

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
[ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO EM ESTUDOS DE MEDIA E JORNALISMO]

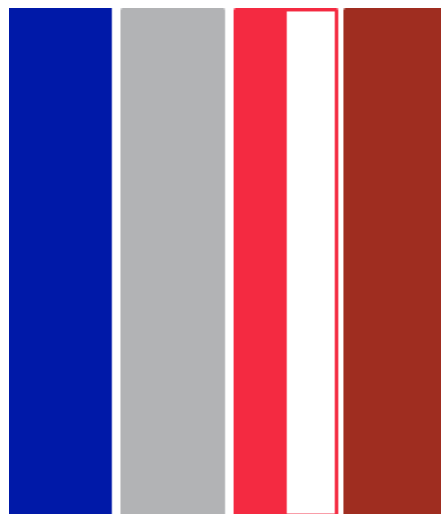
Música brasileira e jornalismo cultural-musical no grande Porto

O caso da Rádio Renascença

Fernanda Pereira Ferreira de Lima

M

2025



Fernanda Pereira Ferreira De Lima

Música brasileira e jornalismo cultural-musical no grande Porto

O caso da Rádio Renascença

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação,
orientado pela Professora Doutora Paula Guerra e pelo Professor Doutor Hélder Bastos.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2025

“Cultura é igual a feijão com arroz. É necessidade básica.”

Gilberto Gil

Índice

Declaração de honra / <i>Declaration of Honour</i>	5
Agradecimentos	6
Resumo	8
Abstract	9
Lista de abreviaturas e siglas	10
Introdução	11
1. A Rádio que (Re)Nasceu	14
1.1. História da Rádio Renascença	15
1.2 Cultura na Rádio Renascença	19
1.3 Relatório de Estágio	24
1.3.1 Organização interna da Rádio Renascença	24
1.3.2 Trabalho realizado	28
2. Da rádio ao público	38
2.1 Rádio	38
2.2 Jornalismo Cultural	41
2.3 Jornalismo Musical	44
2.4 Cena Musical Brasileira no Porto	46
3. Metodologia	49
3.1 Objetivos de Investigação	49
3.2 Técnicas de recolha e análise de dados	52

3.2.1. Recolha de Dados	52
3.2.2. Análise de Dados	54
4. Representação face ao jornalismo cultural e musical	55
4.1. Cultura como conceito ampliado e os critérios editoriais	58
4.2. A briga pela visibilidade: entre televisão, imprensa e algoritmos	59
4.3. Preferências musicais e exclusão simbólica	59
4.4. Imprensa e desafios para imigrantes.	60
4.5. Redes sociais como alternativa à imprensa	60
4.6. Jornalismo: Agente de representação simbólica.	61
4.7. Desigualdades culturais e fragilização jornalística	61
5. Impactos do jornalismo cultural e musical na cena da música brasileira portuense	64
Conclusão	69
Referências Bibliográficas	72
Anexos	77
Anexo 1 - Matérias produzidas	77
Anexo 2- Matérias da RR	82
Anexo 3- Avaliação de Estágio	85
Anexo 4. Entrevistas	86

Índice de figuras

Figura 1: Revista Renascença, 1 Fevereiro 1933.	18
Figura 2: Primeiro website da Rádio Renascença, 1997.	20
Figura 3: Página inicial Website RR	29
Figura 4: Distribuição temática das matérias produzidas em estágio	30
Figura 5: Inês Pacheco, gerente da única loja de K-Pop em Portugal	32
Figura 6: Projeto Mundi	34
Figura 7: Banda da cantora Amy Winehouse na Livraria Lello	35
Figura 8: Kastelo, centro de cuidados paliativos pediátricos	36
Figura 9: Companhia "Imaginar do Gigante" inaugura projeto em Vila Nova de Gaia	37
Figura 10: Orquestra Bamba Social faz ensaio geral no Super Bock Arena.	38
Figura 11: Distribuição de artistas brasileiros nas RR (2019-2025)	68

Índice de tabelas

Tabela 1: Entrevistados

55

Declaração de honra / *Declaration of Honour*

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (textos, trabalhos, ideias) respeitam escrupulosamente as regras de atribuição de autoria e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

I hereby declare that this report is of my authorship and has not been used previously in another course, degree, curricular unit or subject, at this or any other institution. References to other authors (statements, ideas, thoughts) scrupulously respect the rules of attribution and are duly indicated in the text and bibliographical references, in accordance with the rules of referencing. I am aware that the practice of plagiarism and self-plagiarism is an academic offence.

Declaro, ainda, que não utilizei ferramentas de inteligência artificial generativa (*chatbots* baseados em grandes modelos de linguagem) para realização de parte(s) da/o presente tese/dissertação/relatório, encontrando-se todas as interações (*prompts* e respostas) transcritas em anexo.

I further declare that I have not used generative artificial intelligence tools (chatbots based on large language models) to carry out part(s) of this thesis/dissertation/report, and that all interactions (prompts and responses) have been transcribed in the annex.

Porto-PT, 30 de setembro de 2025

Fernanda P F de Lima

Agradecimentos

Gostaria de expressar minha mais profunda gratidão a todos que, de alguma forma, fizeram parte desta jornada.

À minha família, que me apoiou de todas as formas possíveis, seja financeiramente, seja emocionalmente, mas sempre buscando ajudar-me a trilhar o melhor caminho com muito amor. Em especial, faço uma menção aos meus avós Adélia e José, que já não caminham entre nós, mas cuja presença e amor permanecem vivos em mim. Foram e sempre serão inspiração e força. Sei que, de onde estiverem, seguem torcendo por mim.

Aos professores e mestres que me acompanharam ao longo do caminho, agradeço pela paciência, incentivo e pelo conhecimento compartilhado com tanta generosidade. A professora Paula Guerra que teve toda a abertura e vontade de me apoiar neste momento, sua dedicação em ajudar-me neste período foi fundamental para que chegasse aqui. Agradeço também ao professor Helder Bastos.

Gostaria ainda de agradecer a toda a equipe da Rádio Renascença que me acolheram com muito carinho, disponibilidade e paciência. Obrigada por me ensinar-me a viver realmente como uma jornalista, sempre com muito cuidado e ensinamentos. O tempo em que convivi com vocês foi uma experiência incrível, não apenas como profissional, mas também como pessoa.

Aos meus amigos, que sempre estiveram ao meu lado. Um agradecimento especial às minhas amigas de escola e minha prima, que me ouviram chorar, me ofereceram apoio, carinho e se fizeram presentes mesmo quando separadas por um oceano. Vocês foram porto seguro em momentos difíceis. Aos amigos que fiz nos anos acadêmicos, que mesmo com pouco tempo de história, foram pilares no meu percurso.

Ao Rotaract e a todos os companheiros de clube, obrigada por compreenderem que este foi um período em que precisei dedicar-me aos estudos. Durante meu mandato como presidente, senti o apoio e a compreensão de vocês, o que me permitiu

conciliar responsabilidades com mais serenidade.

Aos amigos que fiz nestes 5 anos que estive longe de casa, que me ensinaram coisas novas, propiciaram-me novas experiências e o conhecimento de novos mundos.

Aos músicos que ousaram viver seus sonhos de comunicarem-se com nossas almas por meio da arte: obrigada! Suas canções são potentes e atingem a alma humana de uma forma, que por muitas vezes, é difícil explicar. Vocês nadam contra a corrente e nos lembram do poder transformador da expressão humana.

E, por fim, a Deus, por sustentar meus passos, acalmar meu coração e me lembrar, dia após dia, que nada é em vão. Tudo tem um motivo e uma razão que podemos não enxergar no começo, mas que com a sucessão de fatos, descobrimos que tudo vibrou para que estivéssemos no melhor lugar possível.

A todos vocês, minha eterna gratidão.

Resumo

O estudo que ora se apresenta tem como objetivo principal analisar a relação do jornalismo no Porto, em especial a Rádio Renascença (RR), com os músicos brasileiros, sua presença e visibilidade na mídia cultural portuguesa. Com uma metodologia qualitativa, baseada na análise de conteúdo, entrevistas com profissionais da emissora e artistas brasileiros atuantes em Portugal, busca compreender quais os critérios jornalísticos existentes e como eles influenciam na visibilidade dada para esses músicos. Concluiu-se então que na Rádio Renascença existe uma disponibilidade de espaço noticioso para os músicos brasileiros, no entanto, este está concentrado em músicos já consagrados como Chico Buarque, sendo que artistas emergentes ou mesmo nomes conhecidos, mas que estejam à margem destes já consagrados, são sub-representados.

Palavras-chave: jornalismo cultural, música brasileira, Porto, Rádio Renascença.

Abstract

The main objective of this study is to analyze the relationship between journalism in Porto, especially Rádio Renascença (RR), and Brazilian musicians, their presence and visibility in the Portuguese cultural media. Using a qualitative methodology based on content analysis and interviews with professionals from the radio station and Brazilian artists working in Portugal, it seeks to understand the existing journalistic criteria and how they influence the visibility given to these musicians. It concludes that Rádio Renascença does provide news coverage for Brazilian musicians, but that this coverage is concentrated on established musicians such as Chico Buarque, while emerging artists and even well-known names who are not yet established are underrepresented.

Keywords: cultural journalism, Brazilian music, Porto, Rádio Renascença.

Lista de abreviaturas e siglas

FLUP	FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DO PORTO
U.P	UNIVERSIDADE DO PORTO
CM	CASA DA MÚSICA
RR	RÁDIO RENASCENÇA
MJC	MARIA JOÃO COSTA

Introdução

O atual fluxo migratório existente em Portugal é um cenário já consolidado. Segundo o relatório de migração e asilo (2023) disponibilizado pela AIMA, o número atual de imigrantes vivendo legalmente no país é de cerca de 400 mil, em que tese estudos mais atualizados já apontarem para 513 mil, dentre os quais a maior porcentagem é oriunda do Brasil (35,3%), o que reflete no aumento da presença da cultura brasileira em Portugal (AIMA, 2024). Estes dados nos mostram que, além da grande presença brasileira em terras lusófonas, sua força cultural vem na "bagagem", com diversas manifestações artísticas, mas com um destaque especial para a música, que atinge não só os brasileiros, mas também os portugueses, que cada dia mais consomem a música brasileira, principalmente por influência das redes sociais. Como diz um dos entrevistados, o músico Gutti Mendes, ¹“A música é uma linguagem universal”. Assim a música destaca-se como um dos principais fatores de união cultural entre estes povos, servindo tanto como expressão artística, quanto como instrumento de identidade coletiva.

Entretanto, mesmo que a cultura seja um ponto central na sociedade como um todo, pois é justamente o ramo que aborda suas práticas, a cultura não é um objeto de estudo tão frequente, sobretudo no jornalismo, em relação às demais áreas como desporto, economia ou política, se concretizando assim como uma cena que ainda apresenta lacunas. “O jornalismo cultural, em particular, ainda é frequentemente secundarizado em relação a áreas como política, economia ou desporto, sendo considerado um “género menor” dentro das redações” (Silva, 2009; Batista, 2017). Quando falamos de cultura brasileira este campo é ainda menor, existem poucos estudos sobre a representação dos artistas brasileiros em Portugal e quase nenhum

¹ Gutti Mendes é um cantor, compositor, professor e produtor cultural mineiro com mais de 20 anos de carreira e que vive no Porto. Desde 2003, integra o trio Lúdica Música!, grupo fundado em Juiz de Fora (MG), reconhecido por sua atuação na música popular brasileira (MPB) e formado também pelas cantoras Rosana Britto e Isabella Ladeira. Mendes também atua como educador musical, promovendo oficinas, workshops e projetos de investigação cultural e inclusão social, com destaque para iniciativas como o projeto “Mundi”, realizado na Casa da Música do Porto.

estudo sobre o campo musical brasileiro no país.

A pergunta que norteia este estudo é: Qual é o espaço dado pela Rádio Renascença aos músicos brasileiros? A partir desta questão central, partimos de duas hipóteses: (1) A RR concede espaço midiático seja qual for a nacionalidade do músico, mas sobretudo a nomes já conhecidos (2) Nomes emergentes ou musicalmente distantes dos nomes já conhecidos não são considerados noticiosos. Esta análise tem o objetivo principal de investigar a relação do jornalismo cultural-musical no Porto, em especial na Rádio Renascença (RR), com os músicos brasileiros, sua presença e visibilidade na mídia cultural portuguesa, buscando, por fim compreender os critérios editoriais e os impactos na receção pública.

A justificativa para abordar esta temática, além de ser um interesse pessoal, está em ter percebido, como imigrante, que apesar de a cultura brasileira ser amplamente consumida no dia-a-dia dos portugueses, os mesmos ainda olham para ela de forma limitante e discriminatória. Sendo a comunidade brasileira a maior imigrante em Portugal, sua produção cultural está muito presente no país, merecendo assim um estudo mais aprofundado sobre as falhas do jornalismo cultural-musical, que possam ser investigadas mais estruturalmente no futuro.

Utilizando uma abordagem metodológica qualitativa, que relaciona análise de conteúdo e entrevistas semiestruturadas com jornalistas e músicos atuantes no Porto, irei buscar clarear a compreensão sobre o jornalismo cultural e musical, sua relação com artistas externos a Portugal, em especial os brasileiros, e como o jornalista pode funcionar como ponte entre culturas.

Assim, esta pequena pesquisa não pretende criticar ou estabelecer regras, mas sim contribuir com a área da Comunicação, ao aprofundar a compreensão sobre a visibilidade midiática do campo cultural e a receção de artistas brasileiros, com ênfase no caso específico da música em território português.

Este trabalho está dividido em seis capítulos principais sobre a representação no jornalismo cultural português da música brasileira, mas com um recorte de análise sob a Rádio Renascença (RR). No primeiro capítulo, que foi intitulado como “A Rádio (Re)Nasceu”, aborda-se a história deste meio de comunicação e seu enquadramento

institucional, assim como seu papel na sociedade portuguesa, com um destaque para a cultura e as artes musicais. Além disso, também conta com um panorama geral do estágio curricular realizado em sua redação e organizações internas.

No capítulo seguinte, “Da rádio ao público”, está o enquadramento teórico deste estudo, sendo ainda dividido entre: (2.1) a história e relevância da rádio como meio de comunicação; (2.2) a definição de jornalismo cultural, e o seu papel na recepção artística e identitária; (2.3) o jornalismo musical enquanto subcampo especializado; e (2.4) um panorama da cena musical brasileira no Porto, com base nos textos da professora Paula Guerra, e refletindo sobre sua manifestação na cidade.

No capítulo 3, exponho os procedimentos adotados para a realização da pesquisa, como o objetivo da investigação, corpus, metodologia e técnicas de análise de dados. Além disso, também encontra-se uma abordagem qualitativa combinada a uma análise de conteúdos, como entrevistas com jornalistas e músicos e matérias da RR.

O capítulo 4, “Representação face ao jornalismo cultural e musical”, apresenta os dados e análises relacionadas a forma como a música brasileira é representada no jornalismo da Rádio Renascença. Neste capítulo, examinamos a frequência, os critérios editoriais e os formatos utilizados para abordagem de artistas brasileiros na emissora, cruzando-os com os testemunhos coletados.

No capítulo 5, é feita então uma análise tangencial de todos os demais capítulos, denominado “Impacto do jornalismo cultural e musical na cena da música brasileira portuense”. Este busca aprofundar a análise observando a cobertura midiática e como ela influencia na recepção dos músicos brasileiros no Porto, objetivando, assim, compreender os efeitos desta relação com a mídia e a circulação destes artistas.

Por fim, o capítulo 6, designado “Conclusão”, reúne as principais considerações da investigação, respondendo a pergunta de partida, seguindo os objetivos, refletindo sobre as hipóteses iniciais e propondo possíveis caminhos futuros para o jornalismo cultural.

1. A Rádio que (Re)Nasceu

Ocupando um lugar singular na história da comunicação portuguesa, a RR teve sua trajetória tangente à igreja católica. Desde 1937, já atravessou regimes políticos, mudanças tecnológicas e transformações profundas na sociedade e relação humana, mas sempre se mantendo como uma voz de importância e respeito nas mídias portuguesas.

A rádio foi por muitos anos o principal meio de desenvolvimento da identidade coletiva, como podemos observar na teoria do cientista político estadunidense Joseph Nye (2004), sobre a capacidade de um país influenciar os demais não pela força militar e econômica (Hard Power), mas sim por meio da atração e persuasão da cultura, valores e estilo de vida (Soft Power). Não se limitando apenas a atuação religiosa, a RR busca difundir sua presença em diversas áreas, assim como nas políticas culturais e sociais.

Durante todos estes anos que esteve em atividade, a RR acompanhou pontos de virada na história portuguesa, como, por exemplo, a Revolução dos Cravos (1974), assumindo assim um papel relevante na mediação cultural e identitária do país. Na madrugada do dia 24 para 25, de abril de 1974, às 00h20m o programa Limite da Rádio Renascença transmite a canção de Zeca Afonso *Grândola, Vila Morena*, como um código radiofónico, o que marcou o início das operações que visavam o fim do estado ditatorial. Transformando assim a RR em um ator político importante na memória coletiva do país.

Ao nunca abandonar sua moral religiosa e princípios informativos, criou uma identidade própria, que possibilitou sobreviver e reinventar-se num panorama comunicacional que está em constantes mudanças. O estudo sobre a RR, justifica-se, não apenas por sua posição dentre os mídias portuguesas, que articula tradição e inovação, mas também pelo fato de eu ter realizado um estágio curricular na redação,

o que me possibilitou conhecer de perto suas dinâmicas e abordagens.

Como afirma Cardoso (2009), a rádio é considerada por muitos autores como um meio de comunicação do futuro e que estamos assistimos à sua vitalidade e não ao seu desaparecimento, em Portugal foi durante anos um dos principais meios da construção de identidades coletivas, tendo um papel no jornalismo cultural muito maior do que apenas a divulgação musical. Neste capítulo, darei um panorama geral sobre a trajetória da RR, relevância em momentos históricos e suas mudanças ao longo dos anos, como a adaptação ao contexto digital e multimidiático, além de sua abordagem midiática do contexto cultural lusófono e global.

Por meio da análise da sua presença na esfera cultural e da reflexão sobre a experiência vivida num estágio curricular na redação da emissora, busquei compreender como a RR continua a renovar-se sem abdicar da sua essência.

Ao investigar o papel da rádio na promoção da cultura, sobretudo na valorização de expressões artísticas diversas, da música brasileira ao K-pop, e identificar a dinâmica interna de produção jornalística, neste capítulo é possível por meio de experiências vivenciadas ter um olhar não apenas institucional, mas também humano sobre os pilares do jornalismo.

1.1. História da Rádio Renascença

A Rádio Renascença (RR) é uma ideia que nasceu em 1930 com os padres Magalhães Costa e Domingos Bastos, mas só foi concretizada de facto em 1937. Fundada pelo Padre Manuel Antunes, em Lisboa, teve sua origem na percepção dos padres de que já existiam muitos meios de comunicação como emissões realizadas a partir da capital, mas não algo pensado para a comunidade católica (ver Figura 1). Em 1940, a RR ganha também uma sede na cidade do Porto, mas que em 2008, a redação atravessa a ponte e é transferida para Vila Nova de Gaia. Tendo como objetivo inicial criar uma alternativa radiofônica que fosse fiel aos valores católicos, destacando-se, a princípio,

por mesclar música, cultura, religião e informação, logo tornando-se um dos principais veículos de informação do país (Rádio Renascença, n.d.).



Figura 1: Revista Renascença, 1 Fevereiro 1933

Fonte: Grupo Renascença Multimédia.

Desde sua fundação a RR teve uma expressão significativa entre a população, passando pelo Estado Novo sem muitos prejuízos e durante a Revolução dos Cravos. Ao longo dos anos seguintes, a Renascença se adaptou à liberdade de expressão proporcionada pela nova democracia portuguesa e passou a diversificar ainda mais sua programação, incluindo mais espaços para debates, notícias e entretenimento. A posição da Rádio Renascença durante o período do Estado Novo deve ser

compreendida, na nossa leitura, à luz do seu alinhamento ideológico com os valores conservadores do regime, apesar de não estar formalmente integrada na Emissora Nacional. De facto, a RR beneficiou-se de um certo grau de tolerância por parte da censura, dada a sua ligação à Igreja Católica, sendo esta uma instituição que manteve uma relação estratégica com o regime salazarista (Cádima, 1996). Durante o processo de revolução, que teve o seu início em 1974, e que se prolongou até 1975, a RR teve um papel midiático relevante, nomeadamente quando transmitiu a canção “Grândola, Vila Morena” na madrugada de 25 de abril de 1974, funcionando esta como senha para o início da revolução. Destaca-se que este foi um gesto que marcou simbolicamente a sua participação na história democrática do país.

