisas que se passam e que os ouvintes telefonam para nos dar informação. E houve coisas que nós conseguimos acompanhar graças a essa interactividade”, Artur Silva). Esta participação é feita por carta, por e-mail ou por telefone. Se os ouvintes participassem com mais frequência naquilo que é feito ao nível da informação, todos os ouvintes sairiam beneficiados, no sentido em que o leque de informações difundidas seria mais extenso (“Acontece esporadicamente, não é frequente. Com alguma pena nossa. Seria interessante se os portugueses que estão aqui e que vivem situações complicadas, se têm problemas, nos contactassem”, Olívia Vaz).

Ao nível dos programas a participação dos ouvintes é mais notória e é feita, maioritariamente, através do telefone, embora, desde que a Rádio Alfa possui uma página no facebook, se verifique também aí uma participação. Os ouvintes são convidados a participar em vários passatempos, em diferentes programas. Alguns passatempos dão direito a prémio, mas há outros onde o ouvinte não ganha nada e, aí, a motivação advém do facto de poder falar em directo na rádio (“ [fala em relação ao seu passatempo de adivinhas] A participação é grande e mostra que os ouvintes têm interesse em participar, apesar de nada terem a ganhar”, Anabela da Cunha). Durante o estágio foi possível estar presente no estúdio enquanto os programas decorriam, alguns deles com estes passatempos. Foi possível constatar que existem participantes habituais para determinados passatempos, como é o caso do *Saber é Vencer*, do programa *Passe Bem*. Existem participantes que se conhecem por participarem várias vezes neste passatempo e o animador também já conhece muitos dos participantes. Da mesma forma, durante o estágio houve a oportunidade de verificar que há participantes que, após tentarem ligar para a linha que lhes dá acesso à antena para participar num passatempo

e de não conseguirem entrar em directo no programa, ligam para a linha de atendimento da Rádio Alfa para tentarem dessa forma ter acesso ao passatempo em questão.

Existem ainda outros programas que abrem a antena aos ouvintes, uns esporadicamente, outros com mais frequência. O programa *Ponto de Encontro* tem dias específicos em que tem como convidados advogados e, dirigindo a questão da participação dos ouvintes especificamente para estes dias, Anabela da Cunha afirmou que os ouvintes gostam muito de participar, até porque nestes dias em particular podem esclarecer dúvidas que tenham (“A participação nesses dias é enorme porque os ouvintes estão sempre desejosos que a emissão chegue. Têm sempre questões a colocar”). O programa *Pontos nos Is*, emitido aos domingos, também abre sempre a antena aos ouvintes, na medida em que funciona como uma espécie de fórum. Para cada domingo é escolhido um tema diferente e os ouvintes são convidados a entrar em directo para partilharem as suas opiniões. Em relação a este programa em específico, durante os três meses de estágio foi possível verificar a participação de ouvintes espalhados pelo mundo, nomeadamente de um português residente em Inglaterra.

A participação dos ouvintes faz-se ainda sentir em determinadas datas ou épocas em que há programas que possibilitam àqueles a sua participação em directo, como na altura da natal ou das férias de verão. Nestas ocasiões, os animadores pedem aos ouvintes que falem sobre as suas férias, perguntam se querem deixar alguma mensagem para amigos ou familiares e existe uma boa interacção entre animadores e ouvinte (“Eu acho que eles gostam muito de participar [...] muito também para falar português. Eu acho que eles adoram falar português connosco”, Ester de Sousa). Ainda ao nível da participação através do telefone, importa salientar que há muitos ouvintes que telefonam mas não para falar em directo. Ligam apenas para falar com os animadores, fora de antena (“Há mais gente que participa de maneira invisível do que visível porque há muita gente que não quer falar directamente”, Carlos Candeias).

Ao nível da participação através das redes sociais, faz-se sentir mais no programa *Mais Perto de Si*, e, por isso, houve uma preocupação em perceber como é que a participação dos ouvintes de faz sentir neste programa. Através desta rede social, os ouvintes têm também a possibilidade de fazer dedicatórias e comentários às notícias insólitas que o animador vai colocando na página da Rádio Alfa no facebook (“O ouvinte pode fazer uma dedicatória e isso é muito em directo. A meio do programa podemos alterar as coisas todas porque os ouvintes também querem um outro encadeamento das coisas. É uma flexibilidade e, ao mesmo tempo, uma interactividade com os ouvintes que eu acho extraordinário”, Vítor Santos).

## **5 - Recepção da Rádio Alfa pelos outros meios de comunicação (franceses e portugueses)**

A opinião geral é a de que a Rádio Alfa foi bem recebida pelos restantes meios de comunicação, quer franceses, quer portugueses (“Eu acho que receberam bem”, Carlos Candeias; “Penso que é bem vista”, Ester de Sousa). No entanto, para Artur Silva, a relação

da Rádio Alfa com os meios de comunicação franceses ainda é ambígua, na medida em que de uma certa forma é incontornável, principalmente ao nível político, por estar relacionada com a comunidade portuguesa, mas por outro lado não lhe é reconhecido o devido valor e estatuto (“Como cobrimos todas as eleições francesas somos incontornáveis para os políticos franceses. Mesmo os jornais se interessam pela Rádio Alfa porque a comunidade portuguesa tem um peso. [...] Mas continuamos a ser vistos como uma rádio comunitária, algo que nós tentamos inverter.”) À importância que a Rádio Alfa tem para os outros meios de comunicação franceses ao nível político, Anabela da Cunha acrescenta também a importância ao nível desportivo (“Quando há grandes acontecimentos futebolísticos, por exemplo quando a França e Portugal se encontram num jogo de futebol, há sempre uma preocupação dos *media* franceses em saber como é que os portugueses aqui na região de Paris vêem esse encontro.”) Com o passar dos anos e com o seu envolvimento em eventos culturais, principalmente musicais, a Rádio Alfa tem mudado a forma como os outros meios de comunicação a vêem (“Acho que primeiro, em França, a Rádio Alfa era vista como “*la petite radio portugaise à Paris*” mas acho que hoje já começa a ter outro estatuto”, Ester de Sousa).

Apenas Olívia Vaz apresenta uma posição diferente, referindo que a Rádio Alfa não tem um papel importante entre os meios de comunicação franceses (“Claro que os responsáveis do CSA<sup>50</sup>, que é o organismo que atribui as frequências, conhecem. Mas os órgãos de comunicação social, em si, a maioria não conhece a Rádio Alfa.”).

Em relação aos meios de comunicação portugueses, todos partilham da opinião de que a Rádio Alfa desempenha mais um papel de suporte, no sentido em que são contactados para pedidos de informação e para os ajudar com contactos que precisem em França (“Já aconteceu não só com a Antena 1 mas também com outros órgãos de comunicação social portugueses: quando há uma notícia que envolve portugueses, eles contactam e perguntam se temos informações, eventualmente até para arranjarmos contactos”, Olívia Vaz). Durante os três meses de estágio pude comprovar isso com um pedido por parte de um jornalista da Antena 1 a respeito de um contacto de um atleta luso-descendente, e outro pedido, por parte de um jornalista do *Diário de Notícias*, sobre informações relativas a uma determinada notícia que envolvia um português.

## 6 - Reações dos ouvintes

A opinião geral é de que é impossível agradar a um público que apresenta características tão diferentes, um público constituído por diferentes gerações, com diferentes necessidades (“Temos algum eco. Algumas vezes não é positivo, outras vezes é extremamente positivo”, Artur Silva; “Nós não podemos agradar a todos. [...] há sempre quem critique. Mas as críticas também fazem avançar”, Anabela da Cunha).

