

CICLO DE ESTUDOS

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Rádio como ferramenta editorial

Lovers & Lollypops e a Rádio Temporária do Bonfim

Miguel Alexandre Gomes Duarte

M

2026



Miguel Alexandre Gomes Duarte

Rádio como ferramenta editorial

Lovers & Lollypops e a Rádio Temporária do Bonfim

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas orientado pela Professora Doutora Inês Barbosa e pelo Professor Doutor João Faustino

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2026



Este trabalho está licenciado ao abrigo de uma licença CC BY 4.0

Aos meus pais e ao meu irmão

Sumário

Declaração de honra / Declaration of Honour.....	5
Resumo	6
Abstract	7
Lista de abreviaturas e siglas	8
1. Introdução.....	9
1.1. Enquadramento geral.....	9
1.2. Motivação e objetivos	10
1.3. Metodologia	11
2. Enquadramento teórico	12
2.1. Participação, plataformas e cultura digital	12
2.2. A rádio e os públicos de escuta.....	13
2.3. Rádio global e local	17
2.4. <i>Streaming</i> e a <i>mood machine</i>	21
3. Caracterização da Entidade de Acolhimento.....	23
3.1. Lovers & Lollypops	23
3.2. O <i>ethos</i> DIY: redes e identidade	26
3.3. Espaço, equipa e funcionamento.....	27
3.4. Estratégia de comunicação	28
4. Descrição do estágio	29
4.1. Enquadramento funcional	30
4.2. Atividades desenvolvidas.....	30
4.3. Projetos específicos	31
4.3.1. Rádio Temporária do Bonfim.....	31
4.3.2. Rádio Intermitente das Fontainhas	34
4.3.3. Arquivo e grelha de programação	36
4.3.4. Biblioteca Comunitária de São Victor e outras atividades	37
5. Análise crítica e reflexiva	38
5.1. O trabalho cultural independente	38
5.2. Rádio como projeto situado	43
5.3. Participação, território e construção de públicos.....	46
5.4. Arquivo: memória <i>versus</i> efemeridade	48
6. Considerações finais.....	50
Referências Bibliográficas	52
Anexos	56
Apêndices	59
A.1. Programas e métricas de audiência	59
A.2. Guião de entrevista	60
A.3. Transcrição de entrevistas.....	61

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 thesis/dissertation/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 partes do presente relatório.

I further declare that I have not used generative artificial intelligence tools (chatbots based on large language models) to carry out parts of this report.

Porto, 26 de maio de 2026

Miguel Duarte

Resumo

O presente relatório descreve o percurso realizado durante o estágio curricular na Lovers & Lollypops, sediada no Porto, no âmbito da unidade curricular de Dissertação/Projeto/Estágio do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Inicialmente será feita a contextualização e caracterização da entidade acolhedora, explicitando a sua metodologia de trabalho e objetivos. Neste documento estão apresentados os projetos da Rádio Temporária do Bonfim e da Rádio Intermitente das Fontaínhas, assim como uma descrição dos conhecimentos e competências desenvolvidos ao longo deste contexto de trabalho.

Palavras-chave: rádio comunitária, setor independente, escuta ativa

Abstract

This report describes the journey undertaken during the curricular internship at Lovers & Lollypops, based in Porto, within the scope of the Dissertation/Project/Internship curricular unit of the Master's Degree in Communication and Management of Creative Industries, at the Faculty of Arts of the University of Porto.

Initially, the host entity will be contextualized and characterized, explaining its work methodology and objectives. This document presents the projects of the Rádio Temporária do Bonfim and the Rádio Intermitente das Fontainhas, as well as a description of the knowledge and skills developed throughout this work context.

Key-words: community radio, independent, active listening

Lista de abreviaturas e siglas

L&L	LOVERS & LOLLYPOPS
RTB	RÁDIO TEMPORÁRIA DO BONFIM
RIF	RÁDIO INTERMITENTE DAS FONTAÍNHAS
PDB	PORTO DESIGN BIENNALE
DAB	DIGITAL AUDIO BROADCASTING
IPP	INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO
ESMAE	ESCOLA SUPERIOR DE MÚSICA E ARTES DO ESPETÁCULO
ESAD	ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN
ESE	ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO
AEFBAUP	ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES DA FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO

1. Introdução

1.1. Enquadramento geral

A rádio comunitária tem vindo a adquirir novas formas de relevância, num ecossistema mediático profundamente marcado pela digitalização da escuta e centralizado em plataformas de *streaming*. Embora historicamente associada à emissão nas frequências AM e FM, nas últimas duas décadas a rádio tem sofrido um processo de reconfiguração tecnológica que permitiu o aparecimento de vários projetos frequentemente organizados por estruturas independentes, a partir de colaboração voluntária, arranjos improvisados de emissões intermitentes e ocupação temporária de espaços físicos, reinventando com ação participativa o serviço público de uma rádio “para todos e para ninguém”. A indeterminação anónima do público auditor, quando transferida para o espaço de transmissão *online*, transformou comunidades globais e locais em torno de afinidades e de pertença, demonstrando que a formação de públicos não depende exclusivamente da interação. Paralelamente, importa compreender estas práticas colaborativas no contexto da cultura *DIY* (“*Do It Yourself*”) e do setor independente, relacionado com a música de margens e fora dos circuitos convencionais, que opera em formas autónomas de produção dentro e através de uma estrutura antagonista *on demand* de reprodução monopolizada e de sobre-exploração de servidores algorítmicos, exigentes por novas tendências e otimizados para a não visibilidade de artistas. Embora subsistam e dependam da mesma maquinaria digital que os pode tornar obsoletos – dos *media* sociais aos sistemas de recomendação, das *clouds* aos arquivos – a postura e construção *DIY* de um éter digital onde persistem nichos culturais tem-se revelado uma alternativa abundante para a criação de redes e zonas de significado, amplificação de vozes periféricas, democratização e acesso eclético e diverso.

É neste contexto que se enquadra a presente investigação, desenvolvida a partir do estágio curricular realizado na editora musical e promotora cultural Lovers & Lollypops (L&L). Fundada em 2005, a L&L tem desempenhado um papel relevante na dinamização de circuitos independentes de música, produção cultural e mediação artística em Portugal, articulando atividades de edição discográfica, agenciamento, programação e

organização de eventos. A principal área de trabalho deste estágio incidiu sobre a Rádio Temporária do Bonfim (RTB), um projeto de rádio comunitária *online* desenvolvido pela estrutura desde 2022. Este relatório pretende analisar a RTB enquanto dispositivo de legitimação e mediação situado: a rádio não apenas como um meio técnico, mas como uma extensão editorial. Estruturalmente, este documento inicia-se com o enquadramento teórico do aparecimento de *web radios* na esfera pública e da tensão que existe entre a ideia de participação digital como norma cultural e a escuta como prática pública, política e coletiva; uma contextualização da L&L enquanto estrutura independente, e os vários projetos acompanhados durante o estágio; uma análise empírica dos trabalhos realizados, incluindo as participações na RTB e Rádio Intermitente das Fontainhas (RIF), assim como a organização do arquivo da editora, produção de eventos e catalogação de uma biblioteca no espaço; uma reflexão crítica sobre os desafios e potencialidades da programação e a importância do arquivo e mapeamento de movimentos artísticos.

1.2. Motivação e objetivos

A escolha da Lovers & Lollypops como entidade acolhedora está diretamente relacionada com o trajeto profissional do mestrando, desde a colaboração na Rádio Universidade de Coimbra à prática profissional na área da comunicação cultural a nível institucional, e intimamente ligada a ambições pessoais de poder contactar com dinâmicas de trabalho e projetos de referência do panorama da música alternativa em Portugal.

Este relatório tem como principal objetivo analisar a Rádio Temporária do Bonfim como dispositivo de mediação no contexto contemporâneo da música digital e das plataformas *online*. De que maneira uma rádio comunitária pode atuar como espaço de curadoria, legitimação artística e construção de públicos, afastando-se das lógicas predominantes de circulação algorítmica? Este estudo analisa a contribuição das rádios independentes para o fortalecimento de redes, visibilidade de artistas de contextos periféricos e incentivo à escuta coletiva e participação. Também são discutidas as

interações entre práticas de produção independente, autonomia editorial e os desafios da sustentabilidade face às limitações e possibilidades trazidas pelas infraestruturas digitais; delimita-se, ainda, historicamente e geograficamente o surgimento de rádios comunitárias *online* no contexto do *streaming*, explorando a importância da curadoria humana e da escuta, bem como os contrastes entre práticas informais, profissionalização e dinâmicas de plataformização no campo cultural independente. Por fim, apresenta uma análise crítica das atividades realizadas no estágio, com especial foco na produção radiofónica, organização de arquivo sonoro e gestão de conteúdos digitais.

1.3. Metodologia

Esta investigação baseia-se numa abordagem qualitativa, sustentada por uma observação participante realizada entre outubro de 2025 e maio de 2026, com acompanhamento direto de atividades e processos de produção, comunicação e organização associados aos projetos radiofónicos desenvolvidos pela editora, bem como na participação em tarefas relacionadas com preparação técnica, operacional e editorial das emissões. A metodologia adotada insere-se no âmbito da investigação qualitativa, fundamentando-se nos princípios da etnografia e da observação participante, conforme definidos por Atkinson & Hammersley (1994), para os quais a etnografia se caracteriza pela produção de conhecimento a partir da imersão do investigador em contextos sociais reais, por meio da observação direta e da participação nas práticas quotidianas dos atores envolvidos. Assim, o estágio realizado na Lovers & Lollypops não se restringiu a uma posição externa de análise, mas também envolveu participação ativa nas dinâmicas de produção cultural, programação e mediação. Além da participação em reuniões de produção e comunicação, o estágio envolveu acompanhamento contínuo de processos de organização de grelhas, gestão de propostas, preparação de emissões, edição de conteúdos sonoros e mapeamento de arquivo digital. No caso da RTB, a observação centrou-se nos processos de ativação da rádio, contacto com participantes, preparação técnica das emissões e gestão da disponibilização *online* dos conteúdos. Em paralelo, o acompanhamento da RIF permitiu observar diferentes modelos de mediação cultural e de relação com o território, destacando-se a colaboração com a Porto Design

Biennale (PDB). A investigação foi enriquecida por uma pesquisa bibliográfica (artigos científicos, livros e notícias) focada em estudos sobre rádio, cultura e participação digital, plataformas de *streaming*, escuta pública e mediação, bem como pela realização de uma entrevista semiestruturada a elementos da equipa da L&L, o diretor artístico Joaquim Durães e o diretor de programação Márcio Laranjeira. O relatório apresenta uma análise descritiva e uma reflexão crítica, com o objetivo de compreender os desafios estruturais, técnicos e culturais à sustentabilidade de projetos independentes de rádio comunitária no contexto digital.

2. Enquadramento teórico

2.1. Participação, plataformas e cultura digital

A participação, enquanto princípio relacional e conjunto de práticas, define-se fundamentalmente como uma promessa e uma expectativa de envolvimento ativo com os outros, em processos de decisão que influenciam laços sociais, comunidades, sistemas de conhecimento e organizações, assim como a política e a cultura (Barney *et al.*, 2016).