Na década de 1980, a Renascença tornou-se uma das líderes de audiência em Portugal, graças à qualidade das suas transmissões, que contavam com uma grande variedade de conteúdos, como música, programas de entrevistas e informações sobre cultura e religião. A rádio também se expandiu para outras regiões do país e aumentou a sua cobertura, tornando-se uma marca reconhecida. No panorama mediático português e durante as décadas de 1980 e 1990, a RR destacou-se, sobretudo, pelo facto de conseguir manter uma identidade, sendo esta uma identidade que era simultaneamente religiosa e informativa, e que atuava dentro de um ecossistema comunicacional cada vez mais competitivo e liberalizado. A RR soube também diversificar os seus públicos, apostando em formatos generalistas e religiosos em canais como a RFM e a Rádio Sim, ampliando o seu alcance e fidelização (Fidalgo, 2006, 2009).

Ao longo das décadas seguintes, a RR continuou a se modernizar, aproveitando as novas tecnologias, como a internet e a transmissão digital, para alcançar um público cada vez mais amplo. A emissora investiu em novos formatos de programas, como noticiários de grande alcance, programas de opinião e podcasts, mantendo sua essência, mas também se conectando com as novas demandas do mercado de mídia.

Foi em 1997 que a RR começou a trilhar seu caminho junto a internet, criando seu primeiro website informativo (www.radiorenascenca.pt) (ver Figura 2), no entanto dois anos mais tarde o endereço foi mudado para o que conhecemos atualmente

(rr.pt). A inovação não parou e vieram em seguida a Mega FM, a webTV Renascença V+ e muito mais, atualmente destaca-se com o podcast “Extremamente Desagradável” sendo a cerca de 7 anos o mais ouvido em Portugal.



Figura 2: Primeiro website da Rádio Renascença, 1997

Fonte: Grupo Renascença Multimédia.

Hoje, a Rádio Renascença é uma das principais emissoras de rádio de Portugal, com uma programação que mistura música, cultura, notícias e religião, sempre com uma abordagem séria e respeitosa. Além da rádio tradicional, a Renascença tem forte presença nas plataformas digitais, com uma audiência crescente em podcast e *streaming*, consolidando o seu papel como uma marca confiável e inovadora no cenário mediático português.

A adaptação da RR à era digital pode também ser vista como um exemplo paradigmático da convergência midiática no contexto português, uma vez que a emissora tem investido em multiplataformas, apostando em conteúdos para web, redes sociais e podcasts, de forma a captar públicos mais jovens e adaptar-se às lógicas

do consumo sob demanda (Pinto, 2018). Este processo reflete a tendência global de desmaterialização dos média tradicionais, onde as redações radiofónicas operam cada vez mais em ambientes digitais híbridos, exigindo novas competências aos jornalistas e redefinindo a relação com a audiência.

1.2 Cultura na Rádio Renascença

Em uma entrevista com a editora de cultura da RR, Maria João Costa (MJC)², foi abordado o papel da Renascença (RR) na promoção da cultura em Portugal, destacando os diversos espaços onde a cultura é promovida, tanto no website quanto na programação da rádio. Para MJC, o conceito de cultura é vasto e engloba desde as artes do palco, como teatro e dança, até áreas como arquitetura, cinema, música, literatura, poesia e até mesmo os meios de comunicação.

No website da RR, a secção destinada para a cultura é chamada “Vida”, nesta se reúnem artigos que ilustram a diversidade de conteúdos, desde teatros a literatura, passando por música, cinema, fotografia e mais. Entretanto, aqui vale ressaltar que nesta secção por vezes acabamos por encontrar conteúdos considerados “lifestyle”, ou seja, matérias que buscam entreter o leitor ao abordar assuntos de bem-estar pessoal e tratando-os como consumidores. Distinguir “Cultura” e “Lifestyle” é fundamental para compreendermos que tratar cultura traz para o jornalismo a busca por um sentido mais antropológico, abordando práticas que expõem valores críticos e identitários. Já o *Lifestyle*, tem sua base no mercado de consumo, como moda, entretenimento e tendências de estilo de vida do momento.

² Licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa em Lisboa, Maria João Costa é jornalista da Rádio Renascença desde 1997. Atualmente é editora de cultura, mas também tem em seu currículo a cobertura de eventos como a Expo 98 e desde 2008 conduz o programa “Ensaio Geral”. Em 2022, a jornalista recebeu o Prémio de Ciberjornalismo (narrativa sonora digital) com o podcast “Avenida da Liberdade”

Além do website, a rádio também investe em uma cobertura que está presente nos noticiários e no programa semanal “Ensaio Geral”, que está no ar há 16 anos e oferece uma visão crítica e informativa sobre a cena cultural (Rádio Renascença, 2018). Entretanto, o jornalismo está sujeito a por vezes sobrepor cultura e *lifestyle*. Veremos mais adiante que figuras como Chico Buarque e Caetano Veloso são enquadrados em uma categoria mais cultural, enquanto artistas brasileiros emergentes ou mais *mainstream*³ são tidos como fenômenos de *lifestyle*, reflexos de uma tendência e consumo juvenil. Não devemos entender esta dualidade como algo errôneo, mas sim como espelho do jornalismo cultural contemporâneo, onde os limites entre cultura e entretenimento vem se apagando.

A entrevistada explica que, além de cobrir a agenda cultural tradicional, como lançamentos de livros, exposições e espetáculos, a RR também dedica espaço à política cultural. Quando se trata da cobertura das diferentes formas de arte, MJC aponta que há uma abordagem diversificada. Em relação à música, ela destaca o interesse crescente pela música brasileira em Portugal, citando entrevistas com músicos brasileiros de destaque, como Ivan Lins, Lenine, Caetano Veloso e Gilberto Gil.

Segundo MJC, o primeiro critério na escolha dos músicos brasileiros a serem entrevistados é a notoriedade do artista e a relevância do projeto apresentado. No entanto, ela ressalta que a proximidade com o público português também é levada em conta, como quando artistas fazem turnês em várias cidades do país, além de Lisboa e Porto. Mesmo assim, nomes não tão consagrados, como a banda Jovem Dionisio⁴,

³*Mainstream*: termo em inglês que significa "corrente principal" ou "tendência dominante"; refere-se ao que é amplamente aceito, popularizado ou hegemônico em determinada sociedade ou contexto cultural, difundido pelos meios de comunicação de massa.

⁴ Jovem Dionisio é uma banda brasileira formada em 2019, com uma sonoridade indie pop e bedroom pop. Os curitibanos que integram o grupo, Bernardo Pasquali, Rafael Dunajski (Fufa), Gustavo Karam, Bernardo Hey (Ber Hey) e Gabriel Dunajski (Mendão) neste ano já passaram duas vezes por Portugal em apresentações que incluíram cidades como Braga, Porto, Lisboa e Valença.

Pedro Sampaio⁵, 5 a Seco⁶ e Liniker⁷, continuam recebendo atenção do público, mesmo quando se apresentam fora dos grandes centros. Um forte exemplo desse destaque que artistas menos populares recebem é o Escritaria⁸ de 2024, que homenageou Arnaldo Antunes⁹, que recebeu também a presença de Marisa Monte¹⁰ e Adriana Calcanhoto¹¹. Este evento realizado em Penafiel teve uma boa recepção por parte do público, mas não uma grande cobertura por parte da mídia.

Maria João Costa acredita que todos os estilos e artistas têm seu espaço, mas reconhece que os mais reconhecidos são nomes já frequentes na mídia, como Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil, os quais tendem a receber maior cobertura, por sua relevância não só no mundo da música, mas também em outras áreas. Como exemplo cite-se Chico Buarque, que recebeu o Prêmio Camões. Mesmo que seja maior a quantidade de artigos sobre esses artistas, MJC lembra que há espaço para outros

⁵O DJ brasileiro Pedro Sampaio iniciou sua carreira em 2017, de lá para cá já emplacou diversos sucessos como “Escada do Prédio” (música que atingiu o top 10 do Spotify Portugal em 2024) e “Sentadão” que saíram direto das threads do Tik Tok para a playlist dos jovens.

⁶A banda brasileira 5 a Seco, surgiu em 2009, é composta por Leo Bianchini (que viveu em Póvoa de Varzim entre 2020 e 2024), Pedro Viáfara, Vinicius Calderoni e Pedro Altério. Com um hiato de 5 anos, o grupo voltou da pausa com a participação no Coala Festival de 2024, em Cascais.

⁷A artista brasileira Liniker começou sua carreira em 2015, com uma sonoridade Soul e black music. Em 2022, ganhou o Grammy Latino de Melhor Álbum de Música Popular Brasileira e Melhor Canção em Língua Portuguesa, sendo assim a primeira travesti a receber o prêmio. Em 2023, tornou-se titular da 51ª Cadeira da Academia Brasileira de Cultura, também sendo a primeira artista transgênero a ocupar a posição.

⁸<https://www.jpnp.pt/2024/11/05/para-arnaldo-antunes-livro-de-poesia-nao-e-uma-coisa-que-voce-le-ou-rele-voce-convive/>

⁹O artista brasileiro Arnaldo Antunes é considerado um dos principais nomes da música brasileira, seja por suas composições para si mesmo, como para outros artistas. Seu primeiro trabalho de sucesso foi ao fazer parte da banda Titãs entre 1982 e 1992. Já em 2002, junto com Marisa Monte e Carlinhos Brown, produziu o álbum Tribalistas, onde estão canções como “Velha Infância” e “Já Sei Namorar”.

¹⁰A cantora e compositora Marisa Monte iniciou sua carreira solo no final dos anos 1980, misturando samba, pop e música erudita com sofisticação. Em 1994, fundou o grupo Tribalistas ao lado de Arnaldo Antunes e Carlinhos Brown, promovendo um modelo colaborativo e autoral na música brasileira. Reconhecida também por seu papel como produtora, Marisa é uma das poucas artistas brasileiras a manter controle criativo sobre todas as etapas de seus álbuns.

¹¹Adriana Calcanhoto é uma cantora e compositora brasileira que transita entre a canção popular, a poesia e a música experimental com lirismo e originalidade, além disso, a artista já foi professora convidada da Universidade de Coimbra, onde ministrou cursos sobre composição e canção brasileira.

músicos brasileiros, como Ivan Lins¹² e Lenine¹³. A jornalista sugere que a quantidade de artigos pode ser maior em algumas plataformas, como a rádio, e que a distribuição de conteúdos pode variar entre o website e a antena.

Este registro de visibilidade destaca a existência de uma “cena transnacional consagrada”, em que artistas anteriormente legitimados circulam com maior fluidez entre meios culturais e países. Como destacam os estudos sobre cenas musicais (Straw, 1991; Bennett & Peterson, 2004), a visibilidade de certos músicos é baseada por relações de prestígio e circulação simbólica que vão para além dos limites territoriais. O jornalismo cultural é, portanto, um mediador entre essas cenas e os públicos locais, selecionando quais vozes atravessam a barreira da mídia e ganham ressonância.

MJC também comentou sobre o impacto das redes sociais na visibilidade dos artistas, destacando que, embora muitos músicos apostem na autopromoção online, a visibilidade que uma matéria jornalística proporciona, especialmente na rádio, é bem maior. O jornalismo cultural, segundo ela, oferece um espaço de medição, aprofundamento e contextualização que vai além da simples divulgação — o que é fundamental especialmente para novos artistas que ainda tentam alcançar o público.

Esta polarização entre autopromoção nas redes digitais e relação com a área jornalística ressalta o combate entre os circuitos informais de visibilidade e os meios consagradores (Bourdieu, 1996). Embora as redes sociais permitam uma circulação mais democratizada da produção cultural, o capital simbólico ainda é, em muitos casos, conferido por instâncias tradicionais como a imprensa e a rádio. Como argumenta Marisa Torres da Silva (2015), o jornalismo cultural continua a desenvolver uma função

¹²Ivan Lins começou sua carreira nos anos 1970 com canções de forte cunho político e lírico, como “Madalena”. Ao longo das décadas, tornou-se um dos compositores brasileiros mais gravados internacionalmente, especialmente por músicos de jazz. Em 2005, venceu o Grammy Latino de Melhor Álbum de MPB, sendo também homenageado em festivais de jazz na Europa e nos Estados Unidos por sua contribuição à música harmônica global.

¹³Lenine consolidou seu estilo único nos anos 1990, unindo ritmos nordestinos como maracatu e coco a elementos eletrônicos e poesia urbana. Em 2005, ganhou o Grammy Latino por seu álbum *InCité*, e desde então se destacou como um artista de vanguarda. Sua música reflete um equilíbrio entre tradição e inovação, sendo reconhecido tanto pela crítica quanto pelo público como um dos renovadores da MPB contemporânea.

estruturante nos modos de reconhecimento público da arte e dos artistas, justamente por sua capacidade de contextualizar e legitimar esteticamente os objetos culturais.

A relação entre artista, jornalistas e público destaca um modelo de consumo híbrido, onde o público é, ao mesmo tempo, receptor e curador. No conceito de consumo ativo (Canclini, 2008), onde os indivíduos circulam entre plataformas tradicionais e digitais, ponderando sentidos e validade conforme seus repertórios culturais. Neste espaço, a presença do músico brasileiro no jornalismo cultural português seria benéfica, não apenas para aumentar sua visibilidade, mas também alterar os modos como os públicos locais constroem suas referências culturais.

Por fim, MJC acredita que a cobertura cultural da Renascença tem gerado um bom retorno, sendo amplamente divulgada, embora não tenha acesso a dados exatos sobre a repercussão das matérias. A jornalista defende o papel central do jornalismo cultural como um espaço de reflexão, crítica e informação. Para ela, uma matéria de excelência é aquela que vai além da divulgação, que contextualiza, escuta o artista e dialoga com temas sociais e políticos relevantes, como frequentemente acontece nas entrevistas com músicos brasileiros.

Esta ideia pode ser encontrada no pensamento de António Machuco Rosa (2004), sobre o “jornalismo cultural engajado”, que deve operar como um lugar de escuta, problematização e ligação entre o artístico e o social. Indo para além da cobertura promocional, o jornalismo se reafirma como instância crítica e educativa, que tem a capacidade de mobilizar o interesse público para expressões culturais que fogem do centro. Aqui, os músicos brasileiros, ao relacionarem suas trajetórias com temas identitários, migratórios e políticos, é entendido como veículos discursivos que tensionam a homogeneidade do espaço midiático português.

1.3 Relatório de Estágio

Para finalizar o curso de Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, realizei um estágio curricular no meio de comunicação Rádio Renascença. O estágio se deu não só pela necessidade, mas também por fazer sentido para mim, levando em consideração os seguintes fatores: sendo a música o meu foco de trabalho, as rádios estão intensamente ligadas a esta arte, entendem o que o público gosta de ouvir, por sua relevância no meio jornalístico e por existir uma identificação pessoal.

1.3.1 Organização interna da Rádio Renascença

Durante os três meses que estagiei na redação da RR, estive envolvida em diversas funções. Tais como entrevistas, redação de matérias, captura de imagens, edição de vídeo e fotografia, e ainda mais envolvida no jornalismo online, além de ter também produzido conteúdos para antena. A redação é composta por diversos profissionais, não apenas os jornalistas, editores e chefes de redação, mas também assistentes técnicos, profissionais de TI, equipe de marketing, entre outros.

No período que estive em estágio, a programação da RR estava dividida entre Porto e Lisboa, os noticiários transmitidos em antena de hora em hora eram realizados a partir do Porto das 01h às 15h, e das 16h às 00h de Lisboa. No entanto, neste período estive mais envolvida na realização de matérias para o website, onde a lógica divisão de locais é semelhante, mas em relação a horários e coordenação de editores é distinta. No primeiro mês, integrei a Equipa da Manhã 1, com jornada das 07h às 14h, e que tinha como editores principais os jornalistas Raúl Santos no website e Sérgio Costa na antena; nos dois meses seguintes, passei a integrar a Equipa da Manhã 2, das 09h às 16h, que tinha como editor da antena Vítor Mesquita, mas que no website variava principalmente entre as jornalistas Daniela Espírito Santo e Ana Kotowicz.

Em qualquer que fosse o horário, minha rotina começava sempre por consultar

as agendas informativas da redação, pesquisar nos principais meios de comunicação portugueses e internacionais ou falar com o editor do website para saber se existiam matérias em que eu pudesse colaborar. Essa rotina possibilita organizar o que seria produzido no dia. Com o tempo, entenderam minha ligação à área cultural e assim comecei a receber sugestões editoriais voltadas a este campo ou mesmo a propor diretamente as temáticas em que trabalharia.

A estrutura em Vila Nova de Gaia conta com secretária, cabines para gravação de chamadas, estúdios de gravação, salas técnicas, gabinete de informática, salas de reunião, comercial, espaço para refeições, capela e a sala de redação, onde trabalham em conjunto diretor geral de produção e informação (Pedro Leal), diretora adjunta de informação (Maria João Cunha), editores (Luís Aresta, Catarina Santos, Sérgio Costa, Henrique Cunha, Teresa Almeida, Daniela Espírito Santo e Raúl Santos), jornalistas (Pedro Mesquita, Ana Fernandes, André Rodrigues, Carolina Paredes, Eduardo Soares da Silva, Hugo Monteiro, Inês Sampaio, Jaime Dantas, João Malheiro, Miguel Ribeiro, Vítor Mesquita), Serviço de trânsito (Paulo Soares e João Moreira) e estagiários.

Desta redação, no passado eram transmitidos - além da programação da RR -, a programação de outros meios de comunicação do Grupo Renascença Multimédia como a RFM, Mega Hits FM, mas atualmente só está responsável por conteúdos para da Informação e do programa esportivo “Bola Branca”.

A categorização das matérias jornalísticas não segue um critério fixo ou pré-determinado. Cabe ao jornalista, com base em uma análise crítica e nas subdivisões disponíveis no campo da Informação, decidir em qual categoria cada conteúdo se encaixa. No entanto, de modo geral, é possível identificar algumas direções comuns:

- **Últimas:** Reúne todas as publicações organizadas em ordem cronológica, do mais recente ao mais antigo, independentemente do tema tratado.
- **País:** Abrange matérias diretamente relacionadas a Portugal, incluindo leis, estudos, relatórios, histórias e outros temas de interesse nacional.

- **Política:** Engloba conteúdos sobre o cenário político, como partidos, eleições, escândalos, lideranças políticas e atuação de políticos ou ex-políticos.
- **Economia:** Destinada a notícias sobre o mercado, impostos, finanças e demais assuntos que impactam a economia portuguesa.
- **Religião:** Reservada exclusivamente a temas relacionados à Igreja Católica.
- **Mundo:** Contém notícias de caráter internacional, abordando acontecimentos fora de Portugal.
- **Vida:** Esta seção foca principalmente em cultura, sociedade e obituários, embora também possa incluir outros assuntos de interesse da sociedade como *Lifestyle*.
- **Explicador Renascença:** Tem como objetivo esclarecer temas relevantes para a população, explicando de forma acessível assuntos como o ingresso no Ensino Superior, programas governamentais, novas leis e debates atuais da sociedade.

Além dessas categorias principais, existem também seções especiais que atendem a conteúdos específicos:

- **Motores:** Dedicada a temas ligados ao universo automotivo e desportos motorizados, como Fórmula 1, Rali e MotoGP.
- **Coronavírus:** Criada especialmente para cobrir a pandemia da COVID-19 e seus desdobramentos posteriores.
- **Opinião:** Espaço destinado à publicação diária de textos assinados por comentaristas da Renascença.
- **Ouvir:** Reúne notícias em vídeo e noticiários transmitidos pela rádio.
- **Podcasts:** Centraliza os podcasts produzidos pela Renascença, atualmente com 41 programas disponíveis, incluindo títulos como *As Três da Manhã*, *Ensaio*

Geral e Watch Party.

- **Tempo:** Oferece atualizações em tempo real sobre as condições climáticas no país.

Um detalhe curioso a destacar-se é o de que estando ligada à igreja católica, a RR tem um grande compromisso com notícias sobre o Vaticano. No período que estive em estágio, Papa Francisco estava doente, mas em sua última internação a fragilidade de sua saúde era notável. Assim sendo, além de estar sempre em contato com a vaticanista Aura Miguel e os jornalistas que acompanhavam os boletins médicos pela manhã, todos recebiam constantemente e-mails do diretor de informação sobre o procedimento a se realizar caso este falecesse. Um exemplo era o documento geral dedicado à morte do Papa, onde matérias já estavam pré-produzidas, a ordem de programação e a lista de jornalistas escalados para viajarem imediatamente para o Vaticano. O chefe da igreja católica faleceu no dia 04 de abril de 2025, quando o estágio já tinha se findado, por isso não pude acompanhar este momento.