---

<sup>50</sup> CSA - Conseil Supérieur de l’audiovisuel.

Junto dos jornalistas dirigiu-se esta questão para a forma como os ouvintes reagem em relação àquilo que é feito ao nível da informação. Para Artur Silva, a maior dificuldade está em corresponder às expectativas dos portugueses de primeira geração, isto porque eles esperam determinadas informações sobre Portugal à qual a Rádio Alfa não tem forma de corresponder (“ [...] a primeira geração está à espera de um certo número de notícias que nós não estamos em medida de lhes fornecer porque não vivemos em Portugal [...] mas tentamos, na medida do possível, corresponder à necessidade diária das pessoas. O que nem sempre é compreendido.”). Ainda em relação às expectativas desta primeira geração de portugueses, Olívia Vaz faz uma apreciação diferente, referindo que já receberam elogios de ouvintes pelo facto de terem referido um determinado acontecimento em Portugal (“Depois há uma outra camada, que eu penso que são os portugueses chamados de primeira geração, que têm necessidade de saber o que se passa na terra [...] e se ouvirem falar de qualquer coisa no noticiário relativo à aldeia ou a uma vila em Portugal, se são lá da zona, ou conhecem, vão ficar sensíveis e vão-nos ligar e dizer «gostei muito de ouvir, gostei que falassem da nossa zona ou da nossa terra».”).

As reacções mais negativas foram identificadas por Ricardo Rodrigues e por Artur Silva. Ricardo menciona o período inicial da Rádio Alfa, em que os ouvintes reagiram mal às músicas e às informações que eram divulgadas, sobretudo por não abordarem apenas a realidade portuguesa (“Lembro-me muito bem que no princípio nos massacravam pelo telefone, chamavam-nos todos os nomes, não só por aquilo que fazíamos a nível de informação, mas também a nível da música, por exemplo, da divulgação da música portuguesa.”) O mesmo tipo de reacção foi identificada por Artur Silva, relativamente às entrevistas feitas no estúdio a Jean-Marie Le Pen, ex-líder do partido francês de extrema-direita, Frente Nacional (“Quando há eleições presidenciais aqui e, como vivemos em democracia, somos obrigados a convidar todos os candidatos, entre os quais o de extrema- direita, racista, xenófoba, que é o senhor Jean Marie Le Pen. Evidentemente somos tratados de todos os nomes. Como é que nós ousamos receber uma pessoa desse calibre?”).

Os entrevistados conseguem ter uma melhor percepção das reacções dos ouvintes na festa dos Santos Populares. Aí consideram que os ouvintes são frontais naquilo que expressam, mas sentem igualmente que há uma apreciação e valorização do trabalho que é realizado pela Rádio Alfa (“Aí há um contacto directo com as pessoas e dizem-nos quase sempre [...] do que gostam e do que não gostam. E isso é bom. Porque enquanto as pessoas nos dizem o que gostam e o que não gostam quer dizer que nos dão interesse e que nos ouvem”, Carlos Candeias; “Sentimos isso sobretudo na festa da Rádio Alfa, quando vão lá milhares de pessoas, eles têm um grande carinho pela rádio, e penso que querem que este projecto continue para a frente e que vá evoluindo”, Ester de Sousa).

Durante o estágio foi possível presenciar algumas reacções dos ouvintes, mais por via telefónica. Como exemplos, refiro um ouvinte que ligou porque não estava de acordo com o que Anabela da Cunha tinha dito no seu programa acerca da legalização de viaturas em Portugal, e outro ouvinte que ligou para dizer que um animador tinha utilizado uma palavra



que não existia em português. Estas reacções foram imediatas, tendo os ouvintes ligado logo após os programas terem terminado. A maioria das vezes os ouvintes querem falar com o animador em questão.

## **7 - Importância da Rádio Alfa enquanto meio de divulgação da cultura portuguesa**

O trabalho realizado pela Rádio Alfa no que diz respeito à divulgação da cultura portuguesa é considerado bastante importante por quase todos entrevistados, sendo que apenas Vítor Santos questionou se faz parte das funções de uma rádio divulgar uma determinada cultura (“Será que é a Rádio Alfa que tem de fazer a divulgação da cultura? Será que é o papel de uma rádio divulgar uma cultura? Eu não estou aqui para ensinar ninguém a falar português ou para contar a história de Portugal.”).

Dois dos entrevistados, Artur Silva e Ricardo Rodrigues, consideram, no entanto, que esse papel de divulgação já foi mais importante do que aquilo que é actualmente (“Relativamente à difusão da cultura portuguesa, relativizo muito o lugar que a Rádio Alfa ocupa hoje”, Artur Silva; “Tem importância, apesar de eu considerar que já teve mais”, Ricardo Rodrigues). Por terem estado envolvidos na criação da Rádio Alfa, conseguem ter outra perspectiva da evolução que a rádio teve nesse âmbito. Artur Silva salienta que a dificuldade na divulgação da cultura prende-se com o facto de as novas gerações de luso-descendentes já não terem como cultura dominante a cultura portuguesa. Por muitos deles já terem nascido na França, a cultura de origem deles é a francesa. É por isso que Artur considera que a divulgação que é feita na Rádio Alfa tem de ir mais no sentido do que é feito em França (“Para mim a cultura tem a ver com aquilo que nós estamos a viver. [...] O que se tenta fazer a nível da divulgação da cultura é dar a conhecer toda uma série de portugueses que estão aqui. Uns são encenadores, outros realizadores, outros pintores, etc. Tentamos divulgar aquilo que um certo número de associações fazem no capítulo cultural. Cultural com um c grande. Um festival de folclore talvez não tenha a ver com cultura, muito menos com a cultura de origem.”). No sentido de divulgar a cultura portuguesa há muitas notícias que visam mostrar o trabalho de artistas portugueses, não só ao nível da música, mas também ao nível da pintura ou da escrita. Foi possível constatar isso durante os três meses de estágio onde foram noticiadas várias exposições de artistas portugueses, alguns deles residentes em França. Da mesma forma, divulgou-se o trabalho de escritores portugueses, entre os quais Júlio Magalhães e José Luís Peixoto, a propósito das suas presenças em Paris. A fim de fazer esta divulgação cultural, a Rádio Alfa está atenta ao que é feito em instituições, como o Centro Cultural Calouste Gulbenkian, o Instituto Camões em Paris ou ainda o Departamento de Português da Universidade Sorbonne Nouvelle. Quanto à divulgação das associações e das suas actividades a nível cultural pode-se referenciar, a título de exemplo, a associação Cap Magellan e um encontro realizado com o fotógrafo português Edgar Martins, ou ainda o

concerto da fadista Mafalda Arnauth, organizado pela Association Culturelle de Neuilly sur Seine. Para Ricardo Rodrigues, o papel da Rádio Alfa neste âmbito teve mais relevância aquando dos primeiros anos da rádio. No início a Rádio Alfa alterou a maneira como os emigrantes portugueses encaravam a música portuguesa através da divulgação de novas bandas do panorama musical português da época. (“Acho que mudámos um pouco a mentalidade da comunidade portuguesa. [...] Na música [os ouvintes] só queriam ouvir fado, folclore ou aquelas músicas antigas. Mas uma coisa é certa, nós não fomos por aquilo que eles queriam, fomos por aquilo que considerávamos que era a evolução portuguesa. Começámos a dar rock e, aos poucos e poucos, as pessoas foram gostando, foram ouvindo e, por fim, até já compravam discos de rock.”).