Para contextualizar a condição participativa no contexto dos *media* digitais, partimos dos conceitos de economia da atenção de Bernard Stiegler, de vigilância e colonização do tempo de Jonathan Crary e das estruturas de sentimento de Raymond Williams. Stiegler enquadra a noção de proletarianização e da massificação das tecnologias digitais não apenas como uma perda de meios de produção, mas como uma perda de atenção e capacidade crítica, uma economia de retenção em que os sistemas mediáticos e tecnológicos transformam desejos, comportamentos, hábitos e memória em recursos económicos. Perpetuando uma crise social, o *psychopower* - conceito introduzido pelo autor para explicar esses mecanismos - transformou profundamente a formação de uma atenção prolongada, ameaçando a transmissão cultural entre gerações, quando toda a aprendizagem se fundamenta em estímulos imediatos e consumo permanente desses mesmos estímulos (Stiegler, 2010). Jonathan Crary radicaliza esta ideia ao mostrar que existe uma cultura de vigilância 24/7 promovida por plataformas digitais, publicidade e

conectividade permanente, que dissolvem a distinção entre trabalho, consumo e vida privada. O capitalismo tardio coloniza o tempo de forma total e normaliza um ambiente de disponibilidade constante, sem tempos de pausa – a sua interpretação do sono como o único momento improdutivo do dia-a-dia alinha-se com a procura destes sistemas em minimizar intervalos improdutivos através da atividade e consumo contínuos (Crary, 2013). Através do conceito de *structure of feelings*, Raymond Williams (1977) explora a importância de formas sociais e afetivas emergentes, e a sua influência na experiência e ação de culturas residuais e hegemónicas: no contexto digital, plataformas organizam e “capturam” continuamente estas formas antes de serem institucionalizadas ou codificadas ideologicamente (Coleman, 2018). Em suma, a “participação” deixou de representar apenas envolvimento e democratização, tornou-se um mecanismo de comércio, consentimento e controlo (Dean, 2009), com repercussões nos públicos de escuta, como veremos nos próximos capítulos.

2.2. A rádio e os públicos de escuta

A rádio, enquanto meio de comunicação, assim como as suas audiências, tem-se alterado substancialmente nas últimas duas décadas. Com a multiplicação de plataformas de acesso e a proliferação da oferta existente, foram sendo desenvolvidas novas formas de consumo e atribuídas novas funções. Na década de 40, Paul Lazarsfeld (1944) defendia a distração, companhia e acesso a informação atualizada como razões da apropriação dos ouvintes. Hoje, a rádio tem ouvintes e utilizadores, passando de um modelo de comunicação dialógico para um interativo universal, pelas potencialidades e convergências de e com o espaço on-line: o imediatismo, a ausência de tempo e custos de distribuição e a mobilidade. Decorre assim de uma reformulação da rádio tradicional, tanto pelos seus modelos de transmissão terem tornado obsoletos as novas exigências tecnológicas, como pelo facto de a procura por novas zonas de significado e redes de interatividade/socialização poder gerar participação (Cardoso, 2006).

Segundo John B. Thompson, a análise relativa aos tipos de ação e interação que os *media* possibilitam distingue quatro tipos de interação: *face a face*, em “contexto de copresença, num espaço-temporal comum” de caráter dialógico, envolvendo pelo menos um fluxo bidirecional de informação/comunicação e mobilizando uma “multiplicidade de sinais simbólicos” ; *mediada*, envolvendo um meio técnico que transmita informação/comunicação estendida a um espaço-tempo distante e, por isso, de caráter dialógico limitado; *quase-interação mediada*, envolvendo as mesmas relações sociais da segunda categoria, com uma “certa restrição no leque de pistas simbólicas” e de destinatários, de caráter monológico (em grande parte unidirecional, antes designada por *comunicação de massa*); *mediada online*, uma tipologia híbrida, de caráter dialógico “de muitos para muitos”. Thompson sugere ainda que os *media* não devem ser analisados isoladamente e de forma fixa, sendo estas linhas de demarcação uma extensão de categorizações de propriedades intrínsecas — “quentes” ou “frios” — como refere McLuhan (1997), e não pretendem ser uma descrição “do fluxo real da vida social”.

A acessibilidade e a interatividade na “*mediapolis*” — termo do autor Roger Silverstone para explicar como a presença gradual dos *media* na esfera pública se tornou uma parte constitutiva do conceito de “público”, base material e contexto do senso comum — criam uma suburbanização da esfera pública, fragmentada, com múltiplas e divididas formas de produção e, consequentemente, audiências (Silverstone, 1999). Aqui surgem os projetos comunitários, determinados grupos que veiculam mensagens que potenciam/influenciam o *good governance* por parte do poder local (Downing, 2001): “uma espécie de rebelião por parte do ouvinte”, uma vez que novas ferramentas ativam a sua capacidade de se tornar num produtor de conteúdos. O ouvinte faz a sua própria procura de conteúdos programáticos quando e onde pretende; contudo, a sua participação não deve ser analisada desprovida da dinâmica de poder e de tomada de decisão.

Na sua “Teoria da Rádio” (1932), Berthold Brecht perspetiva a configuração social da rádio e a necessidade de a converter de “aparelho de distribuição em aparelho de comunicação”, numa tentativa de fazer dela uma “coisa realmente democrática”

(Brecht, 2005). Em oposição a Brecht, Adorno coloca dúvidas quanto à natureza democrática da rádio, na medida em que entrega os mesmos conteúdos programáticos num exercício autoritário que os transforma em ouvintes e lhes impede a demonstração de individualidade (citado por Bruck, 2004), o que reforça a necessidade de não considerarmos definitiva a oposição binária de privado/público, e por extensão, ativo/passivo, quando estudamos a atividade de audiências na contemporaneidade, uma vez que ambas as oposições correspondem a uma série de distinções fractais, divisões que se projetam em objetos sociais com resultados contraditórios (Susan Gal, 2002). O ato de “escutar”, definido como ativo em relação a “ouvir”, surge muitas vezes associado a uma posição passiva no ato comunicativo, e a mudança constante no contexto dos *media* complexifica os atos de receção na esfera privada do discurso através dos *media* públicos. Existe, por isso, a perpetuação de uma modalidade passiva associada ao “ouvir”, embora historicamente o estudo de públicos — que acedem, descodificam e mobilizam comunicação mediada — tenha começado com audiências de rádio. Em “Listening Publics”, Kate Lacey reflete sobre a potencialidade e consequências desta atividade como um fenómeno político na esfera pública, um conjunto de práticas, experiências e interpretações que complementam a perceção do espaço visual, construção intelectual fixa e linear que se situa numa espacialidade esférica e, consequentemente, acústica:

“For McLuhan, visual space is an intellectual construct, a technological effect of alphabetic perception. Acoustic space, by contrast is grounded in experience. Visual space is conceived as a unified field of perception; acoustic space as a discontinuous field of relations. Visual space breaks up into categories and groups; acoustic space is a ‘resonant sphere’ with no centre and no margins” (Lacey, 2013)

Em “*The Structural Transformation of the Public Sphere*” (1962), Jürgen Habermas propõe uma visão de esfera pública decadente, manipulada e formatada pelas elites políticas e económicas, acompanhando o crescimento do capitalismo e da indústria

mediática dos séculos XIX e XX. Não havendo espaço para debate crítico, substituído pelo consumo cultural, os cidadãos deixaram de ser participantes ativos e tornaram-se consumidores passivos. Num contexto mediático comercializado, Habermas distingue ainda o sistema, instituições de mercado, Estado e poder organizado, do “*life-world*”, domínio cívico e da construção de entendimentos comuns, argumentando que “a esfera pública organizada deve produzir uma prudente combinação de poder e controlo, necessária para sensibilizar os mecanismos de autogestão do Estado e da economia” (Habermas, 1987). A defesa do mundo da vida face à dominação económica e burocrática passaria por um modelo normativo de pensamento coletivo crítico e racional, e por práticas deliberativas inclusivas e reflexivas, contra uma “colonização” e crise da modernidade. Apesar de nomear as organizações da sociedade civil como mediadoras desta transferência de práticas da esfera privada para a pública, os ideais de consenso habermasianos ignoram a natureza pluralista e interventiva da sociedade, o descontentamento com a democracia e grupos na periferia.

“The media are both context and themselves contextualized. They both construct a world, and are constructed within, and by that world. And of course the world is plural, not singular” (Silverstone, 2007)

Esta procura de representatividade e diversidade nas normas comunicacionais, de universalidade e acesso, pode refletir-se no *ethos* das rádios comunitárias, estruturas alternativas autogeridas e não lucrativas que recuperam formas horizontais e participativas de comunicação. Em teoria, estes formatos podem contribuir para uma ampliação e “reanimação” da esfera pública, não estando estanque o debate sobre o seu potencial democrático — é necessário analisar problemas estruturais de acesso e o nível de inclusão nestas práticas de transformação social (Gaynor *et al.*, 2017).

2.3. Rádio global e local

Este capítulo pretende enquadrar a evolução das rádios comunitárias, particularmente no contexto europeu, nas suas transformações tecnológicas, culturais e comunicacionais. A relação entre emissão, audiência e comunidade alterou-se profundamente com a evolução dos modelos de difusão radiofónica: se antes o *broadcast* assentava num modelo centralizado de transmissão, a progressiva integração de tecnologias digitais introduziu possibilidades de interação, circulação e produção de conteúdos. Atualmente, a rádio pode ser entendida como um sistema comunicacional de troca de informação: este *feedback* opera sob uma rede de tratamento e controlo “entre organismos vivos e máquinas”, conceito de cibernética defendido por Norbert Wiener em 1943, atualizado para a comunicação interpessoal que vemos presente. A “máquina de informação” do *broadcast* transforma-se numa transação estabelecida por transmissores e recetores ativos, que por sua vez se tornam transmissores.

Entre 1870 e 1930, com a invenção do fonograma e da rádio, estabelece-se uma nova era do som gravado e transmitido; mediar a escuta tornou-se um fenómeno público, com a possibilidade de manipular e repetir peças sonoras. A primeira idade da rádio corresponde ao estabelecimento de “impérios de som” (Millard, 1995) – grandes emissoras, detidas maioritariamente pelo Estado e, em alguns contextos, por entidades privadas. A segunda, associada ao auge do período de difusão da microeletrónica e movimentos sociais das décadas de 70 e 80 do séc. XX, assim como ao surgimento no panorama internacional das rádios-pirata e rádios universitárias, em parte assimiladas pelo *status quo* dos *media* e dando origem a novas empresas radiofónicas de emissão local, regional e nacional. A terceira vida é antecipada com o aparecimento da Internet, que reforçou a sua vitalidade e a sua designação de *media* de futuro, como defende Menduni (2002).