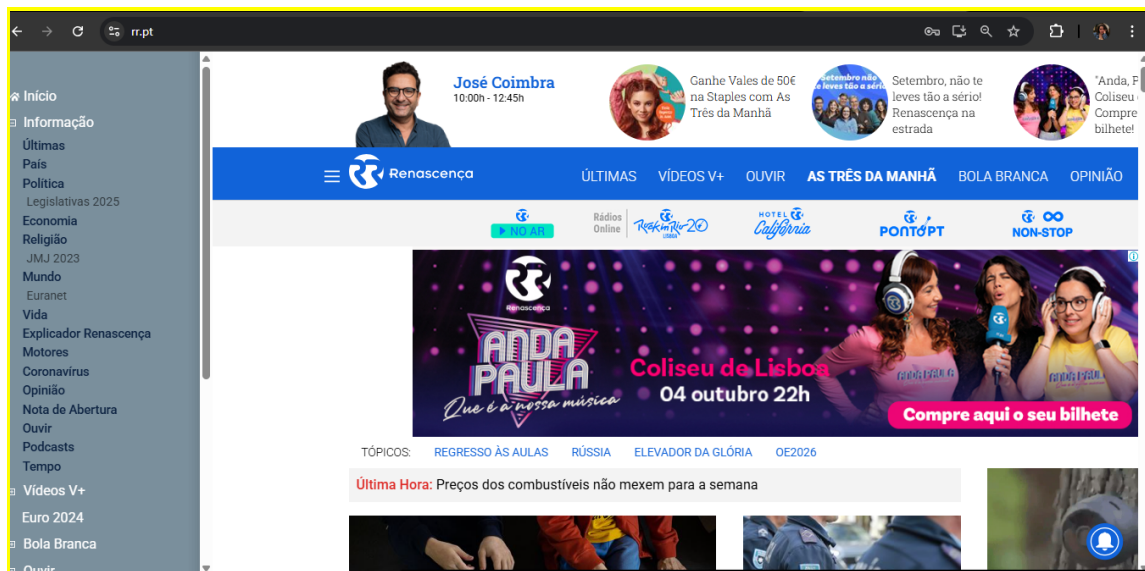


Figura 3: Página inicial Website RR

Fonte: Website Rádio Renascença.

1.3.2 Trabalho realizado

Durante o estágio, pude identificar que mais do que ter matérias atribuídas a si, o jornalista deve propor assuntos ao editor, normalmente o que é produzido vem de uma observação do mundo a volta e a sensibilidade de identificar o que “é notícia”. Abaixo, apresento um gráfico com a distribuição temática dos conteúdos produzidos durante o estágio, segundo a categorização editorial interna da redação: Dentre as quase 50 matérias a quais estive ligada, cerca de 60% eram ligadas a categoria “vida”, este panorama apresenta de forma clara minha maior dedicação à cobertura cultural, mesmo que, assim como todo jornalista, tenha atuado também em áreas como política internacional, economia, religião e temas sociais.

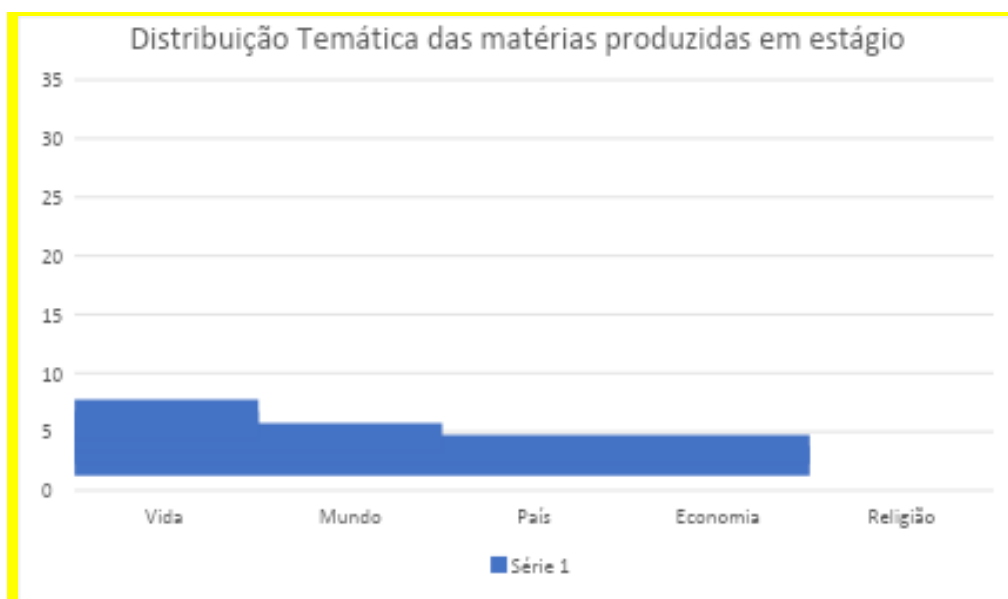


Figura 4: Distribuição temática das matérias produzidas em estágio

Fonte: a autora.

As seções do website da RR são organizadas buscando facilitar a leitura, navegação e o acesso às informações de acordo com o interesse do público. As seções são muitas, mas trabalhei principalmente nas seguintes; Mundo, reúne as notícias

internacionais e globais, destacando acontecimentos relevantes em outros países; Vida, são abordados temas ligados à cultura, sociedade e também registros de falecimentos; País, concentra-se em assuntos relacionados a Portugal no geral, trazendo uma visão mais ampla da realidade nacional; Religião, o foco está nas questões e acontecimentos ligados à Igreja e à fé; Economia, é dedicada às notícias que envolvem a situação econômica do país, seus desafios e conquistas. Essa divisão torna o jornal mais claro e organizado, ajudando os leitores a localizar facilmente os temas que mais lhes interessam.

Destacando algumas destas reportagens, em virtude da expectativa da indicação do filme “Ainda Estou Aqui” ao Óscar, realizei uma reportagem com o professor brasileiro João Teófilo sobre o período ditatorial do Brasil. Na matéria intitulada “Ainda Estou Aqui”. Uma história de silêncios¹⁴, busquei contar a história do Brasil a partir do ano de 1964, e como isso foi retratado no filme de Walter Salles, que agora é o primeiro filme brasileiro a receber um Óscar. Essa matéria tinha como objetivo trazer uma indicação cinematográfica e dar destaque às culturas, dando luz ao assunto abordado no filme.

Já com o sucesso do álbum de Bad Bunny, produzi uma matéria sobre a força da língua latina e como ela é um ato de resistência aos povos da América-Latina e a cultura. *DEBÍ TIRAR MÁS FOTOS* chegou ao mundo em janeiro de 2025, não demorou mundo para embalar *trends* nas redes sociais, atingir o top das paradas de sucesso e entrar para a playlist de muitos jovens. Com o início do governo Trump nos Estados Unidos da América e suas constantes ameaças a países vizinhos como Canadá e México, sentia a necessidade de juntar tal sucesso alcançado por Bad Bunny, sua narrativa temática e a atual situação geopolítica do mundo.

O cantor porto riquenho usa das suas melodias contagiantes e letras fortes para trazer o olhar do mundo para a situação que se passa em sua terra natal, além de

¹⁴<https://rr.pt/especial/mundo/2025/01/16/ainda-estou-aqui-uma-historia-de-silencios/409690/>

trazer o espanhol como ato de resistência face ao imperialismo estadunidense. Nesta ocasião, entrevistei o professor chileno, mas que vive no Brasil Júlio Dias, na entrevista intitulada “DeBÍ TirAR Más FOToS. Bad Bunny canta a resistência latina de Porto Rico”¹⁵ tive o objetivo de expor como a união dos povos latinos é importante para manter viva a memória dessa nação, seja por meio da história, língua ou cultura.

Como argumenta Bárbara Barreiro Leon (2025), neste álbum Bad Bunny destaca-se como um artista ativista cultural, que mantendo o uso do espanhol porto-riquenho, denunciou a injustiça social vivida pelo país e celebrou a diversidade étnica. Usando de sua fama mundial denunciou a situação vivida e valorizou a cultura nacional, com videocliques, música, apresentações e entrevistas. Transformando assim o reggaeton em uma prática política, cultural e identitária.



Figura 5: Inês Pacheco, gerente da única loja de K-Pop em Portugal

Fonte: a autora.

A última grande matéria que produzi durante meu estágio foi uma sugestão do

15

<https://rr.pt/especial/vida/2025/01/21/debi-tirar-mas-fotos-bad-bunny-canta-a-resistencia-latina-de-porto-rico/410554/>

jornalista Sérgio Costa, que, observando o sucesso do K-Pop entre a geração Z, utilizou como gancho o concerto do grupo Kiss of Life em Lisboa para explicarmos o fenômeno da cultura coreana no ocidente. Entender essa descentralização da cultura é um passo importante para expandir o horizonte jornalístico, não só em relação à cultura coreana, mas também brasileira, turca, chinesa, japonesa, espanhola e outras.

Para isso, após uma pesquisa sobre o fenômeno em Portugal e no mundo, conversei com Inês Pacheco, gerente da única loja de K-Pop em Portugal, Márcia Viana, membro de uma página de K-Pop e que viajou para um intercâmbio de 9 meses na Coreia do Sul e por fim a professora de Coreano na FLUP, Eunjoo Lee. Nesta matéria de nome “K-pop. O que motiva tanta paixão por um ritmo vindo de tão longe?”¹⁶, meu objetivo era entender e explicar aos leitores como uma cultura tão distante se tornou tão forte entre os jovens portugueses e pelo mundo, assim, partindo de uma abordagem de proximidade pude mostrar como na verdade aceitar esta cultura distante é favorável para o país socialmente, economicamente e academicamente.

Esta recepção por parte dos jovens é espelho do fenômeno global de busca pela sua própria identidade e forma de estar no mundo através da cultura pop. Como destaca Guerra e Quintela (2016), os indivíduos escolhem identidades culturais através de sistemas simbólicos mediados pela internet e pela cultura pop, o que reforça a força do K-pop como instrumento de autodefinição e identidade na comunidade (Guerra, 2021)

Os álbuns, lightsticks, posters e photocards funcionam como símbolos da relação com os artistas e outros membros da comunidade fã. Pude perceber que assim como aponta Guerra e Sousa (2021), consumir o K-pop é mais do que consumir música, é consumir uma vida, um conjunto de valores, um ideal estético e emocional que dá sentido ao quotidiano. “o fandom se constitui como espaço de resistência e emancipação. Muitas jovens relatam que, através da sua vivência como fãs,

¹⁶

<https://rr.pt/noticia/vida/2025/03/13/k-pop-o-que-motiva-tanta-paixao-por-um-ritmo-vindo-de-tao-longo/416891/>

encontraram formas de expressar emoções, de construir autoestima e de criar redes de apoio mútuo.” (Guerra e Sousa, 2021)



Figura 6: Projeto Mundi

Fonte: a autora

Por fim, na matéria “As culturas são diferentes, mas a música é uma só. Imigrantes respondem ao convite da Casa da Música” ¹⁷, que também servirá de material para este trabalho, eu produzi uma matéria sobre o projeto da CM “Mundi”. Nessa matéria meu objetivo foi dar a conhecer a população o projeto que tem como base unir imigrantes que saibam ou não tocar e cantar em uma banda. O projeto criado pelo Serviço Educativo da CM é baseado na realidade atual de Portugal segundo Jorge Prendas: “A Casa da Música olha lá para fora e vê que existe essa realidade. E, como tal, tem de pensar como é que pode acolher essas pessoas e lhes dizer que esta casa também é delas”.

¹⁷<https://rr.pt/noticia/vida/2025/02/26/as-culturas-sao-diferentes-mas-a-musica-e-uma-so-imigrantes-respondem-ao-convite-da-casa-da-musica/414634/>

Levar ao público iniciativas como o “Mundi” ajuda retirar o véu do preconceito com a população imigrante e mostrar que são muito mais do que as características vinculadas erroneamente a eles como crimes, desemprego, culturas menores ou um prejuízo ao país.



Figura 7: Banda da cantora Amy Winehouse na Livraria Lello

Fonte: a autora.

Além destas, muitas outras matérias foram produzidas, como a vinda da biblioteca pessoal da Amy Winehouse¹⁸ para a Livraria Lello, onde esteve presente a banda pessoal da cantora, os concertos da Orquestra Portuguesa de Bandolins, festivais de música, mas não só coisas ligadas à cultura. Estas matérias ajudam a reforçar o poder da cultura e como ela é importante também para a economia, educação e turismo no país.

18

<https://rr.pt/noticia/vida/2025/02/21/o-que-escrevia-amy-winehouse-nos-seus-livros-lello-expoe-bibliot-eca-da-cantora/414595/>

Produzi também matérias muito emocionantes como a missão do Castelo¹⁹, um centro de cuidados paliativos pediátricos e as escavações da biblioteca municipal do Porto, onde centenas de vítimas da cólera foram desenterradas. Acompanhar o jornalista André Rodrigues na matéria sobre o Castelo me enriqueceu não só como jornalista, mas também como cidadã. Neste dia, fomos cedo para o centro, sendo que a minha tinha a função de fazer a cobertura fotográfica, no entanto ao acompanhar o André em atuação me ensinou sobre como abordar assuntos tão sensíveis de uma maneira leve, mas com o impacto necessário. Passar o tempo com aquelas crianças e funcionários, me fez entender como o papel do jornalista, ao levar assuntos ignorados e desconhecidos ao palco, pode trazer mudanças importantes na vida deles.



Figura 8: Castelo, centro de cuidados paliativos pediátricos

Fonte: a autora.

Também acompanhei momentos importantes como a vinda do presidente francês Emmanuel Macron ao Porto e o funeral do ex-presidente do Futebol Clube do

¹⁹

<https://rr.pt/fotoreportagem/renascenca-reportagem/2025/03/24/gabi-nao-se-pode-mover-mas-sonha-ir-a-argentina-vive-na-unica-casa-com-cuidados-paliativos-para-criancas/413765/>

Porto, Jorge Nuno Pinto da Costa. Além das grandes reportagens, produzi também notícias do dia a dia e compreendi como elas são importantes para o jornalismo, pois informam, com mais proximidade a vida do leitor, ao falar sobre o seu cafezinho da manhã, como proteger seus animais dos fogos de artifício e informações que aproximam o mundo da palma da mão.



Figura 9: Companhia "Imaginar do Gigante" inaugura projeto em Vila Nova de Gaia

Fonte: a autora.

Neste período pude estar muito próxima das actividades culturais realizadas na região do Porto, desde a inauguração de uma pequena sala de teatro em Vila Nova de Gaia a grandes concertos de Carnaval no Super Bock Arena. Mesmo que sejam notícias de agenda, busquei aprofundar o conteúdo e olhar para estes eventos por uma oportunidade de entender as cenas culturais no Porto. Na notícia intitulada “Companhia "Imaginar do Gigante" inaugura projeto para "as crianças do futuro””²⁰, acompanhei o sonho de Pedro Saraiva se tornar realidade, um espaço seu que possa

²⁰<https://rr.pt/noticia/vida/2025/02/27/companhia-imaginar-do-gigante-inaugura-projeto-para-as-criancas-do-futuro/415387/>

desenvolver atividades culturais para família e escolas que segundo o mesmo “Acima de tudo, que seja um espaço de referência de Vila Nova de Gaia e que possa ser uma mostra onde apresentamos os nossos conteúdos”.

Já na matéria “Orquestra Bamba Social brinca ao Carnaval 2025 no Super Bock Arena”²⁴, acompanhei o ensaio do grupo Orquestra Bamba Social para o grande concerto de Carnaval que une músicos portugueses e brasileiros com o público em uma roda de samba para celebrar a cultura e a partilha destes dois universos musicais. O grupo que nasceu de forma descomprometida, hoje é um dos principais nomes do samba no Porto, durante a entrevista realizada com os músicos a cantora Denize Machado afirma que o samba tem o poder de aproximar culturas “Portugal tem cada vez mais brasileiros e encurtar essa ponte entre os dois países através do samba é maravilhoso”.



Figura 10: Orquestra Bamba Social faz ensaio geral no Super Bock Arena.

Fonte: a autora.

Um episódio que ilustra os desafios do fazer jornalístico, foi quando não foi

²⁴https://rr.pt/noticia/vida/2025/03/01/orquestra-banda-social-brinca-o-carnaval-2025-no-super-bock-arena/415405/?utm_medium=rss&fbclid=IwY2xjawMxEpJleHRuA2FlbQlxMQABHhz4yCyY1NEe4jDhI53CqHSr3rRk05gLYWN7iWUYF5fJGz3dxR_iKS8VOwer_aem_ZSJUMJHfWv8JZVZRin3Dqw

possível realizar a publicação da entrevista exclusiva com o cantor brasileiro Alceu Valença e a Orquestra Ouro Preto, realizada na Casa da Música. Apesar da qualidade da entrevista e da atualidade do espetáculo “Valencianas III”, questões de agenda e disponibilidade da equipa de edição impediram a finalização da peça. Esse episódio revelou a tensão entre a produção e a publicação, comum nas redações com recursos limitados, e evidenciou a necessidade de gestão de tempo e coordenação editorial para que bons conteúdos não se percam no processo.

Neste período aprendi, muito mais sobre como escrever corretamente uma boa reportagem, também aprimorei técnicas de escrita, edição e captação de imagens, bem como desenvolvi o que considero a mais importante competência de um jornalista: a sensibilidade editorial. Este estágio permitiu-me perceber que não há resistência por parte da imprensa portuguesa em relação à música e cultura brasileiras, mas sim uma carência de propostas bem formuladas. Muitas vezes, a ausência de cobertura é consequência da falta de sugestão editorial, e não de um boicote deliberado. Mesmo grandes nomes quando passam pela cidade podem ser esquecidos. Já os artistas menos conhecidos, por uma questão econômica são deixados de lado não só pela mídia mas por todos.

Concluo esta etapa com a certeza de que cresci como jornalista e como cidadã. Reforcei meu compromisso com a cultura, com a memória coletiva e com a justiça social, pontos que pretendo continuar a defender durante toda a minha carreira. Estando dentro da redação, pude observar como a mão de obra no jornalismo é pequena, e quando o assunto é cultura ainda menor, assim atribuo a esse fato um dos aspetos que influenciam na falta conhecimento sobre a música brasileira. São poucos jornalistas atuando em diversas áreas e com poucos recursos, logo preferem se focar no considerado essencial e mais relevante.

2. Da rádio ao público

O som sempre esteve no centro da experiência humana. Seja nos grunhidos das primeiras espécies terrestres até a mídia contemporânea, a comunicação sonora é uma ponte entre emissor e receptor, transformando as relações sociais e culturais. Neste capítulo busco uma abordagem histórica, técnica e simbólica da rádio, este meio de comunicação que tem resistido ao tempo.

Começamos pela história e funcionamento do rádio, ressaltando seu papel como veículo pioneiro da mediação cultural em larga escala. Em seguida, abordarei o jornalismo cultural e musical, duas práticas comunicativas que emergem e evoluem junto com os meios, desempenhando papéis fundamentais na forma como consumimos e interpretamos a cultura.

Em seguida, abordarei o caso específico da cena musical brasileira na cidade do Porto, que exemplifica como a música ultrapassa fronteiras físicas e simbólicas, formando redes translocais de sentido, identidade e pertencimento. Assim analiso o percurso que liga quem fala a quem escuta, seja via ondas eletromagnéticas, papel impresso, redes sociais ou palcos urbanos.

2.1 Rádio

Durante o recente apagão na península ibérica, por algumas horas o único meio de comunicação possível foi o rádio, a escassa informação que chegava vinha dos rádios a pilha que por anos, pareciam obsoletos. Atualmente praticamente toda a informação que consumimos vem das televisões e principalmente da internet, mas o rádio continua resistente e vivo a esse advento da tecnologia (Associação Brasileira de Rádio e Televisão, 2025).

A resiliência do rádio deve-se, em grande parte, ao seu caráter íntimo e portátil,

o que o torna acessível em situações extremas e quotidianas. Como sublinha Crisell (2006), a rádio é um meio “cego”, mas paradoxalmente capaz de criar uma forte ligação emocional com o ouvinte, devido à sua natureza auditiva e à proximidade da voz. Mesmo com a ascensão dos media digitais, o rádio continua a ocupar um lugar singular na vida das pessoas, especialmente em contextos rurais, em mobilidade ou em situações de crise. Segundo Scannell e Cardiff (1991), o rádio estabeleceu desde cedo uma “sociabilidade mediada”, aproximando-se das rotinas e ritmos diários do público.

Sendo o primeiro grande meio de comunicação de altas distâncias e velocidade, o rádio teve sua origem no telégrafo e telefones. Por meio de ondas eletromagnéticas, o rádio transforma sinais que são captados por antenas receptoras. Após serem convertidos em impulsos elétricos, são então transformados em som por meio dos aparelhos de rádio. Esta invenção mudou a comunicação tanto pessoal, quanto institucional e foi um ponto chave para a criação de diferentes formas de mediação cultural.

“A rádio teve as suas origens longínquas no telégrafo e no telefone. Estas tecnologias encontram-se associadas às redes de comunicação que se desenvolveram em meados do século XIX, em particular às redes ferroviárias, tipo de infraestruturas que a generalidade dos Estados procuraram activamente promover” (Rosa, 2019, p.45).