Os restantes entrevistados consideram que a Rádio Alfa faz um bom trabalho no que diz respeito à divulgação da cultura portuguesa (“Numa escala de 0 a 20, dou 18”, Carlos Candeias; “É essencial”, Ester de Sousa). Olívia Vaz e Anabela da Cunha salientam ainda que a Rádio Alfa pode servir como meio de colocar à disposição dos luso-descendentes a língua portuguesa ou pode, ainda, ser uma forma de transmitir factos importantes sobre a cultura portuguesa, como determinadas datas ou acontecimentos importantes (“ [...] sobretudo os luso-descendentes que nasceram aqui, têm a possibilidade, ainda que tenham estudado um bocadinho de português, de manter precisamente esse contacto mais directo”, Olívia Vaz; “[...] para quem já tem filhos nascidos aqui e que se interessem pela cultura portuguesa e que não tenham tido oportunidade de a aprender, há coisas que se aprendem com a Rádio Alfa”, Anabela da Cunha).

## **8 - Adesão dos luso-descendentes mais jovens**

Quando confrontados sobre a capacidade da Rádio Alfa em captar a atenção das camadas mais jovens de luso-descendentes, Carlos Candeias, Vítor Santos e Anabela da Cunha partilham a opinião de que a rádio é bem-sucedida nesse aspecto. Carlos considera que o esforço que a Rádio Alfa tem feito para se adaptar às novas gerações, quer em termos informativos quer a nível musical, é reconhecido pelos luso-descendentes mais jovens e, prova disso, é a festa dos Santos Populares, que recebe pessoas de todas as gerações (“ [...] a festa dos Santos Populares, realizada em Junho, reúne mais de 30 mil pessoas. Isso é uma prova evidente de que a Rádio Alfa consegue motivar e reunir portugueses da antiga e da nova geração.”). Vítor partilha da mesma opinião que Carlos, mas acrescenta que a adesão só não é maior porque muitos jovens ainda têm uma ideia errada daquilo que Rádio Alfa faz (“Há aquele cliché da Rádio Alfa, porque a associaram sempre à rádio do futebol, à rádio dos ranchos. Pode ter sido assim, mas agora deixou de ser isso.”) E como exemplo de que a rádio não pode ser mais associada apenas a isso, Vítor fala do programa *As Docas*, com o DJ Albert, onde passam as músicas que estão a fazer sucesso a nível internacional. Quanto a Anabela, a prova de que a programação da Rádio Alfa não é dirigida apenas para a primeira geração de

portugueses está no facto de ter participantes no seu programa diário *Ponto de Encontro*, transmitido entre as 09:00 e as 12:00, com idades correspondentes a gerações mais novas (“Eu, sempre que posso, pergunto a idade da pessoa que está a falar comigo em directo, e posso dizer que, por vezes, se situa, mesmo no espaço horário que eu animo, entre os 25 e os 45 anos.”).

Artur Silva discorda destas posições (“Acho que efectivamente a Rádio Alfa não responde a essa expectativa dessa camada de jovens.”). Esta dificuldade em corresponder às expectativas prende-se com o facto de as gerações mais novas apresentarem gostos e necessidades diferentes, às quais a Rádio Alfa não dedica a devida atenção (“ [...] os jovens de 20 anos preferem ouvir outras rádios porque têm música mais viva [...] O folclore é uma coisa muito bonita mas gostariam de saber um pouco mais, até porque estão perfeitamente integrados aqui: vão ao teatro e ao cinema.”).

Concordando com a posição de Artur, Ester de Sousa considera que a dificuldade em atrair os mais jovens advém do tipo de programação existente e do facto de o português já não ser a língua de origem destas novas gerações (“Há outras rádios aqui em França que propõem coisas que, se calhar, lhes interessam mais e que têm mais a ver com eles. [...] E depois porque muitos deles também já não falam com tanta facilidade o português. E a maior parte dos nossos programas são em português. E aí existe uma barreira que é difícil de ultrapassar para nós no que diz respeito às camadas mais jovens.”)

A programação, principalmente a musical, surge, para Olívia Vaz, como uma das falhas na conquista dos mais jovens, apesar de não negar que haja luso-descendentes a ouvir a Rádio Alfa (“Acho que a rádio devia ser mais aberta aos luso-descendentes, porque já nasceram aqui e têm uma outra cultura. Não é que seja muito diferente ou distante da nossa, mas têm uma cultura musical a nível mundial. [...] Não sei dizer até que ponto ouvem mais ou menos, mas penso que, se calhar, a Rádio Alfa não é de certeza a única rádio que ouvem.”)

Já Ricardo Rodrigues admite que, apesar de ser uma tarefa complicada, têm sido feitos alguns esforços ao nível da programação para atrair as camadas mais jovens. A conquista deste público é uma tarefa importante, à qual deve ser dedicada especial atenção, porque a existência da Rádio Alfa no futuro depende deles (“Creio que a Rádio Alfa corre um sério risco nos próximos anos. Se não agarrar desde já essa segunda e terceira geração de portugueses aqui em França, corre o risco de desaparecer.”).

## **5.2. Entrevistas aos membros das associações portuguesas**

No total foram feitas oito entrevistas junto de sete associações portuguesas: Association Culturelle Franco-Portugaise de Chilly-Mazarin; Association Amicale Portugaise Culturelle de Créteil; Association Franco-Portugaise de Draveil; Association Culturelle Portugaise de Choisy le Roi, Association Culturelle de Neuilly sur Seine; Association Portugaise Culturelle et Sociale de Pontault Combault e Associação Alegrias e Prazeres de Morangis. O critério para a escolha destas associações foi a proximidade geográfica em relação à Rádio Alfa, havendo também

uma preocupação em escolher associações que desenvolvessem actividades diferentes. Para as entrevistas optou-se por escolher as pessoas que ocupavam a presidência na associação ou que possuísem um cargo na direcção ou administração na dita associação (apenas numa das associações não foi possível falar com o presidente ou com alguém da administração). A principal razão para esta escolha reside no facto de estas pessoas terem uma melhor percepção do trabalho que é feito em conjunto com a Rádio Alfa.

Por motivos que se prendem com questões de ética, os nomes dos entrevistados não serão aqui revelados, tendo sido substituídos por números (entrevistado 1, entrevistado 2, etc.). Os dados relativos aos membros das associações estão mais especificados no Anexo 3.

Dos oito entrevistados, dois afirmaram não ouvir a Rádio Alfa, apresentando como motivos o facto de se sentir mais próxima da cultura francesa do que da portuguesa (“Eu estou mais ligada à cultura francesa, por isso não oiço a Rádio Alfa”, entrevistado 3), e o facto de haver pouco tempo de antena dedicado à música (“Eu, sinceramente, não costumo ouvir a Rádio Alfa. Eu costumo dizer que na Rádio Alfa as pessoas falam muito e eu gosto de ouvir música”, entrevistado 8). Dos restantes seis entrevistados todos afirmam ouvir a Rádio Alfa: dois deles não especificaram nenhum programa (entrevistados 4 e 6); três ouvem fado (entrevistados 1, 2 e 5); dois ouvem as informações e quando há futebol (entrevistados 2 e 5); e um afirma ouvir apenas o programa *Espaço Aberto* (entrevistado 7).