A Internet em formatos de rádio digital, segundo o investigador e radialista João Paulo Meneses, oferecia dois aspetos essenciais à sua sobrevivência: mobilidade e acumulação, pela portabilidade da emissão e pela capacidade de ser ouvida em segundo plano. Existia por isso uma possibilidade de dinamizar o papel deste meio de

comunicação, que, não perdendo a sua audiência tradicional, precisava de renovar a linguagem e processos de comunicação. Em Portugal, os três principais líderes de audiência atualizaram a sua presença *online* para novas formas de expressão separadas da emissão tradicional (a primeira a registar o seu domínio foi a Antena 3 em 1995, seguindo-se a TSF em 1996, Rádio Renascença e RFM em 1997). Em 2008, no estudo *The Future of Radio*, divulgado pela *Swedish Radio and TV Authority*, antecipava-se a exaustão do modelo FM de transmissão radiofónica, com novas possibilidades a emergirem para a transmissão DAB e *on-line*. As gerações mais jovens não acompanharam esta mudança – segundo um estudo de audiências realizado pela Obercom em 2009, 81% dos jovens de 15 a 24 anos utilizavam a Internet; 61% dos jovens de 8 a 18 anos não ouviam rádio *on-line*. A partir de 2009, assistimos a um uso crescente do formato gravado de *podcast*, o que se configura como o salto necessário para a rádio da Internet. O diretório *Radio Garden*, desenvolvido em 2016 pelo *Netherlands Institute for Sound and Vision* e disponível em <https://radio.garden/>, permite a exploração de rádios com transmissão *online* por todo o mundo (contabilizando mais de 40 000 entradas em 2024)

O diálogo que antes existia entre utilizadores-ouvintes, dependentes do *broadcast*, mudou para processos comunicativos autónomos, em que o utilizador desenvolvia as suas próprias estratégias de uso e consumo, podendo participar direta e seletivamente. É também fulcral incluir o conceito de infocomunicação nesta análise, pela transformação da rádio e das suas práticas comunicacionais com as tecnologias digitais: estes novos formatos interativos redefinem como mensagens culturais são criadas, transmitidas e consumidas. Segundo Jenkins (2006), a "cultura da convergência" exemplifica como “os consumidores atuam como participantes ativos no ecossistema digital, moldando e transformando conteúdos culturais”. Nas rádios comunitárias, estes processos são particularmente evidentes, pois servem como plataformas de transmissão de conteúdos que promovem o acesso a várias manifestações e agendas culturais. Esta interação comunitária transforma as rádios em ferramentas bidirecionais, que permitem uma troca cultural contínua entre produtores e ouvintes — o conteúdo produzido reflete e reforça os valores e identidades das comunidades, permitindo que

os indivíduos se reconheçam no que escutam. O estudo de rádios comunitárias como uma alternativa aos sistemas público e privado de radiodifusão assume duas perspectivas principais: *media* com uma vocação social, apresentando-se como plataformas de desenvolvimento social ou económico (Paula, 2012), nomeadamente em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento; *media* com uma vocação cultural alternativa ao *mainstream* (Downing, 2001; Girard, 2002). Para o contexto da presente pesquisa, iremos focar-nos no segundo modelo de *web radios*, delimitado geograficamente ao panorama europeu.

Num contexto de escuta mediada por algoritmos e hiperpersonalizada, estas novas formas de curadoria ganharam valor simbólico nos últimos anos, e casos como NTS (Londres), Noods Radio (Bristol) ou Cashmere Radio (Berlim) revelaram como é possível construir comunidades transnacionais a partir de infraestruturas independentes. Com forte enraizamento local, mas não restrito, conferem novas formas de legitimação ao articular cenas culturais específicas com audiências geograficamente distribuídas e atualizam a dimensão política da escuta, coexistência e resistência a um ecossistema plataformizado. Embora dependam também de ferramentas de *streaming*, introduzem formas distintas de mediação humana e regimes alternativos de escuta e legitimação cultural. A NTS (*"Don't Assume"*), um dos modelos mais visíveis de *web radio*, é um projeto global que começa em 2011 e conta com mais de 5 milhões de ouvintes mensais, transmitindo 600 programas de rádio (entre os quais *"Onotesla"*, gravado a partir da L&L) por 60 cidades (incluindo estúdios em Londres, Manchester e Los Angeles), com curadoria da equipa ou convidados de forma eclética e exploratória de micro-géneros musicais, assim como as entradas de blogue como *NTS Guide To* ou *In Focus*, que mapeiam a fonoteca de projetos e cenas musicais. Femi Adeyemi, fundador da NTS, evidencia a tensão entre modelos comerciais orientados para previsibilidade e segmentação de públicos, e práticas curatoriais assentes em experimentação e autonomia editorial: *"there's a reason why most stations have generic playlists or play the same type of music (...) It's easier to market and run ads when you narrow your broadcast. But that means you can't put someone crazy in the studio and just say, 'Do whatever you want.' You'll lose advertisers or break some rule or get fined by a*

regulating body” (Anderson, 2025). Em Portugal, a Rádio Quântica é uma das rádios comunitárias com maior atividade, seguindo linhas muito semelhantes ao exemplo londrino (incluindo um *script* informático em comum), com emissão contínua a partir de Lisboa, 100 programas de autor e mais de 170 artistas residentes. Fundada em 2015 por Inês Pereira Coutinho (Violet) e Marco Rodrigues (Photonz), iniciou-se com uma linha curatorial focada especialmente na música eletrónica e experimental, evoluindo para um projeto de chamada aberta à comunidade. Violet refere em entrevista que este ensaio de uma nova abrangência no universo radiofónico, “esse elemento do caos, é muito interessante no tempo em que vivemos, onde tudo é muito homogéneo”, sublinhando a importância particular no arquivo das suas transmissões “as plataformas estão muito ao serviço do tecnofeudalismo, e é quase impossível armazenar por mais que queiras documentar, quer por questões de *copyright* ou espaço em *clouds* (...) fomos sempre optando por softwares grátis e *open-source* mas há muitas limitações (técnicas) para projetos sem fins lucrativos”. Em 2020, Miguel Midões, jornalista na TSF, decidiu investigar a subcultura das rádios comunitárias, uma categoria inexistente, de forma oficial, no país. Contabilizou 21 projetos (maioritariamente em Lisboa e no Porto) e escreveu que, em 2012, “Portugal integrava a lista dos 10 países da UE sem qualquer legislação ou apoio financeiro a este tipo de emissoras”, facto substancialmente alterado desde então, apesar da pressão internacional em defender um segmento com ferramentas para “reforçar a cidadania” e criar “redes nas quais os indivíduos se relacionam”, através de uma proximidade geográfica, mas também “motivacional e afetiva”: em Julho de 2024, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) propôs a criação do estatuto de rádio comunitária e apelou à Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) que disponibilizasse microfrequências, para que pudessem também atuar no espaço hertziano (Time Out Lisboa, 2024).

2.4. *Streaming e a mood machine*

As plataformas de *streaming* e algoritmos de recomendação trouxeram mudanças transformativas na escuta *on-demand*. A possibilidade de aceder e explorar de forma acessível uma quantidade inesgotável de música, produzida e distribuída numa escala sem precedentes, levanta questões políticas e sociais prementes sobre o futuro da indústria da música independente. No livro “Mood Machine - The Rise of Spotify and the Costs of the Perfect Playlist”, Liz Pelly aprofunda o papel do Spotify, atualmente com mais de 500 milhões de utilizadores ativos, não como um facilitador de acesso, mas como uma máquina corporativa que redefiniu o valor cultural da música na última década. Fundado em Estocolmo em 2006 por Daniel Ek e Martin Lorentzon, o serviço de *streaming* surgiu num contexto em que a indústria musical sueca se encontrava enfraquecida pela pirataria digital em massa. Sob o apoio e controlo das grandes editoras (Universal, Sony e Warner), que detinham participações iniciais significativas (18% do volume de *streamshare*), foi possível a sua evolução de um motor de pesquisa e acesso à música licenciada para a plataforma de algoritmos e sistemas de recomendação atuais que influenciam os hábitos e a retenção dos seus utilizadores. Após adquirir, em 2013, a aplicação Tunigo, centrada na curadoria de listas de reprodução, o Spotify começou a sua campanha de promoção “música para cada momento”, promovendo a atitude despreocupada de “*lean-back listener*” em *playlists* funcionais e organizadas por estados de espírito e atividades, muitas vezes preenchidas com faixas *low cost* de artistas fictícios, “editoras fantasma” ou produzidas por inteligência artificial - possibilitando a redução de custos de *royalties* através do seu sistema de *Perfect Fit Content (PFC)*. Chegando a obter patentes para tecnologia de deteção de emoções e personalidade dos ouvintes (como a empresa francesa de inteligência artificial Niland, em 2017), a otimização destas *playlists* com padrões estatísticos dominantes e modelos preditivos leva à neutralização e descontextualização de determinados géneros musicais, como o *jazz* ou a MPB, com sonoridades de andamento médio e melancólico, assim como à invisibilidade da grande maioria dos artistas e selos independentes. No início de 2024, o Spotify anunciou o pagamento de

metade das *royalties* anuais ao setor independente, correspondendo a um valor de 4.5 bilhões de dólares (a restante sendo direcionada às editoras *major*, agora com 6-7% do volume de *streamshare*), englobando não só as editoras independentes, como também companhias de inteligência artificial (IA) e distribuidoras como a AWAL (“*Artist Without a Label*”), que em troca de ações de marketing e *playlist pitching*, recebem parte das receitas dos artistas associados. Em 2022, a AWAL foi comprada pela Sony Music Entertainment (SME, 2021), reforçando um novo arquétipo do artista *indie* empreendedor, que disponibiliza a sua música a sistemas de filtragem colaborativa de conteúdo e dados de interação de utilizadores, com a promessa de mais visibilidade e *engagement*, potencialmente chegando a patamares superiores de rentabilidade através das *playlists* indie do Spotify (atualmente, o artista recebe entre 0,0003 e 0,0005 dólares por *stream*). Outros exemplos da estetização do DIY para capitalização do setor independente contemplam um acordo entre a distribuidora DistroKid e o Universal Music Group que permite o acesso a dados e padrões de artistas para possíveis contratos, ou entre o grupo Warner e a companhia de IA Boomy, que reverte receitas de *streaming*. Segundo Liz Pelly, existe uma discrepância visível entre a narrativa de democratização promovida e a realidade de uma consolidação movida por interesses financeiros. A base de funcionamento do Spotify assenta na recolha massiva de dados, usada para manipular e mediar o comportamento dos seus utilizadores e segmentar anúncios, alimentando uma economia de atenção contínua (Stiegler, 2010). Daqui também decorre a atomização dos artistas independentes, que em tentativas de adaptação a lógicas de *playlists* são facilmente explorados financeiramente (Pelly, 2025). Cruzando o contexto atual do *streaming* com a história evolutiva da rádio, a concepção de um programa transitou de uma ideia de “fluxo”, em que o recetor estava inativo em relação ao transmissor de informação, para uma lógica de “*stock*” (Coutard, 2001), em que uma multiplicidade de formas de acesso, difusão e arquivo garantia troca e assimilação dos ouvintes - uma realidade filtrada agora por lógicas de plataforma e uma funcionalização algorítmica da música, revelando o mito otimista da “(hiper)participação”, quem não significa emancipação mas sim uma obrigação social e económica.

3. Caraterização da Entidade de Acolhimento

3.1. Lovers & Lollypops

A Lovers & Lollypops é uma editora, produtora e viveiro artístico criada no Porto, enraizada em diferentes territórios portugueses, do Minho aos Açores, e que cruza diversas expressões e linguagens artísticas provenientes de diferentes contextos geográficos e temáticos. Todo o seu percurso é autorrelacionado, circular e simbiótico, em que cada atividade alimenta retroativamente uma das demais. Ao longo de 20 anos, a L&L tornou-se no principal braço discográfico da vibrante cena rock barcelense e um dos selos mais impactantes do DIY a norte de Portugal, assumindo uma necessidade urgente de reinvenção e reformulação em diferentes contextos sociais e económicos, explorando novas táticas no mercado independente.