O rádio pode ser visto como um dos primeiros veículos das chamadas indústrias culturais, pois criou um modelo de produção e difusão de conteúdos voltado para um público massivo e segmentado. Mediando a cultura e a informação, o rádio contribuiu para o enraizamento de práticas culturais, com conteúdos diversos, da música à política, em um só lugar.

Muito se discute quem foi o primeiro inventor do que hoje conhecemos por rádio, mas o que podemos afirmar é que em 1863, James Maxwell, teorizou sobre a existência de ondas eletromagnéticas, no entanto foi só em 1887 que Henrich Hertz comprovou e inventou um aparelho de *transmissão sem fio* (TSF) onde a mensagem “viaja” pelo ar. Essas ondas a princípio foram chamadas de hertzianas (Hz), porém

ficaram mais conhecidas como “rádio” por serem radiações eletromagnéticas que se irradiavam.

Em 1893, o cientista Nikola Tesla, fez a primeira demonstração pública de uma transmissão sem fios, mas o experimento foi deixado de lado e em 1896 Gualielmo Marconi se baseou nos estudos de Tesla para construir duas estações de rádio, de transmissão e de recepção, uma na costa dos Estados Unidos e outra na Inglaterra, foi então em 1901 que é realizada a primeira transmissão de longa distância por rádio.

Um dos pontos de virada para a popularização do rádio, foi sua contribuição durante a primeira guerra mundial. A tecnologia foi usada para fins militares, sendo essencial nos campos de batalha onde tropas utilizavam o equipamento para se comunicarem com as cidades. No entanto, ao fim do conflito o rádio já estava se popularizando entre os civis e na década de 20 ganhou espaço como fonte de notícias, música, teatro e outros. A relação entre o rádio e o público passou por uma evolução significativa ao longo do século XX, refletindo não apenas mudanças tecnológicas, mas também alterações nas práticas culturais e nas formas de escuta. Hall (2014) propõe que a comunicação mediática não é um processo linear de transmissão de mensagens, mas sim um ciclo de codificação e decodificação, em que os públicos interpretam os conteúdos segundo os seus próprios referenciais. Assim, a rádio não apenas informa e entretém: ela é interpretada e incorporada pelo ouvinte de modos diversos, gerando significados sociais e identitários. A escuta da rádio, especialmente em contextos domésticos ou comunitários, ajudou a moldar imaginários sociais e afetivos em muitas sociedades.

Em 1926, a *Radio Corporation of America* (RCA), uma empresa de fabricação, se junta a outras empresas para criar a *National Broadcasting Company* (NBC), primeira rede (conjunto de emissoras) de rádios, que tinha como Rádio-jornalistas Walter Cronkite e Edward Murrow. Mas o título de primeira emissora de rádio fica com a K.D.K.A, fundada em 1920, transmitindo concertos e publicidades.

“Após diversas experiências esporádicas, levadas a cabo por amadores dentro do conceito de TSF, surgiu em 1925 a primeira estação (CT1AA) com emissão regulares

para Lisboa” (Rosa, 2019) e em 1936 surge a Rádio Renascença.

Na contemporaneidade, o rádio passou a coexistir com múltiplos dispositivos e formatos, inserindo-se no que Green e Jenkins (2006) designavam por cultura da convergência. A radiodifusão tradicional cedeu espaço à lógica da transmissão multiplataforma, onde o conteúdo é adaptado para podcast, streaming, redes sociais e aplicações móveis. Este novo ecossistema desafia o modelo linear de programação e permite ao ouvinte uma escuta mais personalizada, móvel e sob demanda. No entanto, como sublinha Oliveira e Ribeiro (2015), esta transição não significa o desaparecimento da rádio, mas sim a sua reinvenção: o áudio continua a ser um suporte poderoso, especialmente no jornalismo, pela sua capacidade de construir narrativas imersivas e de rápida difusão.

2.2 Jornalismo Cultural

Desde a sua origem, o jornalismo já passou por diversas transformações, seja no formato, na abordagem, dos objetivos. No entanto nos dias de hoje com a velocidade da internet e as diversas formas de se comunicar com o mundo, o que conhecemos como “jornalismo” precisa estar em constante atualização mas não perder suas missões: Informar, zelando sempre pela verdade. Hoje, grande parte da humanidade tem acesso a uma câmara e a possibilidade de publicar qualquer coisa nas redes sociais, mas isso não significa que façam de maneira correta e coerente.

Com a inovação tecnológica de Gutenberg em 1456, a impressão mecânica permitiu a multiplicação de cópias de livros, sendo o primeiro a bíblia e em seguida proporcionando o nascimento de jornais, revistas e folhetins. Segundo António Machuco Rosa, “A imprensa foi desde o início vista (...) como um difusor potencialmente universal de conhecimento permitindo ao indivíduo comum “conhecer os seus direitos e liberdades” (Rosa, 2019, p.45).

Sendo um reflexo da sociedade, o que hoje denominamos “Jornalismo Cultural”

surgiu junto ao iluminismo em países como Inglaterra, França e Alemanha no fim do século XVII, como afirma Burke (2004). Datado de 1665, impressos como *"The transition of The Royal Society"*, traziam textos críticos sobre livros, teatro e filosofia. Em um sentido antropológico, segundo Henrique Vaz, "a invenção da Cultura teria se apresentado exatamente ao homem como o único caminho capaz de assegurar seu lugar na Natureza." (Vaz, pág. 149, 1992), ou seja, possibilitaria ao humano se distinguir das outras espécies se firmando com seus costumes e hábitos.

É ainda importante ressaltar a teoria da Indústria criada por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, onde os autores da Escola de Frankfurt acreditam que quando inserimos a cultura na lógica capitalista ela perde sua autenticidade e vira apenas uma mercadoria padronizada movimentando as engrenagens da indústria. Isso se reflete intensamente no jornalismo, ao correlacionarmos a lógica crítica e detalhada com a produção de mercadorias de fácil consumo.

Ao olharmos para Portugal, em específico para o nosso objeto de estudo; a RR, esse problema se encontra do destaque dado a artistas já consagrados e a falta de conhecimento sobre novos artistas, mesmo os com grande visibilidade nas plataformas digitais. Dar destaque para músicos de grande notoriedade como Chico Buarque ou Caetano Veloso ajuda a reafirmar valores culturais universais, entretanto, limita a música brasileira a um estilo, gênero e formato, assim pode excluir da cobertura midiática músicos brasileiros menos conhecidos ou de gêneros mais marginalizados, este estão por sua vez invisibilizados pela lógica das indústrias culturais. O jornalismo cultural-musical pode então contribuir para, reforçar a padronização própria da indústria cultural ou criar brechas de resistência, valorizando a diversidade e a inovação.

Segundo Dora Santos Silva (2009) refletir sobre o jornalismo cultural implica compreender as transformações do próprio conceito de cultura, que passou a abranger não só manifestações artísticas eruditas, mas também expressões populares, subculturas e modos de vida cotidianos. E complementa que o advento da internet está desafiando os jornalistas culturais contemporâneos a alargar o conceito de cultura e indústrias criativas.

E é neste universo que o jornalismo cultural aflora, tendo o papel de noticiar os aspectos culturais e artísticos da vida em sociedade, por natureza, é uma ferramenta que não apenas informa, mas também molda a maneira como percebemos a cultura que nos rodeia. Para Carla Batista “O jornalismo cultural é marcado pelos mesmos constrangimentos que afetam qualquer outro exercício do jornalismo. A construção ideológica feita pelos profissionais faz-se pelo enunciado do parentesco que o liga ao restante jornalismo. A legitimidade social e profissional do relato sobre a cultura alimenta-se dos mesmos valores que idealmente estruturam a narrativa jornalística, nomeadamente a atualidade, a notoriedade das pessoas envolvidas e o interesse público dos acontecimentos noticiados.” (Batista, 2017, p.76).

Tendo a sociedade como sua “musa inspiradora”, o jornalismo em Portugal não pode ignorar o fato da crescente imigração brasileira para terras lusófonas. Mesmo antes da onda imigratória, os artistas brasileiros já eram amplamente consumidos deste lado do Oceano Atlântico, atualmente com cerca de 400 mil brasileiros vivendo legalmente em Portugal e o crescimento das redes sociais como TikTok e Instagram, observa-se uma presença cultural cada vez mais expressiva da produção artística brasileira no cotidiano português (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, 2023; Itamaraty, 2023).

Esta realidade cultural, de forte carácter transnacional, é uma expressão contemporânea da hibridização cultural apontada por autores como García Canclini (2008) e referida por Dora Santos Silva ao discutir o novo perfil do jornalismo cultural na era digital. A hibridização cultural, conforme descrita por Canclini (2008), relaciona-se à fusão e entendimento de diversas culturas, que resultam em novas formas culturais. Já no jornalismo cultural, essa união pode ser entendida no modo por qual a mídia mescla referências tradicionais com produtos de massa, que são fruto das mudanças sociais, tecnológicas e estéticas do momento presente.

“Perante este cenário, o jornalismo cultural refletiu este hibridismo e passou a interessar-se cada vez mais pelos produtos da cultura de massa. Hoje, a concepção de jornalismo cultural não é unânime nos media mundiais e portugueses. Algumas publicações optam por uma abordagem “clássica”; outras, por uma cultura de

tendências e alargada aos produtos das indústrias culturais e criativas.” (Santos Silva, p. 93, 2009).

Podemos assim observar que existe uma ampliação do conceito de cultura no jornalismo, onde o limite dentro das “belas-artes” é extinguido e manifestações como música pop, videogames, moda, séries e outros produtos da cultura de massa que fazem parte do nosso dia-a-dia são aceitos. Com a digitalização e convergência midiática, podemos enxergar essas mudanças na circulação e reconfiguração de conteúdos culturais.

2.3 Jornalismo Musical

Se caracterizando como uma subcategoria do jornalismo cultural, o jornalismo musical não se limita a divulgar lançamentos e cobrir eventos, se diferencia pelo destaque dado a interpretação, crítica e na contextualização de gêneros e movimentos musicais diferentes, funcionando como ponte entre artistas, obras e o público. Segundo Yves Lavoinne “o primeiro programa radiofónico a ser difundido com regularidade foi um programa musical”, a história da rádio tendo assim uma ligação direta com a música.

Segundo análise de Marisa Torres Silva (2014), o discurso do jornalismo musical caracteriza-se por uma certa fluidez entre informação, subjetividade e estilo, não se prendendo às regras mais rígidas do jornalismo tradicional, sendo assim mais distante do *hard news* por incorporar expressividade, metáforas e elementos estéticos na sua construção textual.

A história do jornalismo musical acompanha o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e da própria indústria fonográfica. No século XX, especialmente entre os anos 50 e 60, com a ascensão do rock como fenômeno cultural, o jornalismo musical ganhou destaque dentro do jornalismo cultural e em revistas especializadas, como a Rolling Stone (1967), que influenciou gerações ao combinar crítica musical, jornalismo investigativo e análise de comportamento.

Já nos anos 80 e 90, com o surgimento de canais como a MTV, o jornalismo musical expandiu-se para o meio televisivo, incorporando novas linguagens e modos de apresentação. Com a força da internet e a facilidade de produzir conteúdo por si próprio, em meados de 2010, muitos jornalistas da mídia tradicional deixaram a imprensa para produzir jornalismo musical em seus próprios canais do YouTube. Felipe Cruz (Papel Pop), Fernanda Catania (Foquinha) e Fernanda Soares (*Hollywood Forever*) são exemplos de jornalistas que são referência no jornalismo musical brasileiro.

Hoje, o jornalismo musical se reinventa em *podcasts*, *newsletters*, vídeos curtos e plataformas de *streaming*. Apesar dos desafios enfrentados pela precarização das redações e pela lógica algorítmica das redes sociais, ainda se mantém como uma prática relevante, especialmente quando alia curadoria, pensamento crítico e sensibilidade estética.

Como parte da Indústria Cultural, a música emerge como um dos campos mais frágeis a repetição em massa e padronização, buscar fórmulas de sucessos ao repetir e limitar a produção. Este ciclo é reforçado quando no jornalismo musical as notícias são limitadas a notícias de agenda e lançamentos, sem necessariamente formular um pensamento sobre tais produções e artistas.

Segundo Catarina Fernandes (2018) o primeiro registo de jornalismo musical em Portugal data de 1897 no Porto com o título de *Anais do Orfeão Portuense*, anos depois em 1940 nasceu em Lisboa o *Arquivo Musical Português*. Após a Revolução dos Cravos em 1974, a abertura democrática permitiu uma explosão de expressões culturais e a reorganização dos media. Nos anos 80, surgiram publicações que se dedicaram ao universo da música, como a revista *Música & Som*, e, posteriormente, *Blitz* (1984), que se tornaria uma referência no jornalismo musical português.

Este percurso ilustra como o jornalismo musical é influenciado por mudanças políticas e culturais, sendo uma área de memória, expressão e crítica especializada da música contemporânea, especialmente no caso de artistas como Caetano Veloso, Gilberto Gil e Chico Buarque. Em matérias publicadas entre os anos delimitados (2019 a 2024), podemos observar que a cobertura não está apenas na agenda musical, mas

também em reconhecimentos institucionais e reflexões sociais.

As matérias encontradas estão referenciadas na Tabela 2, como por exemplo Caetano Veloso foi tema de matérias sobre o recebimento de uma medalha de mérito cultural (2023), o título "honoris causa" pela Universidade de Salamanca (2023), e sua volta a Portugal para concertos (2021 e 2023). Já Gilberto Gil, além de anunciar sua última digressão (2024), também foi destacado por seus comentários sobre a política brasileira ("vê hoje o Brasil 'melhor'" – 2023) e a sua eleição para a Academia Brasileira de Letras e o doutoramento "honoris causa" em Lisboa (2023). Já Chico Buarque teve um grande destaque relacionado ao Prêmio Camões, que recebeu após desentendimento político com o governo Bolsonaro – um processo acompanhado desde 2019 e concluído apenas em 2024.

A grande incidência destes nomes na imprensa portuguesa destaca uma valorização não apenas da música, mas da trajetória intelectual e política desses artistas. Assumindo também um papel de “guardião da memória”, o jornalismo musical documenta o reconhecimento cultural de ícones brasileiros em Portugal. Como ilustra o excerto “Chico Buarque receber o Prêmio Camões na véspera do 25 de Abril é ainda mais simbólico”, a cobertura evidencia relações entre datas históricas, identidade lusófona e resistência política.

Portanto, observa-se que o jornalismo musical contemporâneo não apenas noticia fatos artísticos, mas decodifica valores e discursos sociais, especialmente ao abordar artistas cuja produção atravessa fronteiras musicais, literárias e políticas. Esses casos também mostram o valor do jornalismo musical como instrumento de registro da história viva da música e de seus protagonistas.

2.4 Cena Musical Brasileira no Porto

Desde a primeira caravela que aportou na costa brasileira, Portugal deixou sua influência na cultura, de lá para cá a herança se espalhou e criou raízes na arte

brasileira. Desde o sistema harmônico tonal, passando pela guitarra portuguesa que se tornou a viola caipira e temas compartilhados como a saudade, a musicalidade lusitana misturou-se às tradições indígenas e africanas, dando origem a uma identidade sonora única (Guerra, 2024).

Essa marca cultural foi sendo reelaborada em diferentes formas de apropriação criativa, articulando o local com o global — o que, no campo da música, se expressa por meio da constituição de “cenas musicais”, entendidas como clusters de práticas socioculturais ancoradas em territórios e estilos (Guerra & Quintela, 2016, p. 201).

Nos últimos anos, Portugal tem recebido uma crescente presença da cultura brasileira, principalmente pela música. Impulsionada pela comunidade imigrantes e por um público português cada vez mais interessado na diversidade sonora do Brasil, a cena musical brasileira no Porto tem atingido a cidade em palcos grandes e pequenos. Esta cena musical pode ser analisada como uma cena translocal (Straw, 1991), que fora dos limites físicos torna viável um espaço cultural dinâmico e híbrido, mesmo estando geograficamente distantes, os artistas e público criam e compartilham práticas culturais.

“Com o desenvolvimento da Internet, a comunicação entre as bandas e os fãs tornou-se mais fácil. Este contexto acelera o dinamismo das cenas – o seu surgimento, desenvolvimento e até desaparecimento; e as cenas podem surgir quer nos meios urbanos, quer em meios rurais e em áreas de contiguidade rural-urbana, podem surgir quer nos centros quer nas periferias.” (Guerra & Bittencourt, p. 4, 2018)

Samba, forró, sertanejo, funk, MPB e bossa nova, existe uma grande variedade musical até no gosto de quem consome. Artistas brasileiros residentes ou convidados têm conquistado espaço em Festivais, casas de espetáculo como a Casa da Música, Hard Club, e diversos bares e eventos culturais pela cidade. Festivais e festas temáticas como o “Brasil Origem Week”, “Dia do Brasil no Porto” e “Festival Internacional do Forró” reforçam o intercâmbio cultural no Porto.

Esses locais se transformam em zonas de performance (Guerra & Bittencourt, 2018), onde formas de consumir, gostos e estilos de vida se misturam. Mesmo que também se encontre em meios digitais e rurais, as performances realizadas nestes espaços reforçam a teatralidade e o carácter urbano das cenas musicais. Já os eventos citados, são uma peça central para a mercantilização simbólica da cultura e renova sentimentos identitários brasileiros. Ao mesmo tempo, alimentam o carácter efêmero e mutável das cenas, que surgem, crescem e se transformam com rapidez (Guerra, 2021).

Grupos como o Batucada Radical, por exemplo, une músicos locais e brasileiros em projetos que misturam sonoridades tradicionais com influências contemporâneas, tendo seu ponto alto em festas como o Carnaval onde trazem para as ruas do Porto a festa brasileira. Tal como destaca Paula Guerra (2018), as cenas são marcadas pela agência dos sujeitos, mas também pelas estruturas que possibilitam ou limitam as suas expressões, essa união de artistas com diversas origens é uma consequência dessa coletivização das cenas, possibilitando a socialização e negociação culturais.

Outro nome fundamental para a cena musical brasileira no Porto é o Instituto Pernambuco que busca “estreitar, primariamente, os laços entre o Brasil e Portugal” e além de aulas e exposições promove festas em datas comemorativas importantes para a comunidade brasileira (Guerra, 2024). Aqui vemos a relevância que as instituições têm enquanto mediadoras de processos culturais e da sustentabilidade da cena. Além da produção artística, há uma curadoria cultural que atua na construção de vínculos comunitários e no fortalecimento identitário dos imigrantes.

Assim, a cena musical brasileira no Porto não é apenas uma expressão artística, mas também um reflexo das relações humanas e culturais que se formam entre os dois lados do Atlântico. Ela se configura como um espaço simbólico onde se expressam performances artísticas, estilos de vida e formas de consumo (Guerra & Bittencourt, 2018). Ao mesmo tempo que carrega memórias e tradições do Brasil, projeta novas possibilidades estéticas e sociais no território português. A cena é, portanto, simultaneamente local e translocal, afetiva e mercantil, resistente e colaborativa — uma manifestação viva da cultura em movimento.

3. Metodologia

3.1 Objetivos de Investigação

Muitos artistas buscam não apenas a chance de iniciar sua trajetória musical em outro país, mas também a oportunidade de compartilhar sua bagagem cultural com o mundo. Representar a própria cultura é uma forma de levar um pedaço de sua origem para além das fronteiras, enquanto contribui para transformar percepções que, muitas vezes, podem ser estereotipadas sobre a música de um povo. Com apoio, essa missão já é desafiadora; sem ela, torna-se ainda mais difícil. Nesse contexto, o jornalismo pode desempenhar o papel de uma "mão amiga" para os músicos brasileiros no Porto.

Em 2024 os jornais *Diário de Notícias* e o *Público* lançaram projetos chamados respectivamente *DN Brasil* e *Público Brasil*, que tem o objetivo de levar aos brasileiros e também portugueses mais notícias sobre esta comunidade em Portugal. Esse dado demonstra que existe um interesse social e jornalístico em aprofundar o diálogo com a maior comunidade estrangeira residente em Portugal, o que reforça a pertinência do presente estudo.

O objetivo do jornalismo cultural é informar o público sobre eventos culturais, lançar luz sobre obras e artistas, e oferecer contextos e interpretações que ajudem a compreender melhor a importância e o impacto dessas manifestações na sociedade. Apesar das dificuldades estruturais enfrentadas pelo jornalismo, sobretudo pela cultura, é possível vislumbrar um espaço de colaboração frutífera entre jornalistas e músicos brasileiros no exterior. Em um cenário de crescentes desafios, a atuação jornalística pode funcionar como dinamizador do reconhecimento para estes artistas.