## **1 - Trabalho realizado pela Rádio Alfa junto da comunidade portuguesa**

A opinião geral dos entrevistados é que a Rádio Alfa tem vindo a desempenhar, desde a sua criação, um trabalho importante junto da comunidade portuguesa (“Acho que faz um bom trabalho”, entrevistado 1; “É sempre importante divulgar a cultura portuguesa”, entrevistado 2; “Acho que é indispensável”, entrevistado 3; “Eles desenvolvem um bom trabalho”, entrevistado 4; “Acho que é muito bom para a comunidade portuguesa”, entrevistado 5; “Tem um grande impacto”, entrevistado 6; “Acho que sim, que faz um bom trabalho”, entrevistado 7; “A Rádio Alfa é uma rádio verdadeiramente importante aqui em França e é ela que representa toda a nossa comunidade”, entrevistado 8).

Os entrevistados dão destaque ao trabalho que a Rádio Alfa faz junto das associações portuguesas, enquanto meio através do qual estas se podem promover e divulgar eventos e actividades. Consideram que a Rádio Alfa presta um grande serviço à comunidade portuguesa por dar esse apoio às associações (“Já me servi dela muitas vezes para fazer publicidade”, entrevistado 1; “Diversas vezes apresentam associações, muitas folclóricas”, entrevistado 2; “Desde que haja um evento nós vamos pedir à Rádio Alfa que o difunda em antena. Eles divulgam todas as actividades que há na região da Île de France”, entrevistado 4; “Sempre que precisamos dela [Rádio Alfa], ela está sempre pronta para nos acolher”, entrevistado 5; “[...] a agenda associativa, que nos dá gratuitamente a oportunidade de divulgar algumas das nossas manifestações”, entrevistado 6; “A Rádio Alfa é para nós uma maneira de se fazer

conhecer. Permite-nos fazer publicidade aos nossos grupos. [...] É bom sermos assim unidos e acho que a Rádio Alfa une todas as associações”, entrevistado 8).

Ao nível do trabalho desempenhado pela Rádio Alfa junto da comunidade portuguesa apenas dois dos entrevistados apontam algumas falhas. O entrevistado 3 aponta a falta de apoio a associações mais pequenas (“Só culpo a Rádio Alfa por não acompanhar mais as pequenas associações de bairro, que não têm muitos meios, mas que fazem um bom trabalho através da boa vontade dos habitantes”), enquanto o entrevistado 4 refere o facto de nem todos os eventos ou actividades serem difundidos em antena (“O problema é que há certas manifestações que eles não dizem. É preciso ir ao site da Rádio Alfa.”)

Alguns dos entrevistados referiram ainda a realização da festa dos Santos Populares, realizada pela Rádio Alfa todos os anos (“Sei que fazem a festa dos Santos Populares”, entrevistado 2; “a festa que se chama Santos Populares é muito importante, onde se encontra todo o tipo de público”, entrevistado 3; “Eu acho que é uma festa boa e que atrai muita gente”, entrevistado 5).

## **2 - A Rádio Alfa enquanto meio de divulgação da cultura portuguesa**

Há um consenso entre os entrevistados no que diz respeito ao papel da Rádio Alfa enquanto meio de divulgação da cultura portuguesa. Os entrevistados partilham da opinião de que a rádio divulga bem todos os eventos que estão de alguma forma relacionados com Portugal ou com a comunidade portuguesa (“É uma rádio que traz muitas coisas boas para os portugueses”, entrevistado 1; “É bom que continue. É sempre um bocado de cultura que nós temos”, entrevistado 2; “Sempre que há uma manifestação sobre as tradições portuguesas eles divulgam bem. Fazem o necessário para que as pessoas a vejam”, entrevistado 4; “Ela tem desenvolvido bem o seu trabalho. Tem desenvolvido bem a cultura portuguesa”, entrevistado 5).

Para o entrevistado 7, a cultura divulgada pela Rádio Alfa é aquela que corresponde mais à comunidade portuguesa residente em França, mas acrescenta que a Rádio Alfa podia abranger outro tipo de projectos, opinião que também é partilhada pelo entrevistado 6 (“Ao nível da cultura acho que deviam apoiar projectos de mais realce. Mas ao nível das necessidades da comunidade, acho que estão dentro das expectativas deles”, entrevistado 7; “Acho que podia ser melhor, mas eles também se tentam adaptar um pouco ao que pede a comunidade. Mas quando há eventos de qualidade, eles sabem reconhecê-los. Como nós, quando fazemos as noites de fado, temos sempre um grande apoio da parte deles”, entrevistado 6). É no sentido desta adaptação à comunidade portuguesa que o entrevistado 3 fala do sucesso do futebol (“Em relação ao futebol, o sucesso é grande. Os senhores gostam muito de ouvir a rádio por causa do futebol.”)

O entrevistado 8 também partilha da opinião de que a cultura difundida pela Rádio Alfa corresponde mais à cultura que os portugueses residentes em França esperam, do que à cultura que existe em Portugal (“Acho que o que ela desenvolve mesmo é a cultura dos

emigrantes portugueses. Porque a cultura portuguesa e a cultura que nós temos aqui é diferente. Nós vemos a cultura portuguesa de outra maneira. E acho que a Rádio Alfa desenvolve mais a imagem que nós temos, as saudades do nosso país, as saudades que temos das nossas tradições.”)

O fado é considerado, pelo entrevistado 5, como um dos grandes sucessos na divulgação feita pela Rádio Alfa (“Gosto muito do programa que passa às sextas-feiras, o programa de fado. E eles também fazem muitos espectáculos de fado. É uma coisa importante.”)

### **3 - Adesão dos luso-descendentes mais jovens**

Para dois dos entrevistados, os luso-descendentes demonstram um grande interesse pela Rádio Alfa, que se pode verificar na realização da festa dos Santos populares (“Mesmo quando é a grande festa da Rádio Alfa, como eu estou na área do comércio, oiço os jovens muito contentes a dizerem que querem ir à festa. [...] Traz também muita canção moderna que a malta mais nova gosta”, entrevistado 1; “Em relação à festa que eles fazem no mês de Junho, há lá muitos jovens. Eu acho que há jovens que também ouvem e que estão atentos a todas as manifestações na região parisiense”, entrevistado 4).

A posição que gera mais consenso entre os entrevistados é a de que a Rádio Alfa não consegue conquistar as gerações mais novas dos luso-descendentes (“A mocidade está mais ligada à França. Ouvem mais música francesa e inglesa”, entrevistado 2; “O pessoal novo já não liga tanto à rádio”, entrevistado 5). A principal causa apontada pelos entrevistados para esta falta de interesse é o género de música difundida pela Rádio Alfa (“Porque a rádio pode passar também música para gente nova mas a maior parte é música dos cantores portugueses antigos, folclore ou fado. E isso não atrai muito a mocidade”, entrevistado 2; “Eu acho que ao nível, por exemplo, da música mais conceituada em Portugal, acho que podiam dar uma imagem mais actualizada do meio musical. Estou agora a pensar nos Deolinda, ou outros, como Oquestrada, grupos de qualidade. Eu acho que não passam o suficiente na Rádio Alfa e não temos conhecimento da boa música e de grupos que mereciam ter muito mais atenção”, entrevistado 7). Para as gerações mais recentes, o facto de uma rádio emitir em português não é motivo suficiente para que a oiçam. A música é importante na escolha da rádio que ouvem (“Se eles comessem a pôr mais programas só de música, de grupos muito conhecidos em Portugal e que nós aqui não temos o hábito de ouvir. Assim iam atrair muitas mais pessoas. [...] Nós não ouvimos uma rádio porque ela é portuguesa, é porque ela propõe bons programas”, entrevistado 8).