A editora surge em 2005, influenciada pela cena *underground* de Barcelona vivida pelo seu fundador Joaquim Durães (Fua), ao reconhecer que “seria imperativo transportar essa energia da cena musical independente para Portugal (...), conjurar um espaço para artistas marginais” (Cativo, 2025) em atividade entre as cidades do Porto e Barcelos. Com experiência na produção de concertos em aldeias de Barcelos (festival Pesadelo Rock, Associação Cultural e Desportiva de Carapeços), Joaquim Durães segue a mesma lógica de partilha do viveiro musical catalão e, juntamente com João Pimenta, reúne o que viriam a ser as primeiras edições da L&L - Veados com Fome, Lobster, Green Machine, Ovo, Frango -, cultivando boas relações com salas de concertos de norte a sul do país. “Um rock irritadiço de colheita MySpace, alternando isso com interessantes contribuições desalinhas.” Em 2006, no blogue de crítica musical BodySpace, Miguel Arsénio discorria sobre a edição “1 Ano de Balarico”: “é arriscadamente profético assinalá-lo agora, mas o mais certo é que esta imensa prosperidade do último par de anos – verificada ao mais militante ramo “faça você mesmo” da música portuguesa - venha a gerar repercussões que, daqui a uma década, se possam materializar em antologias de raridades e inéditos acumulados ao longo dos tempos de mais farta

colheita. Sabe-se que esta gente produz incansavelmente e que permanecem flutuantes e dispersos por vários CD-R uma série de exercícios de valor que muito lentamente vão elevando a contagem de ouvidos sobre eles assentes.” Depois de um par de anos prolífico em concertos de bandas portuguesas e estrangeiras pela cidade do Porto, a L&L cresce para a criação do “Milhões de Festa” (2006-2018), festival de referência na música independente ibérica fixado em Barcelos (depois de edições no Porto e em Braga), e que contou com nomes como The Fall, Alt-J, Toro y Moi, If Lucy Fell, Graveyard, Liars, Electrelane ou The Comet is Coming. Com uma equipa maior que junta Márcio Laranjeira (direção artística), Eduardo Maltez (produção), Jonathan Tavares da Silva (produção e *booking*), Fábio Costa (*booking*), Ana Beatriz Rodrigues (comunicação) e André Forte (assessoria de imprensa), aumenta progressivamente o seu alcance a promotores, municípios e outras instituições públicas, fazendo com que estas experiências potenciem mais colaborações como o Salto da Graça (Mondim de Basto) e prestação de serviços de produção, dos quais se destacam eventos como o Serralves em Festa, a Festa de Outono, e Jazz no Parque, promovidos pela Fundação de Serralves. Nessa mesma frente, inicia esforços de programação em contextos externos, como é a ativação do espaço Understage (Teatro Municipal do Porto - Rivoli), aproxima-se do arquipélago dos Açores, onde cria o festival Tremor – evento que se tornou eixo de atuação para a região e a partir do qual se proliferam outros momentos artísticos e de expressões várias, como o são o evento multidisciplinar Terra Incógnita – e integra a plataforma europeia de capacitação e incentivo à criação e internacionalização Edge. Em colaboração com municípios próximos e agentes locais, desenvolve eventos exploratórios como o ciclo Música entre Espécies Companheiras (Galeria Municipal do Porto), o festival Barlos (Câmara Municipal de Barcelos), “O afeto da escuta” (Galeria Municipal do Porto e Institute for Post-Natural Studies) e o festival e convenção Square (municípios de Braga, Barcelos, Guimarães e Vila Nova de Famalicão). Pelo lado editorial, a L&L torna-se responsável pelo mapeamento e documentação de uma série de fenómenos criativos e, por consequência, expositor dos seus artistas, dos quais se destacam Conferência Inferno, Black Bombaim, Glockenwise, Sereias, Solar Corona, Killimanjaro, Aspen, entre outros. Paralelamente, promove carreiras além-fronteiras de

artistas locais, gerando iterações com pares internacionais e criadores de renome, como se verifica nas colaborações entre Black Bombaim e o saxofonista alemão Peter Brötzmann, entre João Pais Filipe, Valentina Magaletti e Leon Marks (que tem como fruto o grupo de percussão e música eletrónica CZN), e inúmeras co-edições com discográficas internacionais como Rocket Recordings, Offen, Gandula e Discrepant. Atua, igualmente, como ponte atlântica para outros mercados da lusofonia, nomeadamente Brasil, tendo editado trabalhos de artistas como Boogarins, Maria Beraldo, DEAFKIDS, Bríi, Sessa, entre outros. Com base neste rol de talento a que tem acesso e que promove, proporciona colaborações, algumas das quais multidisciplinares, entre artistas de expressões e contextos diferentes, atuando enquanto catalisador criativo; neste contexto, promove ligações de forma ativa entre artistas como os locais e nacionais João Pais Filipe, Pedro Augusto, Inês Malheiro, Jonathan Uliel Saldanha, ou o coletivo Sereias, e criativos estrangeiros radicados no Porto, como Ece Canli (Turquia), Angélica Salvi (Espanha) e Julius Gabriel (Alemanha), de onde surgem inúmeras criações musicais que alimentam, ainda, o selo discográfico e os seus esforços curatoriais e momentos de programação.

No final de 2021, a Lovers & Lollypops inaugura um espaço próprio no Porto, e cria a Associação Som do Bonfim para a gestão do mesmo, centralizando as suas várias iniciativas e recebendo artistas em vários contextos, com um risco reduzido. Este espaço recebeu Monopoly Child Star Searchers (EUA), Finale (ES), Frank Desire (Haiti), Société Étrange (FR), Afrorack (UG), HHY & the Macumbas (PT), Sarine + Yantra (BR), Sistro (PT), entre outros, para atuações e concertos, muitos dos quais únicos; no contexto de residências artísticas, promoveu o projeto Hiperbórea, de onde surgiu a Rádio Temporária do Bonfim e uma série de laboratórios musicais, residências e colaborações como o ciclo Música entre Espécies Companheiras, Sessões Em Bruto ou Deep Listening Club. Tornando-se um essencial agitador do Bairro e da Freguesia do Bonfim, desenvolve o Perímetro, evento agregador da comunidade artística local, e é a sede do projeto educativo, de inclusão e incentivo à expressão artística A Guilda do Bonfim, desenvolvido no âmbito do projeto Cultura em Expansão (Ágora - Cultura e Desporto do Porto), com a participação de alunos da Escola da Alegria.

3.2. O *ethos* DIY: redes e identidade

A independência no contexto de gravadoras discográficas – que coordenam a “produção, fabricação, distribuição, marketing, promoção e proteção de direitos autorais” (Gracon, p. 61) – caracteriza-se por uma forma direta de organização e de construção de identidades, de coletivismo e reflexos diretos de produção de nicho. Os selos independentes acompanham mudanças sociais e económicas, profissionalizando-se com práticas modernas que expandem as suas atividades, equilibrando crescimento e sustentabilidade. Segundo Azerrad (2001), conseguem desenvolver identidades únicas em torno de uma estética distinta que se manifesta de diversas formas, de resistência e contestação ao *status quo*, autonomizando novas relações com o público consumidor.

Desde a criação da subsidiária “Tapes, She Said” , que materializa o culto da Lovers & Lollypops pelo formato das cassetes, à criação de um passe social com descontos em *packs* de concertos em tempos de crise, ou até à disponibilização de álbuns do seu catálogo *online* mediante uma doação livre em tempos de pandemia (com lucros a reverterem para músicos e profissionais do meio artístico), a Lovers & Lollypops sempre se afirmou como um espaço de democratização de acesso, de práticas, valores e competências culturais que não caíam numa “subordinação do valor de uso das obras ao valor de troca no mercado” (Abreu, 2010). Joaquim Durães acrescenta: “Nunca forçamos uma edição por motivos puramente mercantilistas. A escolha dos artistas, apesar de inevitavelmente subjetiva, passa por vários crivos de seleção, sejam eles de gosto, de afinidade com as pessoas que fazem parte ou da forma como este ou aquele artista sobe ao palco e se relaciona com uma plateia (...). São laços que se constroem e fortalecem a partir de uma admiração mútua e de um trabalho contínuo de cuidado e atenção, da nossa parte para com os artistas com quem trabalhamos, e deles em relação a nós, o que também é importante sublinhar. Essa proximidade acaba por influenciar naturalmente as decisões editoriais e contribui para a longevidade de muitos dos projetos que passaram pela *Lovers & Lollypops*.”

O *ethos Do It Yourself* (Dale, 2008; McKay, 1998; McKay & Moser, 2005) é determinante nas dinâmicas da música independente, um conjunto de práticas e

movimentações visíveis que criam empatias ou distanciamentos (Oliveira, 2022) e cenários de revivificação da criação musical (Reynolds, 2005; Straw, 2013; Guerra & Silva, 2015), em contraponto à cultura de massas. Para a L&L esta lógica não é meramente uma resistência estética, mas um sistema de legitimação de práticas que se transpõem para meios mais formais: “ao longo da nossa história temos tido sempre parcerias com entidades mais ao menos institucionalizadas, relações que fazem parte da nossa capacidade de sobrevivência e permitem-nos criar atividades que conseguem ter o que nos define mas com um molde e enquadramento diferentes do que fazemos 100% a partir de nós”, Márcio Laranjeira (Oliveira, 2025)

Em “*Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*” (1979), Bourdieu baseava a pesquisa etnográfica parisiense na década de 60 para defender que o “gosto” não era pessoal, mas uma reflexão das classes sociais, na qual as culturas de elite reproduziam a sua dominância para definir o que se considerava “bom gosto”. No setor independente, a formação do “gosto” está muito relacionada com a ideia de “intimidade” para combater a estratificação da cultura, sem necessidade de criar distinções, mas sim de um “espaço comum” que engloba todas as redes alternativas que existem separadas do *mainstream* — editoras, distribuidoras, *zines*, lojas de discos, blogues, estações de rádio e salas de concertos. Este imenso sistema de comunicação gera capital cultural, conjunto de recursos acumuláveis e convertidos em vantagens sociais e simbólicas, como a fidelização de públicos: “se gostas de sete álbuns da Lovers, é provável que também gostes do oitavo” (Jorge Coelho, como citado em Portulez, 2017)

3.3. Espaço, equipa e funcionamento

A Lovers & Lollypops desenvolve a sua atividade no setor cultural e criativo, atuando na organização e promoção de eventos culturais, musicais e de outras artes performativas. A empresa dedica-se ainda à edição discográfica, agenciamento de artistas, *publishing*, gestão de direitos de autor, design, bem como a atividades cinematográficas, de vídeo e fotografia. Paralelamente, exerce atividades de venda de produtos alimentares e bebidas (alcoólicas e não alcoólicas) para consumo no local de

venda, assim como operações de arrendamento, aluguer, sublocação ou cessão de exploração, total ou parcial, de imóveis, bens móveis e estabelecimentos comerciais, próprios ou de terceiros.

O espaço do número 143A da Rua de São Victor abre ao público apenas quando a programação assim o determina, tendo um cariz semanal tendencialmente. Inclui uma zona de galeria, uma biblioteca comunitária, uma loja de discos e *merchandise*, uma cozinha e bar de apoio aos eventos, áreas de descanso com sofás e bancos, duas casas de banho mistas e sem distinção de género, bem como uma área dedicada a residências artísticas e concertos com capacidade para 100 pessoas. A comunicação é bilíngue (português e inglês) e a receção ao público é feita por uma equipa composta por três a quatro pessoas que fazem o acompanhamento durante todo o evento programado. A equipa da L&L é formada por seis elementos fixos: Bruna Amaral (produção, estando esta função anteriormente alocada a Ângela Abreu e Silva, no início do estágio), José Roberto (produção e agenciamento), Márcio Laranjeira (direção de programação), Joaquim Durães (direção artística), Sara Cunha (comunicação e assessoria de imprensa) e Carolina Ribeiro (comunicação digital) (ver Apêndice A.4)