Assim, este trabalho propõe refletir sobre o papel do jornalismo cultural como

condutor de visibilidade para músicos brasileiros na cidade do Porto. Através de entrevistas e análise de conteúdos produzidos pela RR, busquei compreender como se dá a representação da música brasileira. Tomando como ponto de partida uma amostragem de publicações, procuramos responder às seguintes perguntas: *Qual o espaço dado pela Rádio Renascença aos músicos brasileiros?*

Duas hipóteses conduzem a investigação: (1) A RR concede espaço midiático seja qual for a nacionalidade do músico, mas sobretudo a nomes já conhecidos (2) Nomes emergentes ou musicalmente distantes dos nomes já conhecidos não são considerados noticiosos. Tais hipóteses foram trabalhadas posteriormente sobre a análise de 25 peças jornalísticas publicadas pela Rádio Renascença entre 2019 e 2024, que foram selecionadas com o critério de: (1) Aborda músicos brasileiros; (2) Não são obituários; (3) São sobre os 3 músicos que mais são mencionados neste período de análise. Foram ainda complementadas por entrevistas com quatro atores-chave: a editora de Cultura da emissora, Maria João Costa, e três músicos brasileiros atuantes no Porto, Gutti Mendes, Louise Hug e Cauê Nardi.

Este estudo utiliza uma abordagem qualitativa e exploratória, com o objetivo de analisar como os músicos brasileiros são representados e visibilizados no jornalismo cultural e musical, com foco na área metropolitana do Porto. O recorte principal incide sobre a programação da Rádio Renascença (RR). Com a dificuldade em encontrar estudos sobre músicos brasileiros em Portugal fiáveis e oficiais, este estudo pretende criar uma análise empírica com análises de conteúdo, entrevistas com músicos e jornalistas, privilegiando fontes primárias.

O corpus deste trabalho é composto por uma seleção de materiais sobre músicos brasileiros publicadas entre 2019 e 2024, pela Rádio Renascença, abrangendo reportagens e conteúdos jornalísticos sobre músicos brasileiros com atuação em Portugal, entrevistas e materiais secundários (redes sociais, plataformas digitais como Spotify ou YouTube, website). A seleção do corpus considerou critérios como a relevância cultural dos artistas, a frequência de aparições na mídia analisada e o enquadramento jornalístico dado a essas participações. A metodologia adotada

combina duas técnicas fundamentais, análise de conteúdo e entrevistas.

Para a análise de conteúdo foi utilizada como fonte de entendimento as matérias do website da RR, nos últimos 5 anos, para complementar as entrevistas realizadas. Com base nos princípios metodológicos de Bardin (2011), essa análise possibilitará identificar categorias temáticas e padrões de visibilidade em torno dos músicos brasileiros. Através de uma leitura sistemática e categorizada dos conteúdos da RR, serão observadas variáveis como: Presença ou ausência de artistas brasileiros; Frequência e contexto das menções; Tipos de formatos jornalísticos utilizados (entrevistas, notas, especiais); Linguagem, enquadramentos e valor-notícia atribuídos às participações brasileiras.

A análise será conduzida a partir de uma codificação manual inicial, eventualmente complementada por ferramentas digitais de apoio à análise qualitativa. Após fazer uma filtragem dos conteúdos encontrados, os músicos brasileiros mais citados foram respectivamente Chico Buarque, Gilberto Gil e Caetano Veloso, como é possível ver na tabela no anexo 2.

As entrevistas produzidas foram feitas com dois grupos principais: profissionais da Rádio Renascença, especificamente a editora de cultura da RR, Maria João Costa e músicos brasileiros atuantes no Porto. As entrevistas não tinham um critério infalível, permitindo ao longo da conversa explorar ideias que surgirem sobre a representação dos músicos brasileiros no jornalismo português. O conteúdo foi gravado, transcrito pela plataforma TurboScribe, organizado e submetido à análise de conteúdo, com foco em identificar pontos semelhantes entre os discursos, dificuldades e contribuições sobre a temática abordada.

Esta abordagem metodológica ajudará a identificar músicos brasileiros no jornalismo cultural e musical no Porto, abordagens editoriais e lacunas nesta relação entre mídia e músicos. A correlação entre estes pontos ajudará a fortalecer a validade da pesquisa, dados e responder à questão de investigação.

Profissão	Nome	Onde	Quando
Jornalista	Maria João Costa	Google Meet	28 de Maio 2025
Músico	Gutti Mendes	Google Meet	24 de Abril 2025
Músico	Louise Hug	Google Meet	8 de Abril 2025
Músico	Cauê Nardi	Google Meet	8 de Abril 2025

Tabela 1: Entrevistados

Fonte: autora.

3.2 Técnicas de recolha e análise de dados

Com foco em responder à pergunta de partida “Os músicos brasileiros têm espaço na mídia portuguesa?”, utilizei uma análise qualitativa de natureza exploratória do estudo, buscando compreender a visibilidade de artistas brasileiros no jornalismo cultural e musical português, com especial dedicação a área metropolitana do Porto, na programação da Rádio Renascença (RR). A combinação entre análise de conteúdo e entrevistas auxiliou chegar a um campo de visão mais alargado.

3.2.1. Recolha de Dados

A recolha dos dados começou quando identifiquei o período em que pretendia trabalhar, uma seleção de conteúdos publicados pela Rádio Renascença entre os anos de 2019 e 2024. Nesta etapa também, utilizando da barra de pesquisas do website, selecionei reportagens, entrevistas ou publicações sobre músicos brasileiros nestes últimos 5 anos. Após selecionados em uma tabela de Excel, selecionei os nomes que apareciam com mais frequência e destaquei os três primeiros e por fim escolhi os que de fato falavam sobre os músicos em todo o corpo do texto.

Nesta primeira filtragem no website da RR, foram encontradas 143 matérias

referente a “músico brasileiro”, 324 matérias referente a “cantora brasileira” e 550 matérias referentes a “cantor brasileiro” entre reportagens, entrevistas, notas curtas e artigos de agenda cultural. Após uma primeira leitura, foram excluídos conteúdos em que a menção a músicos brasileiros era apenas acessória, eram notas de falecimento ou não abordavam os três nomes mais mencionados (Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil) restando um corpus final de 20 peças jornalísticas analisadas em profundidade.

Após escolhidas foram organizadas em uma tabela no Excel, na qual se registaram dados como título, data e artistas mencionados. Esta etapa possibilitou encontrar padrões, destacando que os três músicos mais citados eram Chico Buarque, Gilberto Gil e Caetano Veloso, todos representantes consagrados da MPB clássica e muitas vezes abordavam assuntos externos à música. Essa constatação inicial já indicava uma forte tendência para a cobertura de nomes legitimados pela tradição cultural brasileira.

O objetivo desta organização foi o de permitir a eliminação de regularidades, ausências e elementos recorrentes que pudessem servir de base a modificações temáticas posteriores. A sistematização dos dados foi feita manualmente, durante o período de estágio curricular questioneei sobre a existência de uma plataforma de pesquisa mais específica onde pudesse encontrar as matérias por categoria, gênero e tempo mas não existia e foi me sugerido utilizar o website para esta pesquisa.

A segunda técnica utilizada na investigação foi a realização de entrevistas semiestruturadas com dois públicos distintos, mas complementares: por um lado, profissionais da própria Rádio Renascença, nomeadamente a editora de cultura Maria João Costa; por outro, músicos brasileiros residentes e atuantes no Porto. As entrevistas foram realizadas via Google Meet, com consentimento informado dos participantes e gravação autorizada. As transcrições foram feitas com auxílio da ferramenta digital TurboScribe, sendo posteriormente revistas e ajustadas manualmente.

Esta forma de entrevista permitiu manter uma orientação temática, mais

centrada na representação mediática, critérios editoriais, e desafios de visibilidade, no entanto sem restringir a exploração de temas que surgissem durante a conversa. Assim pude observar dimensões subjetivas do problema, como a forma que os artistas dão preferência às redes sociais por se sentirem invisibilizados.

3.2.2. Análise de Dados

A análise dos dados coletados foi feita com base na metodologia de análise de conteúdo temático, seguindo os passos propostos por Laurence Bardin (1977). A professora da Universidade de Paris V organizou a análise de conteúdo em três etapas que se completam. As diferentes fases da análise de conteúdo, tal como o inquérito sociológico ou a experimentação, organizam-se em torno de três pólos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. (Bardin, 1979) .

Por fim, a fase interpretativa cruzou as falas das instituições (que vieram da análise de documentos e da entrevista com a editora de cultura) com as falas dos músicos entrevistados, o que possibilitou encontrar o valor da música brasileira no panorama português e as diferenças de enfoque dado a novos artistas fora do circuito Lisboa-Porto.

A confiança dos resultados foi garantida com um método de três partes: o que sai nos jornais da RR, as entrevistas e a minha própria vivência na redação da rádio. Desta forma foi possível confirmar as conclusões e hipóteses com todas as partes envolvidas, sendo possível observar o ideal e o que de fato se concretiza. Pude, assim, diminuir as chances de opiniões pessoais e enviesamentos. Por exemplo, a constatação de que os artistas brasileiros mais noticiados eram todos consagrados confirmou-se tanto na análise documental quanto na fala da editora Maria João Costa, que destacou a “notoriedade” como critério editorial central. Do mesmo modo, a queixa dos músicos sobre invisibilidade coincidiu com os baixos índices de cobertura de artistas emergentes no corpus analisado.

4. Representação face ao jornalismo cultural e musical

Partindo da premissa que estamos em Portugal, logo, o conteúdo midiático será produzido para essa população não se justificaria a existência de um conteúdo voltado aos artistas brasileiros. No entanto, a realidade de consumo da população portuguesa nos mostra outro quadro, segundo dados do Spotify (2024) em uma playlist disponibilizada pela plataforma anualmente, dos 50 artistas mais ouvidos em Portugal 14 são brasileiros (28%), 9 portugueses (18%) e os demais 27 (54%) variam entre Espanhóis, Estadunidenses e outras nacionalidades. Esse consumo expressivo da música brasileira indica uma clara pertinência do debate e contraria parcialmente a ideia inicial de invisibilidade.

A análise de conteúdo realizada, sobre a cobertura cultural da Rádio Renascença nos últimos anos, destaca que o espaço que a música brasileira ocupa no jornalismo português, pondera a dualidade entre a visibilidade e a invisibilização dentro do jornalismo cultural. A análise de conteúdo e as entrevistas demonstram como o jornalismo musical, mesmo que não se oponha a receber a cultura brasileira, devido a falta de recursos e critérios seletivos que limitam a pluralidade dos mundos representados.

No entanto, como um jornal de relevância e profissional, a RR tem seus critérios editoriais que visam levar o melhor ao seu público. Em entrevista com a jornalista e editora de cultura na RR, Maria João Costa, eles são: “O primeiro critério é a notoriedade do músico e dos projetos. Às vezes, o músico não é tão conhecido, mas traz um projeto relevante, seja pela temática ou pelo enquadramento. Outro critério é a proximidade com o público — se o músico vai fazer uma turnê por várias cidades de Portugal, e não só Lisboa e Porto, isso também pesa.”

Apesar dos critérios serem válidos e justificáveis, ao se basear no interesse público e da relevância cultural, provoca um processo de seleção excludente e centralista em nomes como Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil — artistas que ao longo da sua história se tornaram mais do que músicos e sim símbolos da

política e arte brasileira. Em seu livro, Carla Baptista (2017) ressalta esses critérios e como eles favorecem artistas com longa carreira e apelo consolidado, em detrimento de vozes emergentes, tal lógica leva ao artista privilegiar a utilização das redes sociais e até desconhecimento das mídias atuais, como foi possível identificar durante as entrevistas.

A teoria da legitimação cultural de Pierre Bourdieu tange esta lógica de critérios. Nela o sociólogo francês aponta como os meios de comunicação funcionam como espaços de consagração simbólica, com o poder de abordar sua própria visão da sociedade (Bourdieu, 1996). Os resultados aqui confirmam a hipótese 1, pois a RR reforça capital simbólico de artistas consagrados, reproduzindo hierarquias no campo cultural.

No caso da música brasileira no Porto, a RR atua como mediadora dessa consagração, mas com um foco restrito e, em certa medida, tradicionalista. Ainda que haja uma valorização da música brasileira enquanto herança cultural transatlântica — com destaque para a MPB clássica —, observa-se pouca abertura a gêneros como o funk, o sertanejo universitário, ou mesmo novos artistas de forró e música eletrônica, que representam expressões culturais igualmente legítimas, mas menos aceitas pelos filtros editoriais tradicionais. Maria João Costa afirma que existe uma abertura para a música brasileira, “já entrevistei bastantes músicos brasileiros”, mencionando nomes como “Ivan Lins, Lenine, Caetano Veloso, Gilberto Gil” e acrescenta que “o público português interessa-se muito pela música brasileira”. Ainda assim, confirma-se a hipótese 2 parcialmente: há espaço para músicos brasileiros, mas ele é fortemente seletivo e concentrado nos nomes já legitimados.

Outro aspecto relevante refere-se à superficialidade de algumas abordagens. Embora a RR se empenhe em contextualizar e aprofundar assuntos (como no programa “Ensaio Geral”), a ausência de dados e indicadores sobre o impacto dessas questões revela a dificuldade estrutural do jornalismo em avaliar sua eficácia cultural. A produção jornalística geralmente acompanha o ritmo da agenda, o que, aliado à falta de especialização em música brasileira nas redações, resulta em uma cobertura pontual e frequentemente reativa, em vez de proativa. A própria jornalista destaca:

“Depende muito da agenda cultural da semana. Às vezes há muitos eventos e outras vezes quase nada”, o que aponta para uma abordagem condicionada por fatores externos.

Assim a cobertura baseia-se em numa lógica de notoriedade. “No caso do Chico Buarque, teve o Prémio Camões, que é literário, não apenas musical. Isso justifica uma maior cobertura”, afirma Costa. Podemos assim ter em mente que novos artistas que ainda não atingiram essa legitimidade simbólica encontram dificuldade em alcançar espaços na mídia tradicional. A análise das entrevistas com músicos brasileiros residentes no Porto, como Cauê Nardi²², Louise Hug²³ e Gutti Mendes, confirma essa exclusão periférica, com repetidas menções à ausência de retorno por parte da imprensa, mesmo diante de projetos consistentes. Este dado reforça a hipótese 2, mostrando como a visibilidade está diretamente ligada ao capital cultural e não à inovação artística.

Por último, a mensagem de inclusão expressa nas entrevistas frequentemente não se concretiza de maneira consistente, segundo os músicos, esta prática é assimétrica. A visibilidade de artistas brasileiros na mídia depende de sua habilidade em promoção pessoal, construção de parcerias institucionais e conexões já existentes. Gutti Mendes afirma: “Artista independente que não é viral, não é relevante, mesmo sendo bom.” Louise Hug ainda reforça: “Nunca fui matéria em jornal ou TV aqui. Só participei de uma rádio online de um amigo brasileiro.” Dessa forma, a representação midiática continua a ser um setor desigual, onde o jornalismo cultural atua mais como

²²Cauê Nardi é um artista brasileiro que iniciou seus estudos em 2000 pela Escola de Música Villa- Lobos, no Rio de Janeiro. Especializado em formação vocal e instrumental atuou ao longo de sua carreira em diversos projetos musicais, tanto solo quanto em grupo. Em 2018 se mudou para o Porto e passou a conduzir jam sessions mensais na cervejaria Nortada. Antes de regressar ao Brasil seu último projeto no país junto ao coletivo musical Alfa Pendular, onde junto a músicos como Leo Bianchini e Marulo viajam por Portugal levando a música.

²³Louise Hug é cantora, compositora e professora de canto e interpretação e vive em Portugal desde 2018. Com quase 30 anos de carreira, Hug iniciou seu percurso aos 12 anos em um coral. Destaca-se projetos realizados por ela como tributos as divas da música (“Um Por Todos E Todos Por Elis” e “Divas do Mundo de ontem e de hoje”), além de atualmente ser Backing Vocal de bandas como Tekos, Carioca de Limão e na Roda de samba Cravo & Canela.

uma curadoria restritiva do que como um espaço disponível para troca e diversidade estética.

Tal realidade, influencia que os artistas se dediquem mais às suas próprias redes sociais, do que invistam em conexão com as mídias tradicionais. “Para novos artistas, é mais difícil furar o bloqueio e chegar à mídia tradicional, por isso, a autopublicação nas redes sociais parece mais viável”, destaca Costa durante a entrevista realizada. Por outro lado, ela ressalta que “o jornalismo cultural oferece mediação, entrevista, aprofundamento”, mas admite que muita coisa “não está online”, o que compromete a visibilidade pública desses conteúdos.

Assim, é importante ponderar sobre o papel da crítica e da mediação jornalística, a própria editora reconhece os desafios enfrentados pelo jornalismo cultural contemporâneo: “É importante haver espaço para ambos: tanto o conteúdo mais intelectual quanto o de grande público. No entanto, vemos uma redução na crítica cultural, menos críticas de livros, de cinema, e menos jornalistas especializados”, alerta a editora, destacando um desafio editorial que reflete diretamente a pluralidade da cobertura cultural.

Com base nas entrevistas realizadas com músicos brasileiros e a editora de cultura da RR, foi possível destacar categorias recorrentes que revelam os mecanismos simbólicos e estruturais que influenciam a presença da música brasileira no jornalismo cultural português.

4.1. Cultura como conceito ampliado e os critérios editoriais

Para a editora de cultura da RR, Maria João Costa, “a noção de cultura é bastante abrangente”, alguns exemplos citados por ela são cinema, teatro, dança, arquitetura e meios de comunicação. Tal afirmação pode ser identificada também no pensamento de Henrique Vaz (1992), que tem na cultura um meio por qual o ser humano é capaz de

identificar seu lugar no mundo e tem a possibilidade de criar formas de significação e ordenamento simbólico da experiência.

Essa montanha de manifestações culturais não dá, necessariamente, pluralidade nas escolhas editoriais. Costa diz que a cobertura vem da "relevância política" dos eventos. Isto mostra filtros editoriais, que, mesmo no jornalismo cultural, valorizam temas institucionalmente conhecidos. Carla Baptista (2017) nota: o jornalismo cultural está preso nas mesmas amarras da lógica jornalística geral, como fama e interesse público, que limita as pautas. Este dado mostra que, mesmo reconhecendo a amplitude do conceito de cultura, os critérios editoriais continuam presos a lógicas institucionais e de notoriedade, confirmando a seletividade prevista nas hipóteses.

4.2. A briga pela visibilidade: entre televisão, imprensa e algoritmos

Gutti Mendes acredita que a televisão abre mais espaço para música brasileira do que a imprensa escrita. A compreensão nos mostra uma hierarquia entre veículos que Pierre Bourdieu (1996) argumenta, conectando-se com o campo da produção simbólica, onde diferentes formas de capital estético, midiático e social afetam o acesso à visibilidade.

Além disso, Mendes critica a atenção excessiva às métricas digitais: “a importância reside não na qualidade, mas sim no número de visualizações e seguidores”. Essa observação clara demonstra o efeito da cultura digital nas práticas jornalísticas, que de acordo com Dora Santos Silva (2009), tem transformado profundamente os critérios de cobertura cultural, valorizando conteúdos com alto potencial de viralização, às vezes em prejuízo da profundidade artística. A crítica de Mendes sobre métricas digitais reforça que a visibilidade hoje se constrói num híbrido de capital mediático e digital, em consonância com Bourdieu e Dora Silva.

4.3. Preferências musicais e exclusão simbólica

Louise Hug salienta que o samba desfruta de "muito mais abertura" na mídia

portuguesa, mesmo que não seja seu foco musical. Essa seleção evidencia uma naturalização de certos gêneros musicais em comparação com outros menos conhecidos. Como Bourdieu (1996) explica, o jornalismo frequentemente replica modelos de consagração simbólica, beneficiando obras já aprovadas pelo mercado ou pela crítica, gerando barreiras invisíveis para novos estilos e artistas.

Essa desigualdade simbólica é reforçada pela visão de Hug, observando a invisibilidade, às vezes, um indivíduo supera aqueles no palco principal, mas lhes falta visibilidade. A hierarquia estética da mídia nem sempre acompanha a excelência artística, priorizando sua presença nos círculos de validação cultural. Aqui, confirma-se que a visibilidade de gêneros “aceitos” (como o samba) contrasta com a invisibilidade de outros estilos, o que evidencia a consagração seletiva.

4.4. Imprensa e desafios para imigrantes.

Gutti Mendes expõe “jabá” e “trocas de favores” na imprensa cultural, tachando o sistema como “complicado”. A crítica espelha o que Carla Baptista (2017) descreve, a teia de interesses comerciais e editoriais, a curadoria cultural nem sempre valoriza o mérito artístico, prevalecendo as relações de poder e financiamento. A barreira simbólica é imensa para os músicos imigrantes. Cauê Nardi diz, “é árduo conquistar confiança no teu trabalho”. Esta dificuldade ressoa com os “marcadores de diferença” de Stuart Hall (2003), o estrangeiro é frequentemente rotulado como diferente, exótico, sujeito a suspeitas, precisando provar sua legitimidade o tempo todo. No jornalismo, essa “diferença” pode causar invisibilidade. Este dado reforça a teoria de Hall (2003) sobre marcadores de diferença e mostra que a hipótese 2 não significa invisibilidade absoluta, mas presença condicionada e desigual.