Numa posição intermédia, o entrevistado 6 afirma que há luso-descendentes que ouvem a Rádio Alfa, mas que as gerações mais recentes apresentam outras expectativas (“Hoje temos jovens de 30 e tal anos, são formadas e tudo mais, de certeza que gostariam de ouvir outras coisas com mais abertura.”).

#### 4 - Alterações a realizar na programação da Rádio Alfa

Dos oito entrevistados, apenas dois afirmam não haver necessidade de fazer alterações na programação da Rádio Alfa, por considerarem que esta agrada a toda a gente (“Acho que está muito bem como está. Acho que as pessoas gostam muito”, entrevistado 1; “Não, porque há um pouco de tudo. Há música da geração mais antiga e há música para a geração actual. Há variedade”, entrevistado 4).

Os restantes entrevistados falam de alterações que deveriam ser feitas a nível musical. A Rádio Alfa devia dedicar mais espaço às músicas que estão a ter sucesso, quer em Portugal, quer a um nível internacional (“É preciso que eles modernizem na música”, entrevistado 3; “Actualizar e ir buscar o que nós consideramos da *world music*. O que eu oiço na Antena 3 ou na Rádio Comercial de música portuguesa, havia de ser o mesmo aqui”, entrevistado 7; “A Rádio Alfa devia fazer, às horas em que há bastantes jovens a ouvir a rádio, um programa que permite ouvir músicas jovens lá de Portugal [...] Acho que se deviam envolver mais na cultura portuguesa de lá e ver se conseguem trazer um pouco dessa cultura para França. É isso que nós esperamos aqui”, entrevistado 8).

O entrevistado 6 sugere ainda que sejam feitos programas que estejam mais relacionados com a realidade francesa (“Devia ter uma relação mais profunda com certos temas e com debates, também ao nível da vida política e social francesa”), enquanto o entrevistado 2 sugere, fora do âmbito da programação, que a Rádio Alfa se envolva mais na realização de concertos (“Fazer espectáculos para a mocidade. Trazer artistas recentes, os mais novos que existem agora em Portugal.”).





## Capítulo 6. Discussão e conclusões

Após a análise das entrevistas realizadas junto dos profissionais da Rádio Alfa e dos membros das associações portuguesas, neste capítulo pretende-se verificar se as respostas dadas pelos entrevistados e, por consequente, as suas opiniões, confirmam ou não as hipóteses colocadas nesta investigação. Esta discussão dos resultados será feita abordando hipótese a hipótese.

A primeira hipótese que foi colocada afirmava que os profissionais da Rádio Alfa percebem-na, maioritariamente, como uma rádio ao serviço da comunidade e da cultura portuguesa. Após o tratamento da informação recolhida através das entrevistas é possível verificar que os membros entrevistados consideram que o trabalho que a Rádio Alfa faz tem sempre em vista a comunidade portuguesa, bem como a transmissão de elementos culturais de alguma forma relacionados com Portugal. Apenas um dos entrevistados partilhou uma opinião diferente relativamente ao papel da Rádio Alfa no que diz respeito à divulgação da cultura portuguesa.

O trabalho desenvolvido pela Rádio Alfa junto da comunidade portuguesa pode-se identificar nas respostas dos entrevistados quando se referem à programação da rádio, aos programas que dedicam espaços à resolução de problemas, ao trabalho feito em conjunto com as associações ou às próprias notícias que visam sempre uma aproximação a essa comunidade.

Na programação houve vários entrevistados que referiram o programa *Ponto de Encontro* como exemplo da atenção dedicada à comunidade portuguesa. O facto de haver a preocupação de convidar para o programa advogados, franceses e portugueses, mostra que é dedicada especial atenção aos emigrantes portugueses, permitindo-lhes, assim, ter uma espécie de consulta telefónica onde podem colocar questões. Os próprios temas escolhidos para o programa mostram a existência de uma preocupação em fazer uma ponte entre as duas realidades em que os emigrantes estão inseridos, como por exemplo a legalização de viaturas francesas em Portugal. Os entrevistados especificaram, igualmente, o trabalho feito em conjunto com as associações portuguesas, nomeadamente o programa *Espaço Aberto*. A disponibilização de um programa para a divulgação do trabalho realizado pelas associações mostra que um dos objectivos da Rádio Alfa passa por divulgar a toda a comunidade aquilo que é feito no mundo associativo.

No que é feito ao nível da informação, os jornalistas salientaram igualmente que a linha de orientação dos noticiários é sempre a proximidade à comunidade portuguesa. É com esse intuito que os espaços informativos abordam em primeiro lugar a realidade francesa, por ser aquela que mais próxima está dos emigrantes portugueses, bem como aquilo que é feito no seio da comunidade portuguesa residente em França, e só depois abordam Portugal e a actualidade internacional. O facto de os entrevistados terem referido que as notícias feitas de raiz pela redacção estão maioritariamente relacionadas com a comunidade portuguesa

mostra que a Rádio Alfa pretende fazer um trabalho que a aproxime dos emigrantes portugueses.

Quanto ao trabalho feito ao serviço da cultura portuguesa, a maioria dos profissionais da Rádio Alfa partilha a opinião de que esse é igualmente um dos principais objectivos da estação desde a sua criação, se bem que alguns considerem que essa função já foi mais importante do que actualmente. O facto de muitos deles salientarem a divulgação das actividades culturais das associações portuguesas, entre as quais concertos, encontros com artistas portugueses ou encontros folclóricos, mostra que existe realmente uma preocupação da Rádio Alfa em divulgar actividades que estejam relacionadas com a cultura portuguesa e que a representem. Outros entrevistados referiram ainda a importância do português, língua dominante das emissões da Rádio Alfa. O facto de os programas serem feitos em português permite-lhes, assim, divulgar um dos principais aspectos de qualquer cultura, isto é, a sua língua. Ainda na divulgação da cultura portuguesa, os entrevistados referiram a grande quantidade de música portuguesa que é divulgada na Rádio Alfa, que vai desde os fados mais antigos até às bandas mais recentes. O fado adquire, de facto, um papel importante, na medida em que existe um programa e uma webrádio inteiramente dedicados a este género musical.

Os entrevistados falaram ainda da festa organizada todos os anos pela Rádio Alfa, a festa dos Santos Populares, destacando-a como uma das principais actividades feitas junto da comunidade portuguesa, ao mesmo tempo que se impõe como um marco da cultura portuguesa na região de Paris. Isto porque a festa consiste num conjunto de concertos com vários artistas portugueses, que vão desde o fado até ao rock.

Quanto à segunda hipótese, que afirmava que os profissionais da Rádio Alfa têm uma percepção maioritariamente positiva acerca da sua relação com a comunidade portuguesa, através das respostas dos entrevistados é possível confirmar que, de facto, essa percepção é positiva. Apesar de alguns dos entrevistados terem afirmado que nos primeiros anos da rádio essa relação era mais intensa e próxima, todos eles caracterizam a relação com a comunidade portuguesa como sendo bem-sucedida.

Para a existência desta boa relação os profissionais da Rádio Alfa salientaram o papel que, desde o início, a rádio veio desempenhar para os emigrantes portugueses enquanto elo de ligação com o país de origem. As saudades que se fazem sentir entre aqueles que emigraram para França podem ser colmatadas através da Rádio Alfa, quer pelas notícias divulgadas sobre Portugal, quer devido à música portuguesa que a rádio divulga.