3.4. Estratégia de comunicação

A comunicação das atividades de programação da Associação do Som do Bonfim apostam na criação de relações de continuidade com a imprensa nacional, assim como de segmentos de conteúdos digitais e físicos que diversifiquem as mensagens propostas pelas criações e artistas, amplificando o alcance de publicações, fidelizando públicos locais e afetando também territórios de proximidade. A estratégia de apresentação do programa tem seguido uma lógica de lançamento trimestral da programação com recurso a contactos *media* (envio de comunicados de imprensa), partilhas em redes sociais (Instagram, Facebook e TikTok), envio de newsletters e distribuição de cartazes na cidade do Porto. Uma estratégia que solidifica o espaço como um lugar de programação regular e posiciona o mesmo nas agendas de espaços a acompanhar tanto

para *media* e líderes de opinião, como para público. Uma vez feito o anúncio geral de cada bloco programático, a comunicação afunila e direciona-se, com a criação de elementos gráficos dedicados que explorem temas relacionados com o trabalho de cada artista, conteúdos multimédia pensados para cada atividade - cruzando formatos de entrevista, *teasers* vídeo ou reportagem fotográfica, assim como momentos de comunicação que - tirando partido das linguagens tendência das respetivas redes - possam criar maior alcance orgânico. A mesma linha de pensamento pauta o trabalho de assessoria de imprensa, com propostas direcionadas de entrevista, apoios *media* e cobertura/reportagem de eventos, permitindo um trabalho complementar tanto na promoção pré-evento como na disseminação da experiência. No plano da publicidade e materiais físicos, o espaço orçamenta um investimento em redes sociais, assim como para a distribuição de cartazes de programação e de uma agenda-desdobrável trimestral por 50 espaços da cidade do Porto. A Associação Som do Bonfim detém uma página de Instagram própria e um website que serve como ponto agregador dos conteúdos, a serem potenciados - nesta fase - por uma aposta de *posts* colaborativos com a casa-mãe, a Lovers & Lollypops, e os próprios artistas. A par disso, serão ainda usadas as páginas de Facebook da L&L e o seu website para a comunicação das atividades da Associação, permitindo assim o reencaminhamento de públicos já existentes. A Associação Som do Bonfim promove ainda o lançamento de *newsletters* regulares para uma base de dados de cerca de 2000 assinantes. Cruzando a comunicação e a programação, a Associação Som do Bonfim, em parceria com a L&L desenvolveu um espaço *online* para o alojamento das gravações de concertos, conversas e outras atividades realizadas no âmbito da Rádio Temporária do Bonfim, um espaço que permitirá alargar o alcance da sua programação a territórios mais vastos, dentro e fora do país

4. Descrição do estágio

4.1. Enquadramento funcional

Na presente secção, procede-se à explicação detalhada de todo o trabalho desenvolvido na L&L. Face ao seu carácter multifuncional, foram delineadas linhas gerais no plano de atividades da empresa, desde o trabalho de produção executiva em ambos os projetos de rádio até à edição, gestão e mapeamento do arquivo da editora. O acompanhamento destas funções foi feito com toda a equipa, em reuniões semanais de produção e comunicação, mas também individualmente — ambos os momentos deram mais tangibilidade ao projeto, bem como à gestão da empresa (*booking*, agenciamento, produção, programação, comunicação e contabilidade). Partindo do calendário de atividades propostas ao programa de estágio, este capítulo subdivide-se em três secções e respetiva análise crítica: dois projetos de acompanhamento e produção de programas de rádio, a Rádio Temporária do Bonfim e a Rádio Intermitente das Fontainhas; organização do arquivo da editora e outras colaborações dentro da empresa, como a catalogação de livros da Biblioteca Comunitária de São Victor e o acompanhamento de eventos multidisciplinares no espaço. No total, foram realizadas 400 horas de estágio.

4.2. Atividades desenvolvidas

O plano de estágio teve como principais objetivos acompanhar e participar na implementação de projetos de rádio comunitária online desenvolvidos pela Lovers & Lollypops, articulando investigação teórica, produção cultural e mediação digital. Procurou-se compreender o papel da rádio independente enquanto ferramenta de programação cultural, de construção de públicos e de mobilização coletiva em espaços alternativos de criação e difusão artística. As atividades desenvolvidas envolveram a preparação técnica e operacional de uma estação de rádio online, incluindo a análise de soluções de *broadcast* e de *podcast*, a organização de uma chamada aberta à comunidade e a gestão de propostas para a elaboração da grelha de programação. O estágio incidiu igualmente na produção e no acompanhamento das emissões da Rádio

Temporária do Bonfim e da Rádio Intermitente das Fontainhas, em colaboração com a Porto Design Biennale, bem como na edição e na disponibilização digital dos conteúdos produzidos. Paralelamente, integrou-se o trabalho de organização, catalogação e mapeamento do arquivo sonoro da editora, com o objetivo de sistematizar conteúdos dispersos e refletir sobre a preservação digital de práticas culturais independentes. O estágio incluiu ainda uma componente de análise crítica e prospetiva, procurando identificar potencialidades futuras para os projetos radiofónicos desenvolvidos e relacionar a experiência prática com os debates teóricos em torno da rádio, da mediação cultural e das plataformas digitais.

4.3. Projetos específicos

4.3.1. Rádio Temporária do Bonfim

A Rádio Temporária do Bonfim tinha como objetivos principais a criação de um espaço efémero de emissão, aberto à participação de diferentes agentes culturais do bairro do Bonfim e áreas circundantes, assim como a sua apresentação ao vivo:

“A Rádio Temporária do Bonfim (RTB) é um projeto experimental que explora o formato rádio como ponto de partida para a construção de uma comunidade. Com uma programação eclética e ancorada no território, a RTB reúne diferentes agentes e práticas, funcionando como um retrato instantâneo da cidade do Porto — das suas dinâmicas, mutações e imaginários. Instalada no n.º 143A da Rua de São Victor, a RTB afirma-se como espaço de criação sónica e performativa, integrando e dialogando com a programação que a envolve. É também um arquivo sonoro vivo, em permanente transformação, cuja transmissão contínua reflete a ideia de que testemunhar um arquivo é reconhecer o seu próprio lugar na história.”, Lovers & Lollypops

Para a operacionalização e ativação da RTB, foi divulgada uma chamada aberta *on-line* para participação, de outubro a dezembro de 2025. Esta chamada foi executada via *Google Forms*, criador de formulários e inquéritos *online*, com os seguintes pedidos de recolha de dados: nome do participante; nome do programa; descrição do programa; género musical / tipo de programa; ligação para portfólio, *mix* ou trabalho anterior (não obrigatório); contacto telefónico e endereço eletrónico; mês de preferência para o programa; pedido de autorização para transmissão *online*. No total, até ao fim de outubro, foram submetidas 50 candidaturas, pelo que foi necessário acomodar no calendário de programação do espaço apenas um número reduzido de propostas. Para esta seleção inicial, foram estabelecidos critérios como qualidade artística e conceptual (definição da proposta), adequação ao local (duração prevista) e viabilidade técnica (necessidades requeridas para a sua execução). Para suprir custos de deslocação/alimentação, estabeleceu-se um pagamento fixo de 25€ por proposta selecionada.

Na fase de pré-produção, foi definido um horário-base para acolher as emissões no espaço: 15h30-18h para montagem técnica e preparação do espaço (serviço de bar e limpeza), 18h15-19h para a introdução ao projeto e testes de som, 19h-21h para a transmissão do programa de rádio, 21h-21h30 para desmontagem e encerramento do espaço (fecho de bar e contas). Este horário preliminar permitiu uma preparação cuidada e uma familiarização inicial com o material técnico necessário, adaptado a cada proposta.

Foi necessário o conhecimento prévio relativo a *software* de *broadcast online*, bem como fundamentos técnicos de edição de som e de montagem para cada emissão. De uma forma geral, a transmissão *online* consistia na disponibilização de um servidor de *streaming* – código informático aberto direcionado para a transmissão áudio e vídeo –, que por sua vez estabelecia ligação com um software codificador de *streaming*, convertendo os sinais áudio em tempo real para um formato digital comprimido e adequado à transmissão. A organização do acervo de programas gravados, carregados e emitidos foi possível a partir da aplicação *cloud-based* Zeno.FM (operada pela empresa de soluções e tecnologias de *streaming*) que permitiu a criação e personalização da

estação de rádio. A partir da plataforma Zeno Tools no plano de subscrição paga *Prime Plan* (com o valor anual de 359,18€), é possível a inscrição de uma estação de rádio, o fornecimento de dados de um servidor Icecast – focado na transmissão áudio –, como o endereço de servidor, porta, nome de utilizador, *password* de montagem e formato de codificação, assim como outras funcionalidades: criação de um *micro-site* associado, gerar um código de inserção *widget* para integração no *website* da editora ou agendamento de gravação de podcasts. O *software* usado para conectar ao servidor foi o BUTT (*“Broadcast Using this Tool”*), disponível gratuitamente e com ferramentas de edição indispensáveis para a qualidade áudio da emissão (como o compressor de banda e equalizador). Da lista inicial de material disponível para a RTB - 2 monitores de estúdio (Kali Audio LP-6), 2 CDJs (Pioneer CDJ-2000), 2 Gira Discos (Technics SL-1210MK2), Mesa de Mistura (Pioneer DJM-A9), 2 Microfones (SE Electronics SM57), 1 PC (Apple Macbook Air 2017), suportes de monitores e cablagem (XLR, XLR-Jack, Main Power Cable, RCA — RCAf, USB-A — USB-B, etc.) - foram feitas adaptações (adição/redução de material, diferentes configurações de *audio routing*) e correções (adição de Interface Antelope Audio Discrete 8 Pro) à medida que se iam realizando transmissões ao vivo.

A apresentação do programa da RTB à equipa de comunicação seguiu uma lógica mensal, sendo necessário o envio de todas as informações do mês seguinte (autores, sinopse e horários) para que a equipa de comunicação avançasse com a criação de elementos gráficos e organização do cronograma com cada anúncio requerido. Na programação mensal, foram produzidos os formatos de publicação de redes, *stories* e cartaz A3; na programação semanal e nos momentos individuais de divulgação, os formatos *post* e *stories* em formato vídeo. A promoção pré-evento também contou com o lançamento de newsletters regulares (com anúncios gerais de blocos programáticos) para a base de dados da editora.

No total, foram realizadas 25 transmissões a partir do espaço de São Victor (ver Anexo A.1.). Numa fase inicial, a Rádio Temporária do Bonfim foi apresentada como um evento autónomo, assente sobretudo na emissão radiofónica ao vivo e de entrada gratuita. Durante o período de atividade da Rádio Temporária do Bonfim registaram-se

11 240 escutas completas e 4 650 endereços IP únicos, correspondendo a um total de 961,48 horas de escuta e a um tempo médio de audição de 5,14 minutos por sessão.

4.3.2. Rádio Intermitente das Fontainhas

A ativação do segundo projeto de rádio decorreu de uma parceria com a Porto Design Biennale (PDB), promovida entre os municípios do Porto e de Matosinhos e organizada pela esad-idea + ESAD Matosinhos. Desde 2019, este evento promove debate em torno da capacidade prospetiva da disciplina do Design e do seu papel na criação de novos paradigmas sociais, políticos, culturais e ambientais, sendo o tema escolhido para o ano de 2025 “O TEMPO É PRESENTE. *Inventar o Comum*”, uma proposta curatorial de Angela Rui que enquadró o design como prática política de construção coletiva do mundo, um convite a reconsiderar a perceção do presente e o potencial do tempo qualitativo, em vez de abordar criticamente a ansiedade da temporalidade moderna.