4.5. Redes sociais como alternativa à imprensa

As redes sociais apresentam-se como uma opção à imprensa. Para ultrapassar os

obstáculos atuais, vários artistas utilizam as redes sociais, procurando divulgação e contato direto com seu público. Nardi conta: "Uso o Instagram, o YouTube". Essa tática encaixa-se na reformulação dos âmbitos culturais e midiáticos atuais. Como salienta Dora Santos Silva (2009), as tecnologias digitais expandiram os processos de criação e divulgação cultural, originando "novos intermediários" e "redes paralelas de visibilidade", sem depender exclusivamente dos meios tradicionais. Embora funcionem como saída, as redes sociais não substituem a legitimidade conferida pelo jornalismo cultural — confirmando o valor simbólico central dos media tradicionais.

4.6. Jornalismo: Agente de representação simbólica.

Nardi confia na importância simbólica da mídia na criação de imagens coletivas: "Se os artistas brasileiros fossem mais vistos nas capas de jornais, isso ajudaria a mudar a percepção do músico brasileiro". Isso liga-se à teoria de Stuart Hall (1997), que vê os jornalistas como elemento chave na formação de nossas identidades culturais, podendo reforçar ou derrubar estereótipos. A presença midiática torna-se, então, um meio de integração simbólica para a comunidade imigrante, dando reconhecimento e legitimidade pública. Assim como Canclini (2008) defende, o consumo cultural é crucial na edificação da cidadania simbólica e da identidade. Este ponto conecta empiria e teoria: o jornalismo continua a ser um espaço de consagração e legitimação, mas ao reforçar os já consagrados, limita a diversidade cultural.

4.7. Desigualdades culturais e fragilização jornalística

Gutti Mendes ainda protesta que "cantores internacionais que cantam em inglês recebem mais atenção do que aqueles que cantam em português", expondo uma disparidade que permeia as dinâmicas culturais globais. Essa diferença manifesta o que Canclini (2008) descreve como "hibridização subordinada": mesmo em ambientes pluriculturais, modelos dominantes se impõem — neste caso, o inglês como língua predominante no consumo cultural. A falta de jornalistas especializados fragiliza o

papel crítico e confirma a lógica apontada por Adorno & Horkheimer: reprodução de padrões em vez de experimentação.

Por último, Maria João Costa realça um obstáculo estrutural importante: “Há cada vez menos jornalistas especializados e menos recursos”. Isto corrobora a análise de Dora Santos Silva (2009) sobre a diminuição do jornalismo cultural diante das pressões financeiras e da transformação digital das redações. A falta de especialistas prejudica a capacidade crítica e analítica da imprensa, originando coberturas mais rasas e padronizadas.

Neste ponto, a hipótese 1, de que existe espaço para músicos brasileiros, sobretudo a artistas consagrados, na Rádio Renascença, embora condicionado por filtros editoriais, encontra respaldo empírico. As entrevistas com músicos residentes no Porto, como Cauê Nardi, Louise Hug e Gutti Mendes, evidenciam as barreiras enfrentadas: ausência de retorno da imprensa, seletividade dos convites e dependência de redes de contatos já estabelecidas. Como reforça Gutti Mendes: “Artista independente que não é viral, não é relevante, mesmo sendo bom”. Louise Hug acrescenta: “Nunca fui matéria em jornal ou TV aqui. Só participei de uma rádio online de um amigo brasileiro”. Estas falas ilustram que a visibilidade mediática não decorre apenas da qualidade artística, mas da capacidade de autopromoção e da inserção em circuitos já legitimados, o que remete diretamente à teoria de Bourdieu sobre a luta pelo capital simbólico.

Por outro lado, a hipótese 2, de que artistas brasileiros emergentes ou independentes recebem pouca cobertura, também se confirma. Mesmo que a RR tem historicamente acolhido artistas brasileiros em programas e entrevistas, como Ivan Lins, Lenine, Caetano Veloso e Gilberto Gil, e mantém uma programação cultural reconhecida pela sua qualidade crítica, como o *Ensaio Geral*, no ar há 16 anos. Isso demonstra que a presença da música brasileira não é residual, mas sim seletiva e fortemente condicionada. A inclusão de artistas brasileiros consagrados confirma a ideia de que o jornalismo reconhece a relevância transatlântica da MPB clássica, mas a exclusão sistemática de novos gêneros, como funk, sertanejo universitário e música eletrônica, reforça o caráter excludente e tradicionalista da mediação jornalística.

Essa seletividade pode ser interpretada à luz da teoria da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (1985). O jornalismo cultural da RR, ao privilegiar fórmulas conhecidas e artistas já legitimados, reproduz a lógica de padronização e repetição que caracteriza as indústrias culturais. A cobertura, quando existe, tende a ser mais reativa à agenda (um prêmio, uma grande turnê, um evento relevante) do que proativa na descoberta e valorização de novas expressões. A própria jornalista admite que “depende muito da agenda cultural da semana”, reconhecendo que fatores externos, e não apenas critérios internos, condicionam a visibilidade da música brasileira.

Assim, confirma-se que a RR funciona como mediadora da consagração simbólica de artistas brasileiros em Portugal, mas com uma atuação restrita. Ao mesmo tempo em que legitima ícones da MPB como herança cultural, marginaliza expressões emergentes, que permanecem visíveis apenas nas redes sociais ou em circuitos paralelos. O vaivém entre teoria e empiria mostra, portanto, que a presença da música brasileira na RR não é inexistente, mas seletiva e dependente de critérios editoriais que reforçam a consagração de uns e a invisibilidade de outros.

5. Impactos do jornalismo cultural e musical na cena da música brasileira portuense

A performance do jornalismo cultural e musical, especialmente realizada por meios como a Rádio Renascença, demonstra impactos importantes — embora ainda mal investigados — na formação da cena musical brasileira na cidade do Porto. Com base na análise de conteúdo das entrevistas realizadas, tais efeitos podem ser sistematizados em três esferas interligadas: simbólica, institucional e afetivo-cultural. Podemos ainda quantificar o material recolhido e a comparar entre artistas brasileiros, portugueses e de outras nacionalidades permitem interpretar de modo mais amplo o papel do jornalismo cultural na mediação destas presenças.

No plano simbólico, o jornalismo funciona como gerador de significados acerca do Brasil e sua expressão artística. Os artigos e entrevistas veiculados, principalmente com figuras renomadas, ajudam a formar uma imagem da música brasileira como elegante, comprometida e rica em conteúdo cultural. Esse contexto realça o valor simbólico dos músicos brasileiros diante do público português, criando uma conexão de reconhecimento transatlântico que se fundamenta em características históricas comuns, como a língua e a herança lusófona.

A análise das entrevistas evidencia que há uma forte tendência à valorização da música brasileira clássica e já consagrada, sobretudo por meio da MPB tradicional. Esta preferência reflete uma lógica de visibilidade baseada na tradição, o que, embora não seja excludente por princípio, acaba por reforçar a repetição de figuras já conhecidas, não ampliando o olhar para fora destas linhas.

Com a análise quantitativa é possível observar que a valorização simbólica é restrita. Mesmo que a música brasileira por vezes seja algo mais próximo do que artistas estrangeiros, a cobertura ainda é significativamente menor, contrastando com os dados do Spotify que mostram os brasileiros como a segunda nacionalidade mais

ouvida no país (28%). Essa contradição reforça a hipótese de que a legitimação simbólica mediática não acompanha necessariamente o consumo real.

Olhando sob uma perspectiva teórica, a seletividade em relação aos músicos tange a teoria de Indústria Cultural (Adorno & Horkheimer, 1985), pois a repetição de nomes consagrados funciona como padronização e garante audiência e lucro. A música brasileira é caracterizada como herança histórica legitimada, mas as expressões da atualidade, como funk, sertanejo universitário, pop, rap, indie e trap, permanecem longe do interesse das mídias informativas. O argumento de Stuart Hall é validado aqui ao observarmos que a cultura globalizada deveria ser lida de forma híbrida e dinâmica, mas que continua a ser representada de forma cristalizada e exótica.

Entretanto, essa apreciação não é uniforme. A pesquisa empírica revela que o jornalismo português — apesar de sua curiosidade — ainda observa a música brasileira com uma dose de exotismo e uma reverência ao passado, negligenciando expressões contemporâneas que desafiam o cânone da MPB. Conforme argumentam autores como García Canclini (2008) e Stuart Hall (2003), a cultura globalizada exige uma interpretação híbrida e dinâmica das identidades culturais. Dessa forma, o jornalismo cultural poderia (e deveria) funcionar como um mecanismo de atualização simbólica, apto a reconverter a percepção da música brasileira para além do “tropicalismo” e da “bossa nova”.

No contexto institucional, o jornalismo serve como um agente de legitimação e criação de oportunidades. Ao cobrir um concerto, entrevistar um artista ou publicar uma crítica, uma emissora como a RR ajuda a solidificar a presença desse artista na cultura pública. Isso foi percebido nas vivências mencionadas durante o estágio, em que conteúdos sugeridos pela própria autora destacaram eventos pouco comentados, como o show de Alceu Valença ou a iniciativa “Mundi” da Casa da Música.

Contudo, a análise revela que esta legitimação é desigual. Dos 19 artistas brasileiros mencionados na RR no período analisado, 13 eram figuras consagradas [Simone, Maria Bethania, Adriana Calcanhoto, Ivete Sangalo, Rita Lee, Fafá de Belém, Cetano Veloso, Gilberto Gil, Chico Buarque, Djavan, Marisa Monte, Lenine e Zeca

Baleiro] (68 %) e apenas 6 emergentes [Silva, Luísa Sonza, João, Paula Morelenbaum, Bem Gil e Moreno Veloso] (32 %). Essa diferença indica que, para artistas brasileiros, o capital simbólico prévio é praticamente condição de entrada na mídia. A fala de Maria João Costa reforça esta lógica: “O primeiro critério é a notoriedade do músico e dos projetos... Outro critério é a proximidade com o público.” Assim, o critério de notoriedade opera como filtro que privilegia trajetórias longas e exclui produções recentes.

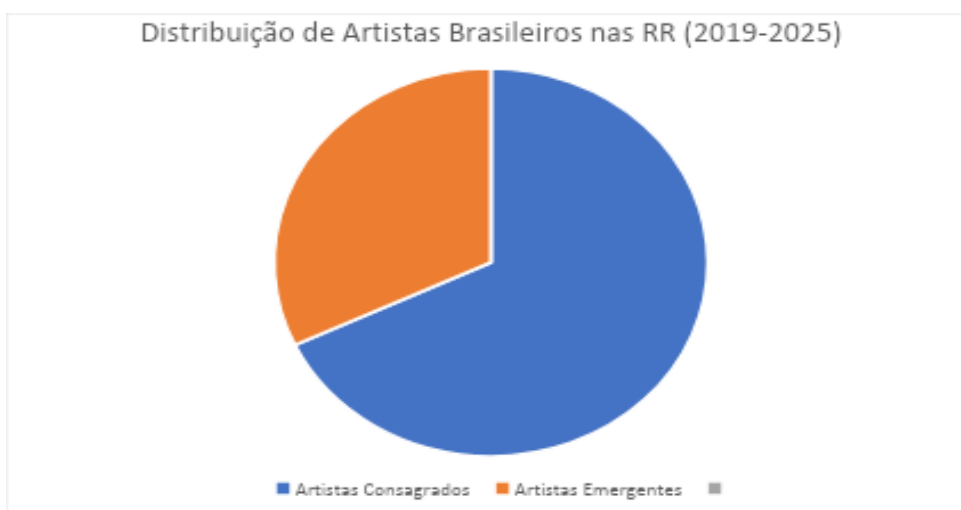


Figura 11: Distribuição de artistas brasileiros nas RR (2019-2025)

Fonte: a autora.

Essa validação institucional pode gerar efeitos em cascata: crescimento de audiência, interesse de criadores culturais, convites para eventos, etc. Contudo, essa legitimidade depende fortemente de critérios editoriais seletivos. Segundo Maria João Costa, os critérios de seleção adotados pela RR incluem “notoriedade do músico ou do projeto” e “proximidade com o público”, como quando o artista realiza “uma turnê por várias cidades de Portugal, e não só Lisboa e Porto.” Esses parâmetros reforçam uma lógica de visibilidade fundada no capital prévio acumulado pelos artistas.

Os entrevistados destacam essa ponte, onde as oportunidades muitas vezes não se concretizam devido à falta de interesse contínuo das redações ou à dificuldade de superar a lógica eurocêntrica. Cauê Nardi relata: “Mesmo assim, como imigrante, é difícil fazer com que confiem no seu trabalho e te deem oportunidades.” Louise Hug,

por sua vez, afirma que “nunca fui matéria em jornal ou TV aqui.” Já Gutti Mendes é mais direto: “Tem muito jabá, muita troca de favores.”. Tais afirmações apontam para a teoria de Bourdieu (1996), que destaca a luta pelo capital simbólico, ou seja, o acesso às instituições é limitado sem uma acumulação prévia de legitimidade.

Dessa forma, o efeito do jornalismo revela-se promissor, mas dependente de sua eficácia na atuação como agente cultural. Mesmo que aconteça abertura genuína em alguns momentos, tais não são diversas e como aponta Bourdieu (1996), a ausência de capital simbólico dificulta o acesso aos canais de legitimação institucional, criando um círculo vicioso de invisibilidade.

Finalmente, no aspecto afetivo-cultural, o jornalismo colabora na criação de uma sensação de pertencimento e acolhida para a comunidade brasileira que vive no Porto. A atuação de músicos brasileiros nas mídias locais reforça a importância de sua cultura nativa e ajuda a construir uma identidade comum que resiste à marginalização. Iniciativas como a “Brasil Origem Week” e o “Festival Internacional do Forró” só obtêm maior visibilidade e reconhecimento quando são divulgadas pela mídia.

As entrevistas recolhidas apontam que a função afetiva da mídia muitas vezes acaba por não acontecer de fato. A ausência de cobertura de eventos como o Festival Internacional do Forró ou a “Brasil Origem Week” revela a falta de atenção a manifestações culturais organizadas pelas próprias comunidades brasileiras

A falta de cobertura midiática também compromete a circulação dos conteúdos: “Muita coisa não está online, o que compromete a visibilidade pública,” reconhece a própria editora da RR. Assim, artistas brasileiros no Porto buscam formas alternativas de divulgação, como as redes sociais. “Como a imprensa não me ajuda, uso o Instagram, o YouTube...”, afirma Cauê Nardi. Contudo, a autopromoção, embora estratégica, não substitui o papel institucional da imprensa na mediação cultural.

Aqui, o jornalista tem uma função além de relatar, ele ajuda a criar a realidade cultural que representa. Como afirma a própria jornalista: “É importante haver espaço para ambos: tanto o conteúdo intelectual quanto o de grande público.” No entanto, a análise empírica sugere que essa intenção ainda não se traduz em práticas editoriais

suficientemente plurais.

Atualmente o jornalismo cultural-musical português impacta em três dimensões que se correlacionam, são elas; Simbólica, reforçando o prestígio de músicos brasileiros já consagrados pelos portugueses, mas invisibilizando expressões emergentes; Institucional, oferecendo legitimidade baseada em notoriedade prévia; Afetiva-cultural, ao criar vínculos de pertença fragilizados por lacunas de cobertura.

Assim, o jornalismo cultural e musical, mesmo com suas limitações, é fundamental na construção e reconhecimento da cena musical do Porto no Brasil. É de responsabilidade das redações, dos jornalistas e das instituições culturais entender que visibilidade não se resume à presença, envolve também reconhecimento, pluralidade e continuidade. Mesmo que a hipótese de invisibilidade total não se confirme, a presença dos músicos brasileiros é desigual e específica. A lógica da Indústria Cultural justifica a repetição de nomes consagrados, Bourdieu (1996) destaca os mecanismos de exclusão simbólica, e Canclini (2008) e Hall (2003) ajudam a compreender a ausência de leituras híbridas e contemporâneas. O impacto da música brasileira na RR, portanto, não é apenas questão de presença, mas de reconhecimento e de interpretação crítica.

Conclusão

Este estudo visou examinar o espaço oferecido a músicos brasileiros na mídia cultural de Portugal, focando na região metropolitana do Porto, por meio da análise da atuação da Rádio Renascença. Com uma abordagem qualitativa, fundamentada na análise de conteúdo e em entrevistas semiestruturadas com comunicadores e músicos que atuam no Porto, foi viável traçar o cenário atual da representação da música brasileira na mídia em Portugal.

A partir da questão de partida “Qual o espaço dado pela Rádio Renascença aos músicos brasileiros?”, duas hipóteses orientaram a pesquisa: (1) A RR concede espaço midiático seja qual for a nacionalidade do músico, mas sobretudo a nomes já conhecidos (2) Nomes emergentes ou musicalmente distantes dos nomes já conhecidos não são considerados noticiosos. Os achados empíricos indicam que ambas as hipóteses se confirmam parcialmente, revelando uma realidade dual.

Os achados sugerem que, apesar de haver visibilidade para alguns artistas brasileiros, esta se concentra principalmente em figuras renomadas, cuja fama e respeito anterior já asseguram espaço na imprensa. Músicos como Caetano Veloso, Gilberto Gil e Chico Buarque, possuem ampla cobertura jornalística. A presença dessas figuras na mídia portuguesa confirma que existe espaço, mas ele está condicionado por critérios de consagração e reconhecimento prévio. A cobertura da imprensa segue critérios editoriais que, frequentemente replicam hierarquias culturais, beneficiando músicos com carreira reconhecida globalmente em detrimento de artistas independentes ou associados a estilos tidos como periféricos. Tal escolha demonstra uma lógica de consagração simbólica que, ainda atualmente, organiza uma porção do jornalismo cultural em Portugal (Bourdieu, 1996).

Por outro lado, podemos também perceber a ausência de artistas emergentes, independentes ou ligados a gêneros considerados periféricos, resultando em uma lacuna editorial e um filtro que ainda marginaliza expressões musicais menos institucionalizadas.

A Rádio Renascença implementou ações significativas no tratamento da cultura e da música, particularmente através de programas como o Ensaio Geral, além do esforço de sua editora de cultura. Entretanto, a pesquisa revelou a exigência de uma ampliação na perspectiva editorial, de modo que abarque uma gama mais ampla de expressões musicais brasileiras, além das que são convencionalmente reconhecidas. A participação dos jornalistas mostrou-se, nesse aspecto, crucial: suas seleções de pauta, interesses pessoais e sensibilidades culturais podem servir como acesso a novas vozes e estilos musicais (Batista, 2017).

Identificou-se, também, que o jornalismo cultural pode funcionar como um instrumento estratégico de integração social e simbólica. A presença de músicos brasileiros na mídia portuguesa pode reforçar o senso de pertencimento da comunidade imigrante e ainda promover a valorização da diversidade cultural no espaço público. Tais efeitos vão além da simples promoção artística, pois engloba também aspectos.

Verificou-se, também, que o jornalismo cultural pode funcionar como um recurso estratégico de integração simbólica e social. A presença de músicos brasileiros na mídia portuguesa pode reforçar o senso de pertencimento da comunidade imigrante e também ajudar na valorização da diversidade cultural no ambiente público. Esses impactos vão além da simples promoção artística, pois abarcam também aspectos afetivos, identitários e políticos (Hall, 2003; Canclini, 2008).

Assim, conclui-se que o jornalismo cultural e musical, particularmente quando praticado com um compromisso crítico e uma sensibilidade estética, tem a capacidade de articular relações entre culturas, facilitar o reconhecimento de artistas e incentivar o intercâmbio cultural. Na situação particular da música brasileira no Porto, existem avanços significativos, mas também áreas que necessitam ser desenvolvidas, principalmente no que diz respeito a estudos sobre o assunto é necessário mais análises e estudos. Este estudo deve ajudar a expandir a discussão sobre a representação cultural na mídia de Portugal, além de estimular práticas jornalísticas que sejam mais diversas, inclusivas e que se dediquem à diversidade artística atual.

Em termos de contribuições, a pesquisa acrescenta ao campo dos estudos da música brasileira em Portugal ao evidenciar como o jornalismo cultural, no caso da RR, atua não apenas como mediador artístico, mas também como espaço de *soft power cultural*, capaz de projetar símbolos e identidades do Brasil no cenário lusófono. Também destaca a importância de compreender a diferença entre enquadramentos de “cultura” e “lifestyle”, mostrando como essas categorias afetam a legitimidade concedida a diferentes artistas.

É importante reconhecer as limitações do trabalho. O recorte temporal restringiu a análise a um período específico, não permitindo avaliar tendências de longo prazo, este período pode também ter os resultados afetados pela pandemia de COVID-19. O foco em uma única emissora, apesar de relevante, não representa todo o panorama mediático português. Além disso, a ausência de entrevistas com ouvintes impediu compreender como o público recebe e interpreta a presença da música brasileira. Uma das principais limitações foi a falta de estudos anteriores sobre a temática, restringindo o estudo da arte.