A referência ao papel social que a Rádio Alfa desempenha junto da comunidade portuguesa é também um factor importante para essa boa relação. O facto de os profissionais da rádio portuguesa se disponibilizarem a aceder aos pedidos dos ouvintes em busca de contactos, que vão desde advogados a agências funerárias, ou a estarem disponíveis para ouvir aqueles ouvintes que ligam apenas para conversar, sem quererem entrar em directo, contribui igualmente para a boa relação entre a Rádio Alfa e a comunidade portuguesa.

Esta boa relação é perceptível, de acordo com as respostas dos entrevistados, através das participações dos ouvintes nos programas e das suas reacções àquilo que é feito na Rádio Alfa. Os profissionais da rádio, ao salientarem o facto de os ouvintes gostarem de participar, quer seja nos passatempos, onde podem ou não ganhar prémios, quer seja nos programas onde lhes é permitida uma intervenção em directo para esclarecimento de dúvidas ou para partilhar uma opinião, provam que existe uma boa relação com os ouvintes. Tendo em conta as reacções dos ouvintes, e apesar de terem consciência de que é impossível agradar a todos, os entrevistados consideram que os *feedbacks* que lhes chegam demonstram que a relação é positiva. Quer seja através de telefonemas feitos pelos ouvintes que visam felicitar a Rádio Alfa pelo trabalho realizado, quer seja na festa dos Santos Populares, onde os ouvintes têm a oportunidade de estar mais próximos dos profissionais da rádio, as reacções mostram que os ouvintes apreciam o trabalho realizado pela Rádio Alfa e apoiam o projecto.

São estas as posições dos profissionais da Rádio Alfa. Importa agora saber as opiniões dos membros das associações, neste caso relativamente à terceira hipótese, segundo a qual os representantes das associações da comunidade portuguesa têm uma percepção maioritariamente positiva acerca do trabalho realizado pela Rádio Alfa. Após a análise das entrevistas realizadas junto dos membros das associações é possível constatar que todos partilham a opinião de que a rádio portuguesa em Paris desempenha um bom trabalho junto da comunidade portuguesa, nomeadamente das associações, e que esse trabalho é muito importante para os emigrantes portugueses. Os membros das associações entrevistados realçam a importância da Rádio Alfa no que diz respeito à sua colaboração com as associações portuguesas. O facto de a rádio divulgar as actividades promovidas pelas associações é considerado pelos entrevistados como um trabalho que beneficia toda a comunidade portuguesa, na medida em que permite que todos tenham acesso a essas informações e possam participar mais nessas actividades.

No que diz respeito ao trabalho da Rádio Alfa na divulgação da cultura portuguesa, as opiniões dividem-se. Quatro dos entrevistados classificam esse trabalho como positivo, enquanto outros quatro, apesar de considerarem que esse é um trabalho importante, partilham da opinião de que a Rádio Alfa se adequa apenas às necessidades da comunidade e que se devia aplicar noutros tipos de projectos.

A nossa quarta hipótese afirmava que, na opinião dos entrevistados, os emigrantes da primeira geração têm uma percepção mais positiva acerca do trabalho realizado pela Rádio Alfa do que os luso-descendentes. Do total dos 15 entrevistados, cinco (três entre os membros da rádio e dois entre os das associações) consideram que a Rádio Alfa tem uma programação que se adequa aos luso-descendentes e, por isso, afirmam que a rádio não apresenta dificuldades na sua relação com as camadas mais jovens. Os restantes entrevistados, ou seja, dois terços, partilham da opinião de que os portugueses das gerações mais recentes apresentam necessidades e gostos diferentes daqueles da primeira geração e que a Rádio Alfa

não corresponde a essas necessidades. A maioria destes inquiridos salienta ainda que os luso-descendentes já se encontram mais integrados na sociedade e na cultura francesa e que por isso as suas expectativas são diferentes.

Os emigrantes da primeira geração, apesar de se terem integrado na sociedade francesa, mantêm um elo de ligação mais forte com as suas raízes do que os luso-descendentes. O processo de formação de identidade dos filhos dos emigrantes já foi distinto do dos seus progenitores, na medida em que o contacto com a sociedade autóctone se fez sentir de forma mais intensa e constante. Daí que as necessidades, expectativas e gostos sejam distintos daqueles da primeira geração.

O facto de a Rádio Alfa ter como principal língua o português é apontado como um dos factores que afasta a rádio dos mais jovens, na medida em que esta não é mais a língua falada pelas novas gerações. O tipo de música divulgada na rádio, bem como a ligação que ainda existe ao folclore, ao fado e ao futebol surgem também como possíveis factores para que a adesão dos luso-descendentes à Rádio Alfa não seja maior.

Grande parte da programação da Rádio Alfa, quer ao nível dos programas em si, quer a nível da programação musical, vai mais ao encontro dos emigrantes de primeira geração, que têm uma maior necessidade de estar ligados a Portugal. Deste modo, a Rádio Alfa funciona para eles como uma forma de criar uma “comunidade imaginada”, na medida em que lhes permite partilhar um conjunto de interesses e de valores em relação ao país de origem.

Quanto às gerações mais novas, estas encontram-se divididas entre dois mundos: o mundo do quotidiano, que corresponde às suas vidas no país onde habitam (neste caso, a França) e o mundo “das férias de verão”, vivido no mês de Agosto, altura em que existe um maior contacto com a realidade portuguesa. Para estas gerações a cultura francesa é aquela que é vivida, enquanto a cultura portuguesa é, mais do que “imaginada”, ficcionada ou inventada, na medida em que o contacto das camadas mais jovens com a cultura portuguesa é escasso. Os luso-descendentes não estão, então, integrados na “comunidade imaginada” ou no “mundo imaginado” do qual os emigrantes de primeira geração fazem parte, uma vez que não partilham os mesmos interesses e valores de origem.

Importante também para este distanciamento dos luso-descendentes é o facto de, como um dos profissionais da rádio realçou, estes ainda associarem a Rádio Alfa à música pimba, ao fado, ao rancho e ao futebol. No entanto, apesar de a rádio continuar a divulgar este tipo de conteúdos, eles encontram-se organizados em programas específicos. A programação da estação, actualmente, vai bastante para além disso, ao divulgar bandas e cantores portugueses mais recentes como Deolinda ou Aurea, e também sucessos internacionais. Este mesmo entrevistado explicou que também existe uma falta de interesse por parte destas camadas mais jovens em saber aquilo que a Rádio Alfa faz.

A quinta e última hipótese a ser testada afirmava que a forma como os diversos entrevistados percebem o conceito de “cultura portuguesa” não é consensual; prende-se, portanto,

com aquilo que os diferentes entrevistados entendem por cultura portuguesa, com a sua concepção de cultura portuguesa.

Entre os membros das associações portuguesas a cultura portuguesa surge principalmente ligada ao folclore, às festas realizadas nas associações, ao fado e ao futebol. Quando questionados sobre a cultura portuguesa divulgada pela Rádio Alfa, foram estes os principais aspectos a ser destacados. Para além destas referências, alguns dos profissionais da rádio falaram na língua portuguesa, enquanto outros referiram a música típica portuguesa. No entanto, um dos entrevistados afirmou que a cultura portuguesa que tem de ser divulgada na Rádio Alfa não pode ser igual àquela divulgada em Portugal, porque não é essa a realidade dos ouvintes, principalmente das gerações mais novas.