“Na sua obra Commonwealth, Michael Hardt e Antonio Negri ampliaram a compreensão do Comum para incluir não apenas processos materiais, mas também imateriais, postulando que todas as práticas culturais, desde as artes até às simples saudações diárias, códigos culturais, emoções ou afetos, contribuem para a criação da riqueza comum. Esta perspetiva convida-nos a considerar as práticas culturais como parte de um ecossistema mais amplo de riqueza social partilhada, aprofundando a nossa apreciação dos bens culturais comuns como processos dinâmicos que moldam e são moldados continuamente pelos padrões das nossas interações.”, Ângela Rui

Partindo também da antiga compreensão grega de “*kairos*”, do tempo como o momento ideal em que algo decisivo, transformador e poético pode acontecer, as intervenções da PDB pretendiam mapear o espaço urbano em sete estruturas

facilitadoras da convivialidade e da cocriação. Um desses projetos de ensaio cultural foi “*House Of Echoes*”, uma cápsula sonora na Alameda das Fontainhas, com autoria do artista e arquiteto Didier Fiúza Faustino e curadoria de Eleonora Fedi. Ao reinterpretar um espigueiro do Norte, marco familiar da paisagem portuguesa e um exemplo de arquitetura sem arquiteto, Faustino propôs um espaço que funcionou como estúdio de gravação, escola de música e palco para concertos e *dj sets*. Concebido para incentivar a escuta pública, a experimentação sonora e a renovação urbana, o programa da “*House Of Echoes*” foi ativado através da colaboração com as escolas do Instituto Politécnico do Porto e com direção artística da Lovers & Lollypops. De outubro a dezembro, uma das zonas mais antigas e típicas da cidade, com vista para o Douro, consolidou uma oferta permanente e participativa. A Lovers & Lollypops ativou a Rádio Intermitente das Fontainhas, convidando estruturas e artistas independentes do tecido cultural do Porto — com diferentes graus de proximidade ao território proposto — a usar a rádio *online* para, ao longo de várias sessões, mapear, de forma experimental e necessariamente incompleta, um certo movimento artístico que se tem vindo a desenvolver em redor deste bairro na última década. O programa incluiu seleções musicais, conversas, documentários e colagens sonoras pelos coletivos Epifania e Zamaan, Associação de Estudantes da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Habitação Hoje! e Rádio Temporária do Bonfim.

A estrutura da House of Echoes da Rádio Intermitente das Fontainhas foi desenvolvida em colaboração com a Artworks, empresa sediada na Póvoa de Varzim e especializada em produção técnica, instalação audiovisual e desenvolvimento de soluções multimédia para contextos culturais, performativos e expositivos. Para acomodar as necessidades variáveis das várias emissões do programa (RIF, IPP - ESMAE, ESMAD e ESE) o sistema de áudio foi construído a partir de uma configuração híbrida, adaptada às necessidades variáveis das emissões: para captação sonora e transmissão foram utilizados equipamentos como a mesa de mistura Oxygen 3000 Audio Mixer, microfones Shure SM7 e Rode NT1-A, suportes articulados de mesa, headphones Sennheiser HD-25 e colunas KRK Classic 5. A componente de reprodução incluiu também

leitores Marantz CC 3000, CDs Numark Mixstream Pro+ e uma mesa de mistura Omnitronic TRM-202 MK3.

Para o acompanhamento das emissões da RIF, foi definido um horário-base para acolher as emissões no espaço: 17h-18h para montagem técnica e preparação do espaço, 18h-20h para a transmissão do programa de rádio e 20h-20h30 para desmontagem e encerramento do espaço. No total, foram realizadas 14 transmissões a partir do espaço na Alameda das Fontainhas (ver Anexo A.1.). Durante o período de atividade da Rádio Intermitente das Fontainhas registaram-se 1 040 escutas distribuídas por 396 endereços IP únicos, correspondendo a um total de 118,73 horas de audição e a um tempo médio de escuta de 6,87 minutos por sessão.

4.3.3. Arquivo e grelha de programação

Pela necessidade em mapear o acervo discográfico da editora, assim como residências, concertos, conversas ou programas de rádio feitos nos últimos anos, foi elaborado um documento categorizado e ordenado cronologicamente, totalizando aproximadamente 160 entradas de conteúdos áudio. A aplicação [Zeno.FM](#) permite o arquivo com um armazenamento considerável (até 50 podcasts). No total, foram disponibilizados no *website* 83 conteúdos, distribuídos em 10 *podcasts*, que funcionaram como categorias: Transmissões de São Victor e Rádio Intermitente das Fontainhas (projetos de rádio), Guest Mixes (formatos de *dj sets*), Bootlegs (gravações de concertos), Ciclo de Música Discreta e Diálogo (formatos de conversa), Hiperbórea, Mixing Tales, OMNE, Sociedade de Música Orgânica do Bonfim, SQUARE Radio e The Listening Affect (outros projetos).

A edição, tratamento e masterização de conteúdos destinados à publicação digital foram realizados em ambiente DAW (*Digital Audio Workstation*), recorrendo ao *software* Reaper, através de um método técnico orientado para a uniformização sonora em conformidade com os padrões de distribuição: numa fase inicial, procedia-se à importação e organização multipista de elementos sonoros (quando necessário), removendo silêncios, erros de captação e cortes de emissão, para um ajuste preliminar

de ganhos; depois, era efetuada a normalização dos ficheiros para um valor de referência de -16 LUFS (*Loudness Units relative to Full Scale*), reduzindo, por um lado, discrepâncias de volume perceptíveis ao ouvinte, por outro assegurando os *standards* utilizados na distribuição de *podcasts*; procedia-se depois à estabilização da dinâmica a partir de *plugins* de limitação e controlo de picos de sinal; por fim, os projetos eram renderizados em formato MP3, com uma taxa de compressão de 192kbps e frequência de amostragem de 44,1kHz, e efetuava-se uma verificação destes valores de referência após a edição.

Seguindo modelos de grelhas de programação de *web radios* existentes, pretendeu-se preencher uma emissão de 24 horas, todos os dias. Foi por isso necessário ativar a ferramenta adicional *Automation* no Zeno.fm, que permite, através da integração da interface *web* LibreTime, uma automação na reprodução de conteúdos, uma gestão e agendamento mais pormenorizados e focados em transmissões contínuas. A catalogação dos conteúdos seguiu também a mesma lógica de organização da ferramenta. No formato *podcast*, com reprodução através do website da Lovers & Lollypops (<https://www.loversandlollypops.net/radio>), a Rádio Temporária do Bonfim (RTB) e a Rádio Intermitente das Fontainhas (RIF) registaram um total combinado de 1 173 escutas, correspondendo a 616,1 horas de audição e a um tempo médio de escuta de 60,7 minutos; em termos desagregados, a RTB contabilizou 782 escutas, 399,64 horas de escuta e uma duração média de 60,55 minutos, enquanto a RIF somou 391 escutas, 203,98 horas de audição e uma média de 45 minutos por sessão, evidenciando padrões de escuta prolongada consistentes com o formato de emissão contínua e curatorial dos projetos radiofónicos.

4.3.4. Biblioteca Comunitária de São Victor e outras atividades

O espaço da L&L acomoda também um espaço dedicado à leitura, uma biblioteca que inclui várias revistas, romances, livros de ciências políticas e sociais, de viagens, banda desenhada, etc. Foram catalogados 353 livros no total, a partir de um documento *Google Sheets* com um motor de pesquisa baseado no identificador ISBN (*International Standard Book Number*), espólio que pode ser consultado a partir do seguinte [link](#).

Posteriormente, foi analisado o regulamento da Biblioteca Comunitária da Cooperativa Integral Cesta, instalada no Túnel (espaço autogerido na zona de Campanhã) para delinear pontos-chave de gestão do acervo – inscrição, requisições, devoluções, extravio/danos, doações e empréstimos, etc.

Foi feito um acompanhamento em 17 eventos no espaço e de 1 evento no Understage (Teatro Municipal do Porto - Rivoli), para além das emissões de ambos os projetos de rádio descritos, envolvendo tarefas de montagem técnica e preparação do espaço, limpeza, serviço de bar, bilheteira e venda de *merchandise*.

5. Análise crítica e reflexiva

5.1. O trabalho cultural independente

Nos últimos 20 anos, a Lovers & Lollypops tornou-se um dos pontos de conexão europeus mais vitais da cultura *DIY* e um “vulto completamente incontornável da cultura alternativa portuguesa” (Nuno Rodrigues, como citado em Portulez, 2017), sendo de extrema relevância perceber como a tentativa e os processos inventados para suprir lacunas, ao serem expostos e compartilhados, constroem identidades e vínculos sociais muito particulares.

Como é que a partir de uma prática imprevisível e não arbitrária de trabalhar com música alternativa, existe uma “deslocação do centro de gravidade do *logos* e do *ethos* para o *pathos*” (Martins, 2015, p.348), onde se dá a materialização de afetos e ligações, “acordos não verbais”, e se fixa um imaginário “na origem do sistema dos traços distintivos que é levado a ser percebido como uma expressão sistemática de uma classe particular de condições de existência, (...) como um estilo distintivo de vida” (Bourdieu, 2006, p.166). Num contexto económico precarizado e com recursos limitados, a L&L inicia a sua atividade em Barcelos com a produção de festivais de música. O seu local de formação é uma condição criativa, uma vez que a ausência de infraestrutura cultural estabelecida e falta de apoio do poder público “obrigam” uma lógica *DIY* genuína e menos performativa, de inovação e avanço estético, um “verdadeiro efeito de “dominó”

que criaram, em que toda uma economia cultural se gerou à volta de uns rapazes que perceberam que havia outras coisas cá em cima que se podiam fazer, outros géneros musicais” (Nuno Rodrigues, como citado em Portulez, 2017).

Nos festivais, eventos específicos das cenas translocais (Bennet e Peterson, 2004), procura-se gerar criatividade e produtividade pela proximidade de serviços ligados à música e, assim, um meio de distinção e competição social e económica (Guerra, 2022). Segundo Márcio Laranjeira, a procura de abranger mais públicos “acaba por ser um processo também muito orgânico, em que as coisas acontecem de uma forma às vezes não muito planeada, é mais reativo do que planeado, e esta relação com os artistas e com o trabalho que eles fazem é sempre algo que acaba por beber muito dessa ideia de tentar criar sempre um contexto em que aquele artista possa ser auscultado pelo maior número de pessoas possível” (Márcio Laranjeira, maio de 2026).

Importa também destacar a diversidade de géneros e estilos musicais editados pela L&L, cuja marca identitária e aspiração assentam nessa flexibilidade e na não-categorização, bem como numa linguagem e num discurso estruturados e profissionalizados que influenciaram diretamente outros selos, como a Revolve (Guimarães), a Omnichord Records (Leiria) e a Zigur Artists (Lamego) (Moura, 2018). O seu impulso pioneiro em “registar um dos momentos mais entusiasmantes da produção musical em Portugal, aliado a artistas e agentes de outras nacionalidades (...), fazer com que toda esta música seja conhecida e reconhecida pelo maior número de pessoas possíveis”, modernizou uma postura amadora de execução com conhecimento dos mecanismos de promoção e características de mercado. A criação de uma plataforma de documentação, uma possibilidade para os artistas independentes, que no contexto atual do *streaming* se exigem “autossuficientes” e “multifuncionais”, consegue criar condições para que a sua capacidade criativa se desenvolva livremente, e uma rede de credibilidade que impacta os modos de consumo: a compra de um disco, cassette ou *merchandise* da editora reconfigura a relação compra-venda formal de mercado, caracterizando-se por “fidelidade e noção de conexão” (Reynolds, 2006, p.30). O acompanhamento que a L&L faz com os artistas engloba todas as vertentes das suas carreiras, sem necessidade de contratos assinados, uma vez que uma das bases do seu

modelo de gestão assenta numa conexão sólida, valores afetivos, no apoio mútuo e na confiança de ambas as partes — valores que se sublinham com a distribuição a nível nacional ser feita por contacto direto com os parceiros, preservando afinidades, bem como a entrega em mão de edições físicas na cidade do Porto; assim como com a saída de toda a música da editora da plataforma Spotify em 2025, uma decisão que “não foi unilateral, falamos com todos os artistas e a maior parte deles, uma grande maioria, noventa por cento concordou, alguns artistas já nos tinham requerido fazer isso”, como avança Joaquim Durães., explorando também a ideia da dependência enquanto estrutura independente: “enquanto dependermos sempre de megaplataformas e empresas gigantes para desenvolver o nosso trabalho, que é independente, experimental e exploratório, cada vez mais há dúvidas se será independente ao ponto de continuarmos a depender das plataformas. Mas pelo menos, já há uma problematização desse aspeto, já é um começo” (Joaquim Durães, maio de 2026).