A partir dessas limitações, abrem-se caminhos para pesquisas futuras: análises comparativas com outras rádios portuguesas, incluindo também televisão, imprensa digital e plataformas de streaming; estudos que contemplem entrevistas com ouvintes e produtores culturais; e investigações sobre a recepção de diferentes gêneros musicais brasileiros, para além da MPB, no espaço mediático português, sendo um dos assuntos possíveis a influência midiática na participação de músicos brasileiros em *reality shows* na TV portuguesa, como o Festival da canção e The Voice.

Referências Bibliográficas

AGÊNCIA PARA A IMIGRAÇÃO, MOBILIDADE E ASILO. *Relatório de migrações e asilo 2023*. AIMA, 2024. Disponível em: <https://aima.gov.pt/pt/noticias/aima-publica-relatorio-de-migracoes-e-asilo-2023>.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. Apagão na Península Ibérica reforça importância do rádio. *ABERT*, 29 abr. 2025. Disponível em: <https://www.abert.org.br/site/imprensa/noticias/apagao-na-peninsula-iberica-reforca-importancia-do-radio>.

BAPTISTA, C. (Org.). *A cultura na primeira página: uma década de jornalismo cultural na imprensa em Portugal*. Escritório Editora, 2017. 190 p.

BARREIRO LEON, B. Cultural identity, colonialism, and gentrification in Puerto Rico: Bad Bunny's El Apagón as a case study. *IASPM Journal*, v. 15, n. 1, p. 151-164, 2025. Disponível em: <https://www.iaspmjournal.net>.

BARDIN, L. *L'analyse de contenu*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Paris: Presses Universitaires de France, 1977. Disponível em: <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>.

BOURDIEU, P. *The rules of art: Genesis and structure of the literary field*. Tradução de S. Emanuel. Stanford: Stanford University Press, 1996. Obra original publicada em 1992.

BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. p. 76. Disponível em:

<https://seminariostecmidi.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/peter-burke-historia-social-da-mc3addia.pdf>.

CÁDIMA, F. R. Televisão, serviço público e qualidade. *Observatório*, n. 6, p. 9-18, 2002. Disponível em:

<http://www2.fcsh.unl.pt/cadeiras/http/artigos/Televisao,%20servi%C3%A7o%20p%C3%BAblico%20e%20qualidade.pdf>.

CÂMARA, R. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, p. 179-191, 2013. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03>.

CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

CARDOSO, Gustavo. Da comunicação de massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação. In: CARDOSO, Gustavo; ESPANHA, Rita;

ARAÚJO, Vera (orgs.). *Da comunicação de massa à comunicação em rede*. Porto: Porto Editora, 2009. p. 15-66. Disponível em: https://www.academia.edu/24977249/Da_Comunica%C3%A7%C3%A3o_de_Massa_para_a_Comunica%C3%A7%C3%A3o_em_Rede_Pensamentos_2_0_Cap%C3%ADtulo_2_Livro_M%C3%A9dia_Redes_e_Comunica%C3%A7%C3%A3o_2009_source=swp_share

CERIGATTO, M. P. O papel do jornalismo popular e a relação com a cultura popular. *Extraprensa (USP)*, v. 9, n. 17, p. 1–18, [s.d.]. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx17-a04/107432>.

COELHO, J. O impacto do jornalismo cultural na pós-modernidade: consumos culturais (cinema e música) entre os jovens universitários. [s.l.]: [s.n.], [s.d.]. Disponível em: https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/10319/1/DM_33768.pdf.

CRISELL, A. *Understanding radio*. London: Routledge, 2006.

FALCÃO, M.; MONTEIRO, R.; TERESA, C.; AFONSO, J. A. (Eds.). *Blitz* [Revista]. Lisboa: Grupo Imprensa, 1984.

FARO, J. S. Jornalismo cultural e presença intelectual na esfera pública cultural. *Revista Ecopos*, v. 16, n. 2, p. 60–72, 2013. Disponível em: <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>.

FERNANDES, C. Jornalismo musical em Portugal: história e transformação. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, v. 12, n. 2, p. 45–62, 2018.

FIDALGO, J. Imprensa gratuita “veio para ficar”. 2006. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29903/4/JF_anuario_.pdf

FIDALGO, J. Journalism: new media, new actors-new ethics?. 2009. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29750/1/JF_New%20media-new%20ethics_ZURICH.pdf.

GONÇALVES, R. S. Migração cultural e formação da identidade: o cenário dos concertos brasileiros em Braga. [s.l.]: [s.n.], [s.d.]. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/85325>.

GREEN, J.; JENKINS, H. Audience research and convergence culture. In: *Media industries: History, theory, and method*. p. 213-224, 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/170454/Media_Industries_History_Theory_and_Method_edited_collection.

GUERRA, P. Uma cidade entre sonhos de néon. Encontros, transações e fruições com as culturas musicais urbanas contemporâneas. *Sociologia & Antropologia*, v. 8, n. 2, p. 375–400, 2018.

GUERRA, P. Sons, corpos e lugares. Para uma metonímia das cidades musicais contemporâneas. *CSOnline - Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, 33, p. 171–197, 2021. DOI: <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2021.34364>.

GUERRA, P. Quebrar o silêncio. Reinventar o lugar. As cidades musicais ao som do brega. *Revista Farol*, 19(28), p. 138–152, 2024. DOI: <https://doi.org/10.47456/rf.v19i28.43453>.

GUERRA, P.; BITTENCOURT, J. *Latitude*, v. 12, n. 2, p. 3-6, 2018. Dossiê "cenas musicais: performances artísticas, consumos e estilos de vida". Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/122985/2/359247.pdf>

GUERRA, P.; QUINTELA, P. Culturas urbanas e sociabilidades juvenis contemporâneas: um (breve) roteiro teórico. *Revista de Ciências Sociais, Fortaleza*, 47 (1), p. 193-217, 2016.

GUERRA, P.; SOUSA, S. Ultimate bias. Memorabilia, K-pop and fandom identities. *Cidades, Comunidades e Territórios. Autumn Special Issue* (Oct/2021), 1 - 25, DOI 10.15847/cct.23948, 2021. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/136988/2/508600.pdf>.

HALL, S. Cultural identity and diaspora. In: MONGIA, P. (Ed.). *Contemporary postcolonial theory: A reader*. London: Arnold, 2003. p. 110–121. Obra original publicada em 1990.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. [s.d.]. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>.

HALL, S. 1980 [1973]. Encoding, decoding. In: *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Routledge, 2014. p. 128-138. In: *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis*. p. 112-121.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, L. C. (Org.). *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 169–214. Disponível em:

<https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504>.

LAVOINNE, Y.; *A Rádio*, tradução José Carlos Rodrigues. Lisboa: Vega, abril de 1986.

Arquivos disponibilizados pela Agência para a Integração, Migrações e Asilo:

1. [AIMA - Relatório de Migrações e Asilo, 2023](#)
2. [AIMA - Relatório Intercalar: Recuperação de Processos Pendentes na AIMA – População Estrangeira em Portugal, 2024](#)
3. [Indicadores de Integração de Imigrantes: Relatório Estatístico Anual 2023, de Catarina Reis de Oliveira](#)
4. [Instituto Nacional de Estatística \(INE\)](#)
5. [EUROSTAT](#)
6. [Organização Internacional para as Migrações \(IOM\)](#)

ANEXOS

Anexo 1 - Matérias produzidas

Na tabela abaixo é possível visualizar a grande parte das matérias produzidas durante este período de estágio:

Legenda:

Mundo - Internacionais e Globais

Vida - Cultura e Mortes

País - Portugal no geral

Religião - Sobre a igreja

Economia - Ligadas a economia do país

Nome	Tema	Publicado
Descoberta revolucionaria entendimento da evolução no ecossistema da Terra	Mundo	Não publicado
Remissão dos pecados: Roma se prepara para receber o Jubileu 2025	Mundo	Não publicado
O amor de Renato vai das telas para os palcos	Vida	Não publicado
Serralves apresenta programa para 2025	Vida	Não publicado
Morreu Ney Latorraca, o imortal vampiro Vlad	Vida	https://rr.sapo.pt/noticia/mundo/2024/12/27/morreu-ney-latorraca-o-imortal-vampiro-vlad/407483/
Como proteger seus animais de estimação do estresse dos fogos de artifício na Passagem de Ano	Vida	https://rr.sapo.pt/noticia/vida/2024/12/31/toda-a-familia-feliz-mantenha-o-seu-animal-de-estimacao-longe-do-stress-dos-fogos-de-artificio/407872/
“Ser ou não ser, eis a questão”: Braga	Vida	https://rr.sapo.pt/noticia/mundo/2024/12/27/ser-ou-nao-ser-eis-a-questao-braga/407483/

começa ano da cultura		24/12/27/morreu-ney-latorraca-o-i-mortal-vampiro-vlad/407483/
Um Ano de Grandes Produções no Streaming	Vida	
O presidente da Câmara de Aveiro	País	https://rr.sapo.pt/noticia/vida/2024/12/30/aveiro-passa-o-bastao-cultural-para-braga-em-2025/407756/
Após 52 anos, mulher desaparecia na Inglaterra é localizada viva	Mundo	https://rr.sapo.pt/noticia/mundo/2025/01/03/localizada-mulher-desaparecida-ha-52-anos-em-inglaterra/408161/
Pepe Mujica anuncia: "Estou a morrer"	Mundo	Pepe Mujica anuncia: "Estou a morrer" - Renascença
Chega de saudade. Tiago Nacarato e Orquestra Portuguesa de Guitarras e Bandolins em concerto de Reis	Vida	Chega de saudade. Tiago Nacarato e Orquestra Portuguesa de Guitarras e Bandolins em concerto de Reis - Renascença
Mão da Yakusa em tráfico de armamento nuclear? Alegado líder da máfia japonesa assume culpa	Mundo	Mão da Yakusa em tráfico de armamento nuclear? Alegado líder da máfia japonesa assume culpa - Renascença
Reino Unido. Shein em silêncio sobre alegações de trabalho forçado	Economia	Reino Unido. Shein em silêncio sobre alegações de trabalho forçado - Renascença
O cafezinho da manhã pode salvar vidas	Vida	O cafezinho da manhã pode salvar vidas - Renascença
Deslizamentos no leste de Minas Gerais provoca 11 mortos	Mundo	Deslizamentos no leste de Minas Gerais provoca 11 mortos - Renascença
Corpo de fotógrafo brasileiro foi encontrado depois de um mês desaparecido	Mundo	Corpo de fotógrafo brasileiro foi encontrado depois de um mês desaparecido - Renascença

Boleia a um careto dá prémio a Portugal em concurso da Europol	Vida	Boleia a um careto dá prémio a Portugal em concurso da Europol - Renascença
Totalmente premiada. Quem é Fernanda Torres?	Vida	https://rr.pt/noticia/vida/2025/01/06/totalmente-premiada-quem-e-fernanda-torres/408491/
Chega de saudade. Tiago Nacarato e Orquestra Portuguesa de Guitarras e Bandolins em concerto de Reis	Vida	Chega de saudade. Tiago Nacarato e Orquestra Portuguesa de Guitarras e Bandolins em concerto de Reis - Renascença
"Ainda Estou Aqui". Uma história de silêncios	Vida	"Ainda Estou Aqui". Uma história de silêncios - Renascença
DeBÍ TiRAR MáS FOToS. Bad Bunny canta a resistência latina de Porto Rico	Vida	DeBÍ TiRAR MáS FOToS. Bad Bunny canta a resistência latina de Porto Rico - Renascença
Patti Smith desmaia durante concerto no Brasil	Vida	Patti Smith desmaia durante concerto no Brasil - Renascença
Orquestra Portuguesa de Guitarras Bandolins prepara cinco obras inéditas para 2025	Vida	Orquestra Portuguesa de Guitarras Bandolins prepara cinco obras inéditas para 2025 - Renascença
Desenterrando o cemitério da cólera. Centenas de campas são testemunha da história do Porto	Vida	Desenterrando o cemitério da cólera. Centenas de campas são testemunha da história do Porto - Renascença
Mulheres na Ciência. Quem são as premiadas com Nobel nos últimos 10 anos?	Mundo	Mulheres na Ciência. Quem são as premiadas com Nobel nos últimos 10 anos? - Renascença
Gabi não se pode mover, mas sonha ir à Argentina. Vive na única casa com cuidados paliativos para crianças (imagem)	País	Gabi não se pode mover, mas sonha ir à Argentina. Vive na única casa com cuidados paliativos para crianças -

		Renascença
A paixão "tira-nos a capacidade crítica" e há motivos antropológicos para funcionarmos assim	Mundo	A paixão "tira-nos a capacidade crítica" e há motivos antropológicos para funcionarmos assim - Renascença
O que escrevia Amy Winehouse nos seus livros? Lello expõe biblioteca da cantora	Vida	O que escrevia Amy Winehouse nos seus livros? Lello expõe biblioteca da cantora - Renascença
As culturas são diferentes, mas a música é uma só. Imigrantes respondem ao convite da Casa da Música	Vida	"As culturas são diferentes, mas a música é uma só". Imigrantes respondem ao convite da Casa da Música - Renascença
Companhia "Imaginar do Gigante" inaugura projeto para "as crianças do futuro"	Vida	Companhia "Imaginar do Gigante" inaugura projeto para "as crianças do futuro" - Renascença
Orquestra Bamba Social brinca ao Carnaval 2025 no Super Bock Arena	Vida	Orquestra Bamba Social brinca ao Carnaval 2025 no Super Bock Arena - Renascença
Carnaval em dose dupla. Brasil celebra Óscar de "Ainda Estou Aqui"	Vida	Carnaval em dose dupla. Brasil celebra Óscar de "Ainda Estou Aqui" - Renascença
Festival Porta-Jazz para desacelerar. "Tempo" é o lema da edição 15	Vida	Festival Porta-Jazz para desacelerar. "Tempo" é o lema da edição 15 - Renascença
Fotogaleria. Os looks que marcaram a noite na passadeira vermelha	Vida	Fotogaleria. Os looks que marcaram a noite na passadeira vermelha - Renascença
Festival da Canção. Quem são os NAPA, que levam a "angústia da saída" à Eurovisão?	Vida	Festival da Canção. Quem são os NAPA, que levam a "angústia da saída" à Eurovisão? - Renascença
K-pop. O que motiva tanta paixão por	Vida	K-pop. O que motiva tanta paixão por

um ritmo vindo de tão longe?		por um ritmo vindo de tão longe? - Renascença
Ao som de órgão de tubos, paróquia de Valadares comemora 150 anos	Religião	Ao som de órgão de tubos, paróquia de Valadares comemora 150 anos - Renascença

Anexo 2- Matérias da RR

Músico	Ano	Título
Caetano Veloso	2023	Caetano Veloso recebe medalha de mérito cultural. "Devemos lutar pelo brilho" da língua portuguesa
	2023	Caetano Veloso recebe título "honoris causa" pela Universidade de Salamanca
	2023	Caetano Veloso regressa a Portugal em setembro
	2021	Caetano Veloso regressa a Portugal em setembro
Gilberto Gil	2024	Gilberto Gil anuncia última digressão em 2025
	2023	Gilberto Gil vê hoje o Brasil "melhor" após anos sob liderança de Bolsonaro
	2023	Gilberto Gil recebe doutoramento "honoris causa" da Universidade Nova de Lisboa
	2023	Gilberto Gil volta a

		Portugal para dois concertos em Lisboa e Porto
	2021	Gilberto Gil eleito novo membro da Academia Brasileira de Letras
	2021	Gilberto Gil tem cinco concertos em Portugal com Adriana Calcanhotto
Chico Buarque	2024	Novo romance de Chico Buarque chega às livrarias portuguesas
	2023	Chico Buarque recebe Prémio Camões, quatro anos depois de Bolsonaro ter recusado assinar
	2023	"Meu caro amigo me perdoe essa demora". Chico Buarque emociona-se ao receber Prémio Camões
	2023	Chico Buarque recebe Prémio Camões a 24 de abril no Palácio de Queluz
	2023	Chico Buarque receber o

		<u>Prémio Camões na véspera do 25 de Abril é ainda mais simbólico</u>
	2020	<u>Chico Buarque aos portugueses: "Cantarei, alto e bom som, a Grândola, Vila Morena"</u>
	2020	<u>Covid-19: Entrega de Prémio Camões a Chico Buarque adiada e sem nova data</u>
	2019	<u>Chico Buarque em Lisboa a 25 de abril para receber Prémio Camões</u>
	2019	<u>Chico Buarque lança novo livro em novembro</u>
	2019	<u>"É um segundo prémio Camões". Chico Buarque reage à hipótese de Bolsonaro não assinar galardão</u>

Anexo 3- Avaliação de Estágio



Avaliação de Estágio Renascença

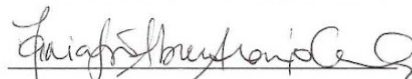
Daniela Filipa Cabral do Espírito Santo, orientadora na Rádio Renascença da aluna Fernanda Pereira Ferreira de Lima, declara que a aluna cumpriu na Renascença um estágio curricular de três meses, com início em 16 de dezembro de 2024 e fim em 14 de março de 2025.

Mais se informa que a aluna correspondeu aos requisitos expectáveis à prática profissional de jornalista online, multimédia e rádio, com contributos pontuais na produção de conteúdos vários e gestão de redes sociais num órgão de comunicação social. Da experiência de três meses, assinalam-se as seguintes qualidades: interesse, autonomia, dedicação, iniciativa, responsabilidade e disponibilidade.

Anotam-se também as seguintes dificuldades ou constrangimentos demonstrados pela aluna: Sempre disposta a aprender, trabalhadora e dedicada, ultrapassou rapidamente quaisquer dificuldades com a adaptação do português do Brasil para o português de Portugal. Mostrou sempre muita vontade de experimentar temas e formatos novos, reagindo positivamente às críticas construtivas que ia recebendo e dando muitos contributos para trabalhos e ideias de reportagem.

Tem todas as capacidades para crescer e evoluir numa redação, seja em que formato for.

Vila Nova de Gaia, 26 de março de 2025.


Maria João Cunha – Diretora Adjunta de Informação


Daniela Espírito Santo – editora



Anexo 4. Entrevistas

Entrevista Maria João Costa 1

Maria João Costa é editora de cultura, jornalista e locutora na Rádio Renascença. Assim que terminou o curso de Comunicação Social e Cultural pela Universidade Católica de Lisboa em 1997, passou a integrar a equipe da RR. Desde 2008 comanda o programa semanal de cultura “Ensaio Geral”.

Além de se dedicar ao jornalismo, Maria João Costa, também investe a sua criatividade na escrita de livros infantojuvenis como *chamo-me Beethoven*, *Chamo-me Wagner*, *Chamo-me Chopin*, *Chamo-me Bach* e *A Rádio*. Em 2013 recebeu o prémio Especial Jornalista Ler/Booktailors e em 2012 recebeu o Prémio Escritaria pela categoria rádio com a reportagem "O Mundo de Agustina".

1. A primeira pergunta que eu ia fazer é sobre o que a Renascença vê como cultura.

Olha, é bastante abrangente essa noção de cultura, porque vai desde as artes do palco, como o teatro e a dança, até a arquitetura, passando pelo cinema, pelos média – porque dentro da área cultural muitas vezes também se trata os média –, a história, a música, a literatura, a poesia. É uma noção bastante abrangente que inclui diferentes áreas.

2. Como a cultura entra em pauta na maioria das vezes?

Não é apenas por sugestões ou agenda cultural. Claro que cobrimos eventos como espetáculos, lançamentos de livros, exposições, aberturas de museus – ou seja, o que vai acontecer. Mas também acompanhamos questões de política cultural. Por exemplo, recentemente houve a venda de um quadro de um pintor português em leilão. O Estado não comprou, e nós fomos investigar porquê, ouvimos os colecionadores. Essa dimensão política da cultura também nos interessa. Além disso, os próprios agentes culturais – artistas, músicos, escritores – muitas vezes têm algo a dizer que ultrapassa a obra. Hoje, por

exemplo, entrevistei um poeta que já foi Ministro da Cultura e que falou sobre os baixos índices de leitura em Portugal. A opinião dele tem interesse público, não é só porque lançou um livro novo.

3. E tudo isso entra na secção "Vida"?

Em termos de site, a secção mais dedicada à cultura chama-se "Vida", portanto é aí que colocamos. Em termos de antena, entra nos noticiários e tem um espaço privilegiado à sexta-feira, que é o programa *Ensaio Geral*, que eu faço há 16 anos. É um espaço semanal de informação cultural.

3. E como a cultura entra em pauta na maioria das vezes? É só por sugestão ou há um esforço da casa em dar mais atenção à cultura além do *Ensaio Geral*?