O facto de a Rádio ter ouvintes de gerações diferentes faz com que ela tenha de se situar numa “cultura híbrida”. Precisa de ter elementos característicos de diferentes culturas, tem de se tentar adaptar às diferentes necessidades dos seus ouvintes. Nesse sentido, por exemplo a nível musical, tem de ter elementos que sejam característicos de diferentes culturas, como a portuguesa, a francesa e algo que seja mais internacional, algo daquilo que se designa de *world music*. Apesar de não haver uma cultura mundial, com a globalização, e ao nível musical, há temas que se tornam sucessos mundiais.

Um dos entrevistados afirmou que a cultura portuguesa partilhada pelos emigrantes não é a mesma cultura que se vive em Portugal e que a cultura divulgada pela Rádio Alfa é a cultura dos emigrantes portugueses. Quando as pessoas se deslocam para outros países transportam sempre consigo pedaços da sua cultura de origem, por isso os emigrantes de primeira geração levaram um conjunto de traços culturais, entre os quais o fado, o futebol e o folclore, e aos quais ainda se encontram muito ligados. Prova disso mesmo são as várias associações que funcionam em torno do futebol e do folclore. No entanto, as gerações seguintes, ao conviverem com culturas diferentes, estão inseridas em “culturas híbridas” e têm uma noção diferente daquilo que é considerado como sendo cultura portuguesa. É nesse sentido que a divulgação da cultura portuguesa feita pela Rádio Alfa tem de passar por aquilo que indivíduos portugueses ou de origem portuguesa possam estar a fazer a nível cultural, por exemplo, na França.

A Rádio Alfa é, assim, vista pelos profissionais da Rádio Alfa como sendo uma rádio que se encontra ao serviço da comunidade e da cultura portuguesa. Os programas, o serviço informativo, as músicas divulgadas e as iniciativas promovidas junto dos ouvintes demonstram que existe uma preocupação em ir ao encontro da comunidade portuguesa e daquilo que é feito ao nível cultural e que possa estar ligado à cultura portuguesa.

A boa adesão da comunidade portuguesa à Rádio Alfa, bem como a participação dos ouvintes nos programas e as suas reacções fazem os profissionais da Rádio Alfa ter a noção de que a sua relação com a comunidade portuguesa pode ser considerada como bem-sucedida.

Do mesmo modo, os representantes das associações portuguesas consideram que o trabalho realizado pela Rádio Alfa é um trabalho bem concretizado e que vai ao encontro daquilo que são as expectativas da maior parte da comunidade portuguesa. Consideram que a divulgação

feita sobre as associações portuguesas é importante e que beneficia toda a comunidade portuguesa, principalmente aquela que reside na região de Paris.

Apesar de tanto os profissionais da rádio como os representantes das associações considerarem que a Rádio Alfa tem vindo a desenvolver um bom trabalho, a maioria dos entrevistados tem a noção de que há ainda muito para ser feito, nomeadamente no que diz respeito aos luso-descendentes. Existe uma dificuldade em conquistar as camadas mais jovens devido à diferença de gostos, expectativas e necessidades. Criados desde cedo na sociedade francesa, a percepção que estes têm da cultura portuguesa é distinta daquela dos emigrantes da primeira geração. Se a Rádio Alfa funciona junto destes como um meio de criação de uma “comunidade imaginada”, junto dos luso-descendentes o efeito não é o mesmo.

A percepção daquilo que é ou não cultura portuguesa também é algo difícil de definir, sendo que entre os entrevistados foram apresentadas noções diferentes. Há traços culturais que continuam a ser associados à cultura portuguesa, tais como o fado, o folclore e o futebol. Mas tendo em consideração que a realidade em que a Rádio Alfa e os seus ouvintes estão inseridos é diferente da realidade portuguesa, a cultura divulgada pela Rádio não pode, ou não deve, ser igual àquela divulgada em Portugal. A emigração e os meios de comunicação são dois aspectos que ajudam na criação de “culturas híbridas” e, por isso, a Rádio Alfa tem de fazer um cruzamento de culturas e tentar direccionar-se para as diferentes expectativas dos seus diferentes ouvintes.

A Rádio Alfa desempenhou, desde o seu início, um papel importante junto da comunidade portuguesa e, actualmente continua a ser importante. No entanto, continua a ser a primeira geração que se encontra mais ligada à rádio portuguesa de Paris. As gerações seguintes encontram-se mais distantes porque o seu processo de formação identitária foi distinto daquele dos seus progenitores, e isso leva a uma transformação decisiva das necessidades sentidas e das suas expectativas. É nesse sentido que a Rádio Alfa permite uma partilha de uma identidade cultural portuguesa entre os emigrantes da primeira geração, na medida em que estes ainda falam muito português e têm em comum o interesse em ter um elo de ligação com o país de origem. Quanto aos luso-descendentes, a ligação com Portugal não é tão intensa, daí que estes não partilhem a mesma identidade cultural que os seus progenitores.

A Rádio Alfa está, por conseguinte, colocada perante um processo de transição, em que precisa de se focar mais nas expectativas dos luso-descendentes, pois são eles o principal factor para que este projecto tenha futuro.

## Referências

Albuquerque, R., Ferreira, L. É. & Viegas, T. (2000). *O fenómeno associativo em contexto migratório: duas décadas de associativismo de imigrantes em Portugal*. Oeiras: Celta Editora.

Anderson, B., (1993). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Appadurai, A. (1996). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Editorial Teorema.

Cabral, J. P. (1983). Notas críticas sobre a observação participante no contexto da etnografia portuguesa. *Análise Social*, 19, 327-339.

Canclini, N. G. (1989). *Culturas híbridas*. Cidade do México: Editorial Grijalbo.

Canclini, N. G. (2002). Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. VIII, nº1, 40-53.

Carreira, T. P. & Tomé, M. A. (1994). *Portugais et luso-français, Tome I - Double culture et identité*. Paris: L'Harmattan.

Carvalho, J. R. (2007). *Fronteiras de etnicidade: filhos de migrantes como audiências mediáticas*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã.

Castells, M. (2004). *The information age: economy, society and culture. Volume II: The power of identity*. Oxford: Blackwell Publishing. Consultado em 18 de Agosto de 2011, em [http://books.google.pt/books?id=MgAqE2DCdFYC&printsec=frontcover&dq=manuel+castells&hl=pt-PT&ei=yXNxTpLtN8SCOo-3tIlgJ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=3&ved=0CDUQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false](http://books.google.pt/books?id=MgAqE2DCdFYC&printsec=frontcover&dq=manuel+castells&hl=pt-PT&ei=yXNxTpLtN8SCOo-3tIlgJ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CDUQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false).

Cordeiro, A. (2010, 30 de Junho). Há uma ausência marcada dos imigrantes portugueses do espaço público francês (Entrevista a Albano Cordeiro). *Observatório da Emigração*. Consultado em 17 de Março de 2011, em <http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/1907.html>.

Cunha, M. A. (2001). *Les portugais de France: généalogie d'un public radiophonique*. Laboratoire "Communication et politique", Institut des Sciences de la Communication, Centre National de Recherche Scientifique. Consultado em 16 de Março de 2011, em <http://www.lcp.cnrs.fr/pdf/dacu-01a.pdf>.

Cunha, M. A. (2002, Março). *Media and portuguese in France*. Department of Media and Communications, London School of Economics & Political Science. Consultado em 17 de Março de 2011, em <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EMTEL/minorities/papers/FrancePortuguesemed ia.pdf>.

Cunha, M. A. (2003). *Quand le public prend la parole: l'émission des Portugais (1966 - 1992)*. Laboratoire "Communication et politique", Institut des Sciences de la Communication, Centre National de Recherche Scientifique. Consultado em 17 de Março de 2011, em <http://www.lcp.cnrs.fr/pdf/dacu-03a.pdf>.