Progressivamente, foi sendo possível compreender a multiplicidade de áreas de atuação da L&L, assim como algumas dinâmicas estruturais do setor cultural independente, como a circularidade e o cruzamento de funções dentro da empresa e a coexistência entre momentos formais/informais na discussão e tomada de decisões. Como Joaquim Durães declara em entrevista, “isso é visível no nosso espaço, onde assumimos todas as dimensões do processo: da programação à produção, da cozinha à limpeza, da bilheteira ao bar e à segurança. Atravessamos de ponta a ponta todas as fases da produção de um concerto.” (Irreversível, 2026). Na base da cooperação e do envolvimento diletante, a programação num espaço físico de trabalho e apresentação de concertos e residências, escutas assistidas, sessões de leitura e, ultimamente, de exposição e transmissão de programas de rádio, representa parte desse universo estético de pertença. Esta oferta no espaço segue também uma opção de horário distinta das restantes salas de espetáculo, mantendo um horário de abertura das 18h-21h, como explicam “é um formato muito prático para nós, é o nosso local de trabalho, é um horário que vai de encontro às nossas vidas, é um horário que achamos que exploramos dentro da lógica da cidade e que acabou por dar uma oferta diferente ao que já existe” (Márcio Laranjeira, maio de 2026).

Conforme referido por Oliveira (2020), a música tem um papel significativo nos discursos neoliberais sobre as cidades, sendo discutida em contextos como economia criativa, planeamento e revitalização de áreas urbanas, construção de imagem, marketing territorial e turismo. No entanto, a conceção “não-lucrativa” que o poder público confere ao setor criativo impede, em grande parte, a possibilidade de investimentos em microempresas como a L&L. Enquanto promotora de concertos em salas externas, esta precariedade “fazia com que fazer concertos fosse um muito mau negócio, (...) colocávamos de lado promover espetáculos com os artistas que nós gostávamos, não era a valorização do artista que estava em causa, era mesmo saber que íamos perder dinheiro” (Márcio Laranjeira, maio de 2026). Para além deste novo modelo de espaço físico permitir a sua longevidade ao gerar receitas adicionais, serve também de sede para a associação cultural Som do Bonfim, uma estrutura que garante elegibilidade para apoios institucionais e financiamento público. Relativamente às relações institucionais, Joaquim Durães acrescenta que “são necessárias, porque todos sabemos que a venda de discos é cada vez menor, o poder de compra é cada vez menor, e portanto o nosso nicho de mercado não é de massas, e essas pessoas não têm poder de compra capaz de pagar preços mais avultados. Portanto, a única forma de conseguirmos essa sustentabilidade financeira e saúde orçamental é, por um lado, o estabelecimento de relações institucionais, e por outro, ir à procura desses apoios, por via de candidaturas, não vou esconder que é um processo muito desgastante, tens que reativar a cada ano, ou de dois em dois anos, é complicado porque sentes que passas o tempo ou a fazer candidaturas, ou a escrever relatórios para essas candidaturas, é importante ter um equilíbrio. E pelo facto de termos um espaço para concertos, podemos só fazer concertos porque sim, porque queremos e temos vontade, porque podemos fazer as coisas de um dia para o outro. E essa liberdade é muito importante na vida de uma promotora ou editora independente” (Joaquim Durães, maio de 2026).

Como refere Hennion (2011), a novidade não existe na execução pública de atividades artísticas, mas sim na “ascensão do amador, do espectador, um público “focado” (...), uma nova competência, lentamente e minuciosamente elaborada através dos dispositivos, das práticas, dos objetos, dos repertórios e de novos formatos sociais,

produzindo novas sensibilidades individuais e coletivas e, antes mesmo disso, produzindo simplesmente novas capacidades auditivas e uma nova atenção”. A novidade traduzida em propostas da programação recebe público no espaço também por essa fidelidade e disposição, como Márcio Laranjeira refere “cria-se uma relação muito especial da comunidade com o espaço, mesmo nestes concertos que fazemos, alguns que são mais frágeis e que são apostas, com uma capacidade de captar público mais reduzida, (...) acaba às vezes por funcionar melhor do que se fizéssemos as coisas noutro lugar, as pessoas é que estão a criar um hábito de descoberta do espaço” (Márcio Laranjeira, maio de 2026). Verificou-se no espaço uma afluência maioritária nas faixas etárias entre 25-35 anos e 35-50 anos, como também, pontualmente, jovens entre 18-25 anos. Esta distribuição por idades justifica-se principalmente pelo capital simbólico que a editora criou nos seus primeiros anos de atividade, pela essência do fenómeno *underground*, que, citando Guerra, representa “a estética do quotidiano em contextos culturais relacionados com a juventude” (2017, p.288). Todas as idiossincrasias e noções de localidade e localização, que remetem à agitação e profissionalização da cena musical alternativa do Norte, consolidaram um público que frequenta e convive no espaço e que, por sua vez, induz o reconhecimento, por parte de outros agentes, do valor inerente a essa propriedade. Reconhece-se também, a partir do cruzamento de vários públicos, a procura da editora por aproximar esse mundo a mais audiências e por ampliar o seu raio de alcance. Com eventos como “Estudo do Meio: Encontro de Inverno” (15 de março de 2026), que marcou o início da atividade editorial do coletivo bracarense “Estudo do Meio” focado nas sonoridades *ambient* e eletrónica, ou a 15ª edição da Apuros (9 de maio de 2025), formato itinerante de apresentação de música ao vivo na cidade do Porto, constatamos que este trabalho de democratização se assinala como um “farol” para outros projetos.

5.2. Rádio como projeto situado

Numa fase inicial, foi introduzido o projeto da Rádio Temporária do Bonfim, desde a sua génese às possíveis potencialidades que poderiam concretizar-se. O conceito da RTB nasce durante a pandemia, em 2020, após a criação de um modelo de funcionamento que permitisse a criação de um espaço de colaboração e atuação durante o confinamento. A partir da criação de conteúdos, edições e programas de autor, surgiu o Clube L&L, um grupo informal de artistas que, de alguma forma, se conectava à editora. Pela imposição de uma nova realidade que afetou todo o ecossistema cultural do Porto, o espírito colaborativo e experimentalista ganhava um novo espaço de difusão e amplificação que partiu do Patreon, plataforma de subscrições pagas, para o formato ao vivo, continuando a serem transmitidas *online* para um universo mais alargado de públicos, através da RTB, uma rádio comunitária construída a partir do Bonfim em correlação com a cidade e aberta ao mundo, desafiando novos conceitos de pertença e identificação. A partir de um espaço físico, a rádio poderia desenvolver-se e acolher diferentes anfitriões para gravar e transmitir em contacto direto com o público que assiste e intervém nos programas. A primeira emissão da Rádio Temporária do Bonfim – “um projeto de emissão radiofónica que mistura a dimensão livre com a transmissão online e que pretende ativar-se ao lado de eventos, acontecimentos e histórias que marcam a vida na zona da cidade” – aconteceu entre 1 e 5 de outubro de 2022, sob o nome “Hiperbórea”, que lançava o projeto para o éter com emissões de 4 horas transmitidas ao vivo a partir do espaço, com entrada livre, incluindo *dj sets* e conversas com os dez criadores envolvidos. Esta primeira materialização do projeto pretendia “repensar formatos, desconstruir fórmulas e desenhar potencialidades narrativas e comunicacionais para um dos mais antigos meios de comunicação das sociedades humanas”. Ao longo de nove meses, organizados em duplas, dez artistas usaram locais independentes da cidade como oficinas de trabalho onde exploraram as fronteiras do som e da rádio, dando-lhes novas formas com o uso de *soundscapes*, peças *spoken word*, *found sound* ou formas inovadoras de aproximação à ficção e ao documentário, “tendo como base de inspiração ideias, histórias e conceitos explorados na “Guerra dos

Mundos” (1898) de H.G. Wells ou nos escritos de Ursula K. Le Guin, Philip K. Dick, J.G. Ballard e Hakim Bey” (Descla, 2022). A partir destas referências de literatura ficcional norte americana, que conduziram a uma revolução no cruzamento de arte e tecnologia e a explorações satíricas das possibilidades acústicas, estéticas e políticas que o formato rádio promovia (enquanto se desenvolvia), entendemos o contexto e pertinência da exploração de fronteiras sonoras proposta pela L&L. O debate sobre as tensões que existiam na produção de narrativas (factuais ou ficcionais), da ilusão coordenada que era possível atingir (como o caso da adaptação de H.G. Wells por Orson Wells, em 1933 na CBS Radio, da histeria pública que se gerou por parte dos ouvintes), ou das modalidades de tradução visual (mental) de performance por parte dos ouvintes, o projeto de inauguração da RTB procurava refletir sobre a extensão inimaginável da expressão acústica, a *“absolute radio art”*, como refere Kurt Weill (1925: 1627).

Se, para Werner Klippert (2005), a rádio tradicional é “som e sentido”, da conjugação das novas linguagens audiovisuais e da capacidade de criar espaços de intimidade, é possível admitirmos uma nova concepção estética que envolva sensorialmente o ouvinte e, com ele, crie um vínculo afetivo intenso e duradouro. Uma cumplicidade que pode, ela própria, funcionar como estímulo à criação e à participação. A partir das primeiras emissões da RTB, surge três anos depois num formato de chamada aberta à comunidade. Relativamente à emergência dos novos formatos de rádio comunitária, Márcio Laranjeira acrescenta: “acho que muito deste sucesso destas novas propostas tem a ver com isto de voltar a humanizar: a rádio voltar a colocar pessoas, a dar a cara, programas de autor... Principalmente num universo como o que temos agora, é que o acesso é tão fácil, de repente a ideia do curador, da pessoa que seleciona e passa informação, começa a surgir outra vez para alguns ciclos, não para todos, como uma coisa importante, alguém que ajuda a filtrar, que indica, que ajuda a encontrar um caminho (...). É uma experiência que também é um bocado paralela ao espaço, a nível da própria regularidade e crescimento, acaba por criar aqui outra plataforma que queremos desenvolver ainda mais, e que seja outro lugar de encontro e partilha” (Márcio Laranjeira, maio de 2026).

Recuperemos os conceitos relacionados com a condição participativa nos *media* digitais. Entre as características herdadas do seu formato inicial, a RTB manteria uma natureza temporária como elemento estruturante, permitindo mais intensidade fora de lógicas institucionais de disponibilidade permanente – o reintroduzir momentos de descontinuidade, de *slow radio* (Lacey, 2023) e de acontecimento numa temporalidade limitada, o projeto consegue situar-se contra a colonização do tempo 24/7 (Crary, 2013) e de uma rádio “*always-on*”. Relativamente a práticas de escuta num contexto hiperestimulado, os programas ao vivo pretendiam apresentar ao ouvinte uma possibilidade de escuta ativa, de atenção e de preservação do conceito de “tempo”, não de imersão em modos contemplativos de *mindfulness*, mas sim um distanciamento de formas convencionais de apresentação (Stiegler, 2010). Também muito presente neste formato, a ideia de criação de uma sensibilidade coletiva emergente a partir de práticas alternativas consolida uma *structure of feeling* (Williams, 1977), uma partilha de valores, familiaridade e proximidade, como refere Joaquim Durães, “a *open call* que fizemos o ano passado é testemunha de uma vontade das pessoas fazerem rádio, e outra da rádio ser este lugar multidisciplinar e de cruzamento de linguagens artísticas, de ideias, de palavras. A editora, apesar do seu vasto leque musical, tem uma curadoria específica de algumas pessoas, a rádio pode ser muito mais que isso, pode ser um terreno muito mais vasto do que a editora” (Joaquim Durães, maio de 2026).