Não, não é só por agenda cultural ou sugestão. Pode sim ser um espetáculo, um livro que está a sair, uma exposição, um novo museu – coisas da agenda. Mas também há todo um lado de política cultural. Por exemplo, recentemente houve a venda de um quadro de um pintor português em leilão. Foi comprado por colecionadores portugueses, e nos interessou saber por que o Estado não comprou, o que os colecionadores vão fazer com o quadro, se vão expor. Há toda uma dimensão política na cultura. Muitas vezes os próprios agentes culturais, como músicos e escritores, também têm uma intervenção pública relevante. Hoje mesmo tenho uma entrevista com um poeta que já foi Ministro da Cultura, falando sobre os baixos índices de leitura em Portugal. A opinião dele tem interesse público.

4. E dentro do que é cultura, vocês dão atenção a uma arte específica?

Não, damos atenção a tudo. Tento até buscar coisas que não são tão óbvias. Esta semana, por exemplo, tenho no *Ensaio Geral* um espetáculo de teatro para crianças sobre luto e catástrofes – temas difíceis. Não é o espetáculo mais óbvio para crianças, mas é interessante pela forma como aborda a

superação. Portanto, não faço só matérias sobre grandes nomes ou grandes espetáculos. É importante dar espaço a outras vozes também.

5. A minha tese vai se focar mais nos músicos brasileiros e na recepção deles pela população do Porto. Na sua experiência na Renascença, você acha que esses músicos aparecem pouco porque são poucos ou porque não há tanto interesse?

Da minha experiência, já entrevistei bastantes músicos brasileiros. Lembro-me do Ivan Lins, do Lenine, do Caetano Veloso, do Gilberto Gil – muitos nomes bastante conhecidos. O público português interessa-se muito pela música brasileira. E há espaço para diferentes estilos. Já houve também entrevistas com cantoras como Ivete Sangalo. Acho que há interesse sim.

6. Na pesquisa que fiz, focando nos últimos cinco anos, vi que há cerca de 8 matérias sobre o Chico Buarque, 6 sobre o Gilberto Gil e 4 ou 6 sobre o Caetano. Esses são os cantores que mais aparecem. Você acha que é porque são os mais conhecidos?

Sim, talvez. E no caso do Chico Buarque, teve o Prémio Camões, que é literário, não apenas musical. Isso justifica uma maior cobertura. São nomes mais conhecidos, por isso é natural que apareçam mais. Mas há outros músicos que também aparecem. Pode ser que nem tudo esteja refletido no site, pois muita coisa vai para a antena da rádio e não está online.

7. Quais são os critérios trabalhados pela Renascença na escolha de músicos brasileiros?

O primeiro critério é a notoriedade do músico e dos projetos. Às vezes, o músico não é tão conhecido, mas traz um projeto relevante, seja pela temática ou pelo enquadramento. Outro critério é a proximidade com o público — se o músico vai fazer uma turnê por várias cidades de Portugal, e não só Lisboa e Porto, isso também pesa. A rádio tem um público nacional, então alcançar mais regiões é importante. Claro, se for um grande nome como Caetano Veloso fazendo só um show em Lisboa, a matéria ainda assim será feita.

8. Existe alguma justificativa para não haver uma editoria fixa no Porto, apenas em Lisboa?

Já termos uma editoria em Lisboa é algo positivo e recente. Não tem a ver com regionalismo. Apesar de estar baseada em Lisboa, a cobertura não se limita à cidade. É uma estrutura pequena, e ter apenas uma editoria é uma questão prática.

9. Muitos músicos acreditam que os jornais não os conhecem e, por isso, preferem investir nas redes sociais. Qual a sua visão sobre isso?

Essa é a grande mudança atual. Os artistas estão preferindo as redes sociais, mas nelas não há mediação jornalística. A visibilidade de uma matéria em rádio, por exemplo, é bem maior que em redes sociais. O jornalismo cultural oferece mediação, entrevista, aprofundamento. É claro que, para novos artistas, é mais difícil furar o bloqueio e chegar à mídia tradicional — por isso, a autopublicação nas redes sociais parece mais viável.

10. Existe um equilíbrio entre temas nacionais e estrangeiros? Especialmente no caso dos músicos brasileiros?

Depende muito da agenda cultural da semana. Às vezes há muitos eventos e outras vezes quase nada. O equilíbrio ocorre dentro do possível. Por exemplo, num programa recente, houve entrevistas com a escritora Isabel Allende e uma cantora americana, e também conteúdo sobre teatro e festivais portugueses. Isso acaba equilibrando o nacional e o internacional. Mas não é uma prioridade fixa, depende da agenda e da capacidade de produção.

11. Como é a rotina de um editor de cultura?

É estar sempre atento à agenda cultural, o que é desafiador devido ao grande volume de informações. Há muito planejamento com antecedência de duas, três semanas — ou até mais. Isso inclui ler livros antes de lançamentos, agendar entrevistas, ouvir discos que ainda vão sair. Há muito trabalho nos

bastidores: visitar exposições, ver peças de teatro, ler. Tudo isso ajuda na preparação das entrevistas. Também é necessário fazer escolhas: o que entra no programa, o que fica de fora, o que vai para o site ou rádio. Um exemplo é a Feira de Arte Contemporânea (ARCO Lisboa): já havia uma entrevista pronta com a diretora e conteúdos sendo preparados para diferentes plataformas.

12. Para você, o que caracteriza uma matéria de excelência na área cultural, especialmente sobre músicos brasileiros?

Relevância do nome é importante, mas não é tudo. Por exemplo, não foi feita nenhuma cobertura de um concerto recente da Ivete Sangalo, pois ela já tem grande notoriedade e não precisa mais de promoção. A matéria de excelência deve ter múltiplas dimensões: pode focar no espetáculo ou no disco, mas também precisa aprofundar o conhecimento sobre o artista. No caso dos brasileiros, a dimensão política e social costuma ser relevante. É comum perguntar, por exemplo, sobre Bolsonaro ou o contexto brasileiro. Não se trata apenas da música, mas de sair da “bolha cultural”.

13. Qual é, para você, a importância do jornalismo cultural hoje?

É mais do que necessário, mas está a definhar. Há cada vez menos jornalistas na área e menos investimento. Há uma confusão entre jornalismo cultural e jornalismo pop, que são coisas diferentes. É importante haver espaço para ambos: tanto o conteúdo mais intelectual quanto o de grande público. No entanto, vemos uma redução na crítica cultural — menos críticas de livros, de cinema, e menos jornalistas especializados.

Entrevista Gutti Mendes

Quem é você e qual a sua relação com a música?

Eu sou professor, músico, cantor, compositor, produtor e formador. Me chamo Gutti Mendes, sou de Juiz de Fora, Minas Gerais. Músico desde criança, profissional desde os 15 anos. Comecei a tocar com 11 e desde então vivo

disso.

Quando e por que você veio para Portugal com a intenção de ser músico?

Faço parte da banda *Lúdica Música*, que tem 34 anos. Minha primeira vinda profissional para Portugal foi com essa banda, contratados pelo Cassino de Espinho. Foi um contrato de exclusividade, então só tocávamos lá. A primeira experiência fora do cassino foi em um programa da RTP, "Portugal no Coração", em 2004.

E depois dessa primeira vinda, como continuou sua relação com Portugal?

Ficamos um tempo sem voltar. Em 2016, uma amiga da Maia, que é professora, nos chamou para um projeto em escolas. Fizemos um concerto com crianças, foi ótimo. Voltamos em 2017 e 2018, com estadias de três meses, retomando o contato com o país.

Como era a recepção da imprensa portuguesa nesses momentos?

A gente sempre teve mais abertura na televisão do que na imprensa escrita. Tivemos uma boa entrevista no jornal *Público*, com um jornalista do caderno de cultura. Mas, em geral, a mídia escrita sempre foi mais restrita com artistas independentes.

O que mudou com a pandemia e nos últimos cinco anos em termos de visibilidade?

A grande virada foi em 2022, quando participamos do *The Voice Gerações*. Foi nossa maior visibilidade recente, repercutiu bastante no Brasil. Mesmo em lugares como Inglaterra e Noruega, as pessoas reconhecem a gente pelo programa. Aqui em Portugal, a visibilidade ainda é pequena fora da TV.

Você sente que há resistência da mídia portuguesa com músicos brasileiros?

Acho que é um pouco mais profundo. Hoje, a relevância não está na qualidade, mas no número de visualizações e seguidores. Isso contamina a mídia. Artista independente que não é viral, não é relevante, mesmo sendo bom. É uma realidade dura.

Cantores internacionais que cantam em inglês têm mais espaço do que os que cantam em português?

Infelizmente, sim. Lembro que em 2004-2005, bandas portuguesas que estavam se destacando aqui cantavam em inglês. Há bandas portuguesas excelentes que mereciam mais espaço. Acho que isso tem a ver com uma certa síndrome de vira-lata, uma valorização excessiva do que vem de fora.

Como você acha que a mídia portuguesa poderia mudar para dar mais espaço aos brasileiros e artistas independentes?

É difícil. Não acho que eles virem as costas totalmente, mas o sistema é complicado. Tem muito jabá, muita troca de favores. E hoje, com redes sociais, as pessoas produzem e consomem conteúdo direto. Isso democratiza, mas também deixa tudo raso. O público também tem responsabilidade nisso. A imprensa está sendo muito massacrada, e quem tenta fazer jornalismo sério perde espaço.

Você sente frustração por não ter mais visibilidade?

Já senti muita frustração. Vivo disso há muito tempo, nunca fui outra coisa. A única exceção foi dar aula de recreação musical para crianças de 0 a 6 anos. Mas sigo firme. O músico precisa ser tecnicamente bom e também saber se comunicar com a imprensa. Já vivemos momentos incríveis aqui e no Brasil, e vamos continuar correndo atrás.

Como você vê o futuro dessa relação entre mídia, artista e público?

Cada década exige uma nova adaptação. A chegada das redes sociais transformou tudo. Hoje em dia, é banal. Ter rede social virou obrigação. E isso muda completamente como o artista se posiciona. A luta continua, e os

desafios também.

Entrevista Louise Hug

Entrevistadora: Primeiramente, eu precisava saber o seu nome artístico e quem é você enquanto música aqui no Porto.

Meu nome artístico é Louise Hug — Hug de “abraço” mesmo, que é o meu sobrenome. Ele é francês, então não se pronuncia “Hang”, mas resolvi usar assim mesmo para chamar mais atenção e ser mais fácil das pessoas falarem.

Estou há seis anos aqui no Porto, sendo os três últimos vivendo só de música. Canto profissionalmente desde os 27 anos e hoje tenho 43. Mas estive a vida inteira na música, especialmente no canto coral — foram mais de 15 anos nisso, até o dia em que alguém me perguntou: “Por que você não vira profissional da música?”

Naquela época, ser músico era visto de forma muito negativa — como coisa de vagabundo, que não dá dinheiro, que não é profissão. Não tinha essa cultura, nem acesso às coisas. Nem Instagram, TikTok... essas coisas que hoje ajudam muito. Confesso que nem uso muito, porque sou meio antiquada, mas a gente tem que se adaptar à modernidade.

Você chegou a trabalhar em outra área antes de viver de música?

Louise Hug: Sim. Me formei em Direito e trabalhei como advogada durante anos, com a música sempre em paralelo. Aos 27 anos comecei a tocar em barzinhos no Brasil, em Niterói, no Rio de Janeiro — de onde sou. E dali não parei mais. A música vicia. Quando o “bichinho” pega, não tem jeito.

E os três anos que você vive só de música aqui no Porto foram os três

primeiros ou os três mais recentes?

Foram os três últimos.

Como é viver de música no Porto?

Não é fácil. É a mesma coisa que no Brasil: tem panelinhas, casas com programações já fechadas que não abrem espaço para novidades. Ou dizem que não querem música porque “está bom como está”.

Agora vejo uma pequena abertura, alguns bares com a mente mais aberta, principalmente por verem tanto músico — e muito músico brasileiro — por aqui. Mas ainda tem muita casa que não responde e-mail, não ouve material. Só consegue tocar se conhecer alguém que conhece alguém que conhece o dono.

Não quero generalizar, mas acontece muito.

Além disso, meu foco é o pop rock, que não é o estilo mais fácil de vender aqui. O samba, por exemplo, tem muito mais abertura. Eu até canto samba, MPB, bossa nova — tenho projetos nesses estilos também — mas não é o meu foco principal.

Então, na sua visão, o samba acaba se sobressaindo aos outros estilos?

Sim. Porque é um ritmo que agrada todo mundo, inclusive o público português. É animado, tem o batuque, traz uma energia boa.

E você acha que a mídia tem alguma responsabilidade nisso? Por exemplo, dá mais espaço ao samba e menos ao rock, indie, pop rock?

Depende de que mídia estamos falando. Se for imprensa, rádio, televisão... eu, pessoalmente, não vejo muito isso aqui no Porto. Existem grupos como o Tafxé (ou Éfixe, não me lembro ao certo), que promovem eventos de brasileiros, mas mesmo ali o samba está mais em foco.

Existem casas específicas de rock, sim, mas são poucas. E sobre a imprensa — sinceramente, não vejo esse trabalho acontecendo. Nunca fui matéria em jornal ou TV aqui. Só participei de uma rádio online de um amigo brasileiro.

E você acha que, se tivesse mais visibilidade na imprensa, isso atrairia mais público e traria mais oportunidades?

Louise Hug: Acho que sim. Mas tenho dúvidas, porque hoje tudo gira em torno das redes sociais. O jornal tradicional, físico ou na TV, não é mais tão consumido. As pessoas estão o tempo todo na internet, então o online é mais acessível e eficaz.

Mas, ainda pensando no jornalismo impresso ou tradicional: ele poderia ajudar a divulgar mais os músicos e eventos menores?

Poderia sim. Mas tem que ter uma ponte com a mídia social. Acredito que a divulgação cultural aqui no Porto ainda é muito fraca. Muitas vezes, quando fico sabendo de algum evento legal, ele já passou. Isso acontece direto. E não é só comigo — várias amigas minhas dizem o mesmo.

E para artistas como você, que ainda não estão no grande palco, como o MEO Arena, por exemplo, essa falta de divulgação afeta mais?

Afeta. Porque tem muita gente boa tocando em barzinho e ninguém sabe. Às vezes, a pessoa é até melhor que quem está no grande palco, mas não tem visibilidade. E isso faz diferença: se você é mais conhecido, recebe mais propostas, mais convites, mais cachê.

Então, você acha que o jornalismo cultural poderia fazer mais por esses artistas?

Sim. Mas precisaria estar mais presente nas redes sociais também. Hoje,

infelizmente, o jornalismo virou algo muito sensacionalista, só com notícia ruim. E isso gera ansiedade nas pessoas.

A arte, a música, a cultura também deveriam ter seu espaço. Às vezes, a pessoa perdeu um show lindo porque só viu notícia ruim na TV ou no feed. Se tivesse uma divulgação mais equilibrada, mais gente saberia, mais gente iria, mais casas se interessariam também.

Você já sentiu algum tipo de preterização por ser brasileira?

Não. Sinceramente, acho que não. Não vejo isso como uma questão. É mais uma falta de conhecimento mesmo, ou falta de estrutura.

E você está atualmente em alguma banda ou projeto?

Sim. Estou numa banda portuguesa chamada Tekos, que existe há 74 anos! É uma banda de baile, dessas que tocam nas festas de cidade — São Pedro, Santo António, etc.

Temos quatro vocalistas (duas mulheres e dois homens) e tocamos de tudo: de pimba e kuduro até Lady Gaga e Bruno Mars. É um grupo muito querido, com agenda para o ano inteiro, especialmente em Vila Nova de Gaia e Espinho.

Mas é uma banda que ainda está restrita a essa região. Eu até penso: por que não fazemos shows em todo Portugal? Por que não vamos à Espanha? Eles têm músicas autorais, mas não investem nisso ainda. Eu estou tentando incentivar a colocar no Spotify, no YouTube...

E aí entra de novo a questão da mídia. Se tivesse mais apoio, poderia ajudar a expandir esse trabalho também.

Entrevista Cauê Nardi

Quem é você dentro do mundo da música e há quanto tempo você atua como músico no Porto?

Eu sou o Caue Nardi. Estou no meio da música há muitos anos — minha carreira tem cerca de 20 anos. É uma trajetória muito bonita, e essa volta para o Brasil me fez retomar e lembrar conquistas importantes da minha carreira.

Quando cheguei em Portugal, comecei minha carreira solo, depois de ter tido outros projetos no Brasil. Toquei muito na rua, na Ribeira do Porto, e conheci amigos da poesia no Pinguim Café, o que ampliou meus contatos.

Depois, comandi uma jam session na Fábrica Nortada, no Porto, que durou uns oito meses. Isso me conectou ainda mais com outros músicos.

Montei banda, participei de festivais, trabalhei como produtor em mais de 35 cidades em Portugal, além de ter participado do Got Talent, feito projetos com o Leo Bianchini (do Cinco a Seco), com o Marulo, e lançado discos durante a pandemia.

Foram seis anos de muita história no Porto. Costumo dizer que pareceram 20, de tanta coisa que aconteceu.

Quais foram as principais dificuldades como artista imigrante em Portugal?

A gente tem que batalhar muito mais para entrar nos espaços e furar as bolhas. Trabalhei nas duas maiores agências de Portugal, a Sons em Trânsito e a Primeira Linha, como artista, produtor, roadie... Fiz de tudo para me manter na música.

Mesmo assim, como imigrante, é difícil fazer com que confiem no seu trabalho e te deem oportunidades. Já enviei material para várias casas de espetáculo e sequer recebi resposta. Nem um “não” — o que considero anti profissional.

As câmaras municipais e festivais, para artistas independentes como eu, muitas vezes não dão nenhum retorno. Isso é muito duro. Vejo amigos na mesma situação.

Você já tentou contato com assessorias ou produtoras para intermediar com a imprensa?

Já tive contato com umas duas pessoas que trabalhavam com assessoria de imprensa, mas não tive muito sucesso. Não senti que isso me traria a visibilidade que eu esperava.

Nunca busquei tanto essas mídias tradicionais. Meu foco sempre foi o ao vivo, o orgânico. Uso minhas redes sociais para divulgar meu trabalho — embora agora esteja um pouco afastado delas.

Vejo que muitos amigos usam a mídia, mas reclamam de onde se encaixam na programação e da eficácia dessas divulgações. Muita gente ainda faz lambi-lambi — aquela coisa ancestral de colar cartazes — e eu acho isso genial.

Quais as principais dificuldades dos músicos brasileiros no jornalismo cultural português? Há preconceito, falta de conhecimento ou desinteresse?

Acho que há uma falta de visão. Talvez não seja exatamente preconceito, mas muitos artistas imigrantes, não só brasileiros, não são vistos nem valorizados.

Portugal é um país cheio de artistas de várias nacionalidades, e muitos quase mendigam para tocar. Tocam até de graça para serem vistos.

É uma oportunidade incrível que está sendo ignorada: valorizar a multiculturalidade, o intercâmbio artístico. Há uma riqueza cultural imensa nisso, mas muitos não enxergam.

Você acredita que o jornalismo pode influenciar na forma como o público vê o músico brasileiro?

Com certeza. Se os artistas brasileiros aparecerem mais nas capas de jornais e nos meios culturais, isso ajuda a desmistificar a figura do músico brasileiro.

Hoje, quando se fala em música brasileira, pensam logo no Chico, Caetano, Gil — e também no funk e sertanejo por causa do TikTok. Mas há uma geração nova muito potente.

Trabalhei com a Júlia Vargas, por exemplo — levei ela na primeira turnê europeia dela. Existem muitos artistas de pequeno e médio porte tentando um lugar ao sol. Quanto mais voz os jornalistas derem a esses artistas, mais futuro teremos.

Você percebeu alguma mudança no espaço dado aos músicos brasileiros na imprensa portuguesa nos últimos anos, especialmente após a pandemia?

Houve alguns avanços. O Léo Middea, por exemplo, participou do Festival da Canção — acredito que foi o primeiro brasileiro. Teve visibilidade, mas também sofreu com críticas e xenofobia.

O Lucas Geal também participou recentemente. Há exemplos, mas ainda é pouco. Existem outros meios além do mainstream que poderiam abrir mais espaço, tanto para artistas quanto para jornalistas novos como você, que estão desenvolvendo trabalhos sérios.

As redes sociais te dão mais retorno do que o jornalismo tradicional?

Sim. Eu sou um pouco avesso às redes sociais — para mim, elas não são exatamente "sociais". Prefiro o contato real.

Mas como a imprensa não me ajuda, uso o Instagram, o YouTube... As redes são ferramentas fundamentais hoje, e muitos artistas conseguem mais com elas do que com a mídia tradicional.

Você vê alguma possibilidade de o jornalismo cultural melhorar esse cenário? Há algum caminho?

Acho que sim, mas ainda é tudo muito precário. A mídia cultural deveria ser mais presente, mais séria, e considerar a cultura como algo essencial — como disse Gilberto Gil, cultura é arroz com feijão.

Ela tem que estar no dia a dia das pessoas. Influencia até na saúde mental.

Quanto mais projetos e parcerias houver em prol da cultura, mais oportunidades surgirão para artistas que estão na luta.