Esteves, J. P. (1999). Os media e a questão da identidade: sobre as leituras pós-modernas do fim do sujeito. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Consultado em 28 de Julho de 2011 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pissarra-media-identidade.pdf>.

Esteves, J. P. (2008). Comunicação, media e identidades: sobre políticas de reconhecimento, novas identidades e movimentos sociais. In J. P. Esteves (Org.), *Comunicação e identidades sociais* (pp. 13-81). Lisboa: Livros Horizonte.

Featherstone, M. (1990). Global culture: an introduction. In M. Featherstone (Org.), *Global culture: nationalism, globalization and modernity* (pp. 1-14). Londres: Sage Publications.

Featherstone, M. (1996). Localism, globalism and cultural identity. In R. Wilson & W. Dissanayake (Eds.), *Global/local: cultural production and the transnational imaginary* (pp. 46-77). Durham: Duke University Press.

Featherstone, M. (2001). Culturas globais e culturas locais. In C. Fortuna (Org.), *Cidade, cultura e globalização* (pp. 83-103). Oeiras: Celta Editora.

Garcia, J. L., Almeida, C. M., Jerónimo, H. M., Lopes, J. C. & Rovisco, M. L. (1998). *A emigração portuguesa: uma breve introdução*. Lisboa: Ministério dos Negócios Estrangeiros - Secretaria de Estado das Comunidades Portuguesas.



Nunes, A. V. L., Lins, S. L. B., Baracuhy, M. F. & Lins, Z. M. B. (2008, 23 de Agosto). Análise de conteúdo: olhar da técnica sobre o preconceito racial no Brasil. *O Portal dos Psicólogos*. Consultado em 13 de Outubro de 2011, em <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0443.pdf>.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

Righini, M. (1971, 20 de Setembro). De quoi se mêlait Laurete? *Le Nouvel Observatoire*, p. 42. Consultado em 25 de Março de 2011, em [http://referentiel.nouvelobs.com/archives\\_pdf/OBS0358\\_19710920/OBS0358\\_19710920\\_042.pdf](http://referentiel.nouvelobs.com/archives_pdf/OBS0358_19710920/OBS0358_19710920_042.pdf).

Smith, A. D. (1990). Towards a global culture? In M. Featherstone (Org.), *Global culture: nationalism, globalization and modernity* (pp. 171-191). Londres: Sage Publications.

Tarde, G. (1989). *L'opinion et la foule*. Paris : Les Presses universitaires de France. Consultado em 4 de Agosto de 2011, em [http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde\\_gabriel/opinion\\_et\\_la\\_foule/opinion\\_et\\_foule.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/opinion_et_la_foule/opinion_et_foule.html).

Tavares, M. C. V. (2001, Março). *Les phases de l'immigration portugaise, des années vingt aux années soixante-dix*. CLIO - Site d'histoire sociale, École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques. Consultado em 2 de Fevereiro de 2011, em <http://barthes.enssib.fr/clio/revues/AHI/articles/volumes/volovitch.html>.

Thompson, J. B. (1995). *The Media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.

Tönnies, F. (1979). *Comunidad y asociación*. Barcelona: Ediciones Península.

Trindade, M. B. R. (1995). *Sociologia das migrações*. Lisboa: Universidade Aberta.

Trindade, M. B. R. (2006). Recriação de identidades em contextos de migração. In C. T. Lucena & N. M. M. Gusmão (Orgs.), *Discutindo identidades*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas. Consultado em 16 de Março de 2011, em [http://books.google.pt/books?id=n9FxEVEMBgIC&pg=PA75&dq=maria+beatriz+rocha+trindade&hl=pt-PT&ei=D89GTfTTM4K38gPto9ilCQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=book-thumbnail&resnum=3&ved=0CDkQ6wEwAg#v=onepage&q=maria%20beatriz%20rocha%20trindade&f=false](http://books.google.pt/books?id=n9FxEVEMBgIC&pg=PA75&dq=maria+beatriz+rocha+trindade&hl=pt-PT&ei=D89GTfTTM4K38gPto9ilCQ&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=3&ved=0CDkQ6wEwAg#v=onepage&q=maria%20beatriz%20rocha%20trindade&f=false).

## Websites visitados

Observatório da emigração:

<http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/home.html>

Embaixada de Portugal:

<http://www.embaixada-portugal-fr.org/>

Institut national de la statistique et des études économiques:

<http://www.insee.fr/fr/default.asp>

Rádio Alfa:

<http://radioalfa986.net/>

# Anexos

## Anexo 1 - Guião das entrevistas aos membros da Rádio Alfa

- Como é que descreveria a relação da Rádio Alfa com a comunidade portuguesa?
- Como caracterizaria adesão da comunidade à rádio?
- Que tipo de iniciativas promove a Rádio Alfa junta da comunidade portuguesa?
- De que maneira é que a programação da Rádio Alfa é dirigida aos portugueses?
- Que participações têm os ouvintes na Rádio Alfa?
- Como é que a rádio foi recebida pelos outros meios de comunicação? Franceses e Portugueses.
- Que tipos de reacções recebem dos ouvintes?
- Que importância atribui à Rádio Alfa enquanto meio de promoção da cultura portuguesa?

## Anexo 2 - Guião das entrevistas aos membros das associações

Dados:

Sexo

Idade

Cargo ocupado na associação

- Descreva-me o trabalho que a sua associação desenvolve.
  
- Que pensa do trabalho que a Rádio Alfa desenvolve junto da comunidade portuguesa?
  
- Acha que a Rádio Alfa faz um bom trabalho na divulgação da cultura portuguesa?
  
- Acha que a Rádio Alfa consegue atrair a atenção dos luso-descendentes?
  
- Acha que a Rádio Alfa precisa de fazer alterações na programação para atrair mais ouvintes?

## **Anexo 3 - Dados dos membros das associações portuguesas**

Entrevistado 1

Sexo: Feminino

Idade: 56 anos

Cargo: presidente da Association Culturelle Franco-Portugaise de Chilly-Mazarin

Principais actividades da associação: realização de festas

Entrevistado 2

Sexo: masculino

Idade: 51 anos

Cargo: secretário da Association Association Amicale Portugaise Culturelle de Créteil

Principais actividades da associação: ensino da língua portuguesa

Entrevistado 3

Sexo: feminino

Idade: 42 anos

Cargo: presidente da Association Amicale Portugaise Culturelle de Créteil

Principais actividades da associação: ensino da língua portuguesa

(Respondeu em francês)

Entrevistado 4

Sexo: masculino

Idade: 32 anos

Cargo: presidente da Association Franco-Portugaise de Draveil

Principais actividades da associação: rancho folclórico e ensino de concertina

(Respondeu em francês)

Entrevistado 5

Sexo: masculino

Idade: 70 anos

Cargo: membro da Association Culturelle Portugaise de Choisy le Roi

Principais actividades da associação: realização de festas e futebol

Entrevistado 6

Sexo: masculino

Idade: 59 anos

Cargo: presidente da Association Culturelle de Neuilly sur Seine

Principais actividades da associação: ensino da língua portuguesa

Entrevistado 7

Sexo: feminino

Idade: 38 anos

Cargo: empregada administrativa da Association Portugaise Culturelle et Sociale de Pontault Combault

Principais actividades da associação: ensino da língua portuguesa

Entrevistado 8

Sexo: feminino

Idade: 21 Anos

Cargo: presidente da Associação Alegrias e Prazeres de Morangis

Principais actividades da associação: rancho folclórico