As primeiras sessões da Rádio Temporária do Bonfim revelaram uma adesão presencial reduzida, registando-se uma afluência de 5 a 10 pessoas nas emissões iniciais, evidenciando as dificuldades de mobilização de público em torno de um formato ainda pouco consolidado. Perante esta limitação, optou-se por integrar progressivamente as transmissões na restante programação da L&L, articulando o formato de rádio ao vivo com concertos e eventos já previstos para o espaço. Esta estratégia permitiu associar as emissões a dinâmicas de circulação de público previamente estabelecidas, reforçando simultaneamente a visibilidade do projeto e a dimensão performativa e social da rádio. Para além do disposto, analisando estatísticas e métricas de audiência a partir do Zeno.fm - nº de sessões, IPs, distribuição geográfica dos ouvintes - é possível demonstrar

a capacidade do projeto de alcançar uma audiência digital diversificada, apesar da sua natureza temporária.

Regressando aos tipos de interação defendidos por Thompson, verifica-se uma importante qualificação nos modos mediados de interação, que é a sua inerente inserção em organizações sociais e estruturadas: o *face a face* acontece sempre nestes contextos, assim como uma mediação desenvolvida, controlada e disponibilizada pelos seus meios de comunicação. Neste contexto social, podemos também estender a distinção de “região frontal” e “região de fundo” de Goffman para estruturar a ação ao nível dos públicos: a *região frontal* como uma estrutura interativa de palco envolvendo suposições e convenções que adaptam o comportamento do indivíduo; a *região de fundo*, os bastidores onde o indivíduo não monitoriza as suas ações e expressões com o mesmo nível de reflexividade. Caraterizamos por isso um sistema híbrido para a RTB, em que o fluxo de informações é bidirecional entre *website* e indivíduos em rede, ao contrário do modelo de *streaming* de plataforma, com uma pluralidade de recetores, de quase-interação mediada em processos diferentes das atividades de *gatekeeping* dos *media* tradicionais, baseados numa lógica algorítmica que “utiliza escolhas processadas e dados acumulados para automatizar uma aproximação ao julgamento humano (...), distinta do tipo de lógica editorial que envolve as escolhas de especialistas pertencentes às organizações que reivindicam uma determinada autoridade cultural” (Gillespie, 2014).

5.3. Participação, território e construção de públicos

A continuidade de ambos os projetos de rádio, assim como o apoio em vários eventos no espaço da L&L, envolveram desde o início um contacto e articulação com diferentes intervenientes e uma capacidade de adaptação a vários contextos, frequentemente informais. Esta rede de afetos é visível em bastantes projetos do espólio da editora, assim como em eventos pontuais como o Perímetro, feira de autogestão e edição independente que reúne vários coletivos/estruturas que partilham a geografia do

Bonfim, mas também um conjunto de práticas muito alinhadas com o espaço de acolhimento.

No contexto da Porto Design Biennale, a disciplina do design não era apresentada como uma prática orientada para o futuro ou para a resolução de problemas, nem como um laboratório crítico, mas sim como um envolvimento ativo, contínuo e concreto com a materialidade do presente, onde a capacidade coletiva de moldar relações sistêmicas se torna tanto um meio como um tema – uma função reparadora de espaços. Todas as emissões da RIF percorreram temáticas prementes da atualidade, como a discriminação racial e a sustentabilidade de artistas e produtores afro-diaspóricos (Coletivo Epifania), o direito a uma educação artística pública de qualidade e inclusiva (AEFBAUP), o ativismo e a amplificação de artistas multidisciplinares árabes, BIPOC, *queer* e migrantes da região SWANA (Saya Mohamed, Zamaan), a luta pela conquista popular do direito à habitação e à cidade (Habitação Hoje!). Como refere Márcio Laranjeira, todos alimentaram o projeto “com visões sobre a cidade, sobre a arte, sobre o seu trabalho, bastante diferentes, mas também complementares, o que acaba por dar uma visão muito plural do estado da arte da cidade, dos circuitos artísticos, das preocupações, do que é hoje em dia o Porto com toda a sua gente e toda a sua dinâmica.” (Márcio Laranjeira, maio de 2026)

O contributo da Artworks revelou-se também fundamental para a operacionalização da infraestrutura sonora e informática do projeto, assegurando a integração entre os equipamentos de captação, transmissão e difusão sonora no espaço. Apesar do disposto, a concretização da RIF revelou-se limitativa não pelo projeto de intervenção visual, nem pelos recursos, mas pela mobilização de público *in situ*. A fraca mediação social, aliada a uma parca divulgação das transmissões (em parte, relacionada com a extensão do programa geral da PDB), contribui para que este projeto surgisse descontextualizado na paisagem – o próprio local respondeu com desagrado e resistência à “imposição” da estrutura, que foi progressivamente sendo grafitada (e limpa) –, contrariando a sua premissa inicial de “lições temporais sobre como habitar e organizar a vida coletiva de formas alternativas”. A utilização de elementos complementares, como iluminação “ON AIR”, e a ausência de colunas para o exterior da

cápsula contribuíram igualmente para a construção de um ambiente performativo meramente encenado, não produzindo valor cultural efetivo, como sublinha Joaquim Durães: “sabemos que aquilo era um objeto alienígena, mas acima de tudo, projetos deste tipo precisam de mais do que seis meses de implementação, precisam de mais do que uma ativação semanal. Para esses corpos serem aceites, precisam de um trabalho mais a fundo, e insistente, para realmente chegar ao objetivo que foi proposto” (Joaquim Durães, maio de 2026). A falta de contextualização limitou o projeto a um circuito mais fechado. “We need to think about who inhabits this space and who does not, how they do so and how they do not, and above all, how the space might be rendered more open and inclusive in the form envisaged by Habermas and his followers. In short, when thinking about the public sphere, we need to examine the structural issues of access, participation and communication, together with the agency of civic and state actors in this regard.” (Niamh *et al.*, 2017)

5.4. Arquivo: memória *versus* efemeridade

A documentação e arquivo no setor independente, potenciados pelas possibilidades do meio digital e *online*, consegue dar pistas para a posterioridade, mas também alavancar outras iniciativas de programação no espaço. Existia por isso, uma intenção de proceder a um arquivo continuado e sistematizado, com um cuidado da editora em recolher gravações de concertos, conversas e outros momentos do seu percurso. Joaquim Durães acrescenta que “se olharmos para o nosso catálogo que são mais de cento e cinquenta edições, pela linha a nível de linguagem musical e artística, diria que é um trabalho hercúleo encontrar pontos comum entre todos os artistas. Mas se olharmos para isso enquanto um projeto de investigação e de pesquisa que temos feito, de artistas e música feita num contexto particular, num tempo do mundo também particular, sinto que se alguém pegar no nosso catálogo daqui a cem anos, poderá de alguma forma sentir um pouco o que era a vida no século XXI, isso é uma aspiração que acho interessante, da editora enquanto arquivo vivo sonoro, enquanto plataforma de documentação, não só enquanto um meio para vender discos” (Joaquim Durães, maio

de 2026). Dado o caráter informal e participativo com que eram feitas estas gravações, deparamo-nos com uma desorganização nos conteúdos disponíveis e com uma ausência efetiva de cerca de metade dos listados inicialmente, o que dificultou o trabalho de recolha e documentação, ficando incompleto no fim do plano de estágio. A materialização deste arquivo na grelha de programação da RTB, assim como a disponibilização no website, convoca duas maneiras distintas de explorar o arquivo: de livre-arbítrio para quem quiser escutar os programas disponíveis, ou de escuta contínua da transmissão e de um alinhamento selecionado pela editora. Documentar a performance audiovisual ao vivo tem como finalidade mostrar excertos do trabalho dos artistas, com profundidade suficiente para que possam ser documentos descritivos de manifestações artísticas. Partindo de momentos informais, sem materialidade, a sua reprodução fiel é impossível, pelo que estes documentos são apenas “um estímulo à memória, um encorajamento à memória para se tornar presente (Phelan, 1996, p.146), não se preocupam exclusivamente com a efemeridade da performance, mas sim em formar um contexto para o conjunto de práticas, para a sua identidade e solidez. Esta identificação holística deverá ser, por isso, um objeto de documentação para a visibilidade destas práticas, evidenciando a multiplicidade de aproximações, compreendendo cada momento como resultante de um processo criativo, oferecendo possibilidades da variação através da disseminação e expandindo possibilidades de diálogos interdisciplinares, desde desafios a mudanças das práticas desenvolvidas.

6. Considerações finais

Este relatório de estágio teve como propósito compreender os formatos de rádio comunitária que operam na esfera pública a partir do *online*, e das suas formas específicas de envolvimento com o território e comunidades. Partindo da implementação e acompanhamento da Rádio Temporária do Bonfim, decorrente de um estágio na Lovers & Lollypops, adotou-se uma metodologia de observação participante e a realização de entrevistas semiestruturadas, que se propuseram a analisar o trabalho desta organização, escolhida para entidade de acolhimento pela sua importância no setor independente em Portugal. Relativamente ao plano de atividades proposto, foi possível delinear linhas prioritárias com autonomia, dialogando constantemente com a equipa e recebendo apoio em várias vertentes do projeto, desde a preparação e edição técnica a trabalho de produção em todos os eventos envolvidos.

Foi também possível relacionar o debate teórico em torno da rádio, de plataformas e de comunicação digital, com o trabalho realizado. Conseguimos presenciar as dinâmicas associadas à implementação dos projetos, assim como a relação e formação de públicos respetivos. Ambos os projetos de rádio revelaram particularidades no contexto em que se inserira: na Rádio Temporária do Bonfim, existia uma ligação muito clara ao espaço, ligada à história, atividade e programação regular da editora, o que foi decisivo na sua ativação; na Rádio Intermitente das Fontaínhas, a mediação do projeto não permitiu a sua inserção no espaço envolvente, dificultando a adesão por parte do público. De sublinhar os valores de presença no digital, tanto a audiência na transmissão em direto, como a que explora o arquivo no website. Sendo um projeto de escala reduzida, estes valores demonstraram também níveis de permanência e envolvimento consistentes com o carácter experimental e localizado da iniciativa.

Entre os aspetos a melhorar, centramo-nos em necessidades e melhorias técnicas. As várias configurações usadas revelaram não só uma complexidade técnica elevada, pela procura de qualidade sonora que economizasse trabalho de edição, mas também uma portabilidade reduzida, pela quantidade de material necessário para cada

emissão. Atualmente, existem muitas alternativas de interfaces áudio que poderão ser uma melhoria consistente para a RTB, que facilitarão também a elaboração de programas, por parte dos participantes. Para além do disposto, a integração do *software* Zeno.fm no *website* falhou pontualmente, diminuindo a acessibilidade, nomeadamente na atualização do *player* da transmissão embebido na página da L&L, e dificultando a experiência do utilizador, que não conseguiu visualizar a indicação de transmissão em direto ou calendarização das emissões.

Em suma, este programa de estágio revelou-se uma fonte de conhecimento, de *soft skills* muito valorizadas no meio cultural e de dinâmicas muito particulares de interação, conceção e acompanhamento em projetos no setor independente e autogerido.

Referências Bibliográficas

- Ala-Fossi, M., Lax, S., O'Neill, B., Jauert, P., & Shaw, H. (2008). The future of radio is still digital – But which one? Expert perspectives and future scenarios for radio media in 2015. *Journal of Radio & Audio Media*, 15(1), 4–28.
<https://doi.org/10.1080/19376520801971337>
- Anderson, S. (2025, December 18). No more ghosts, please: On taste and NTS Radio as an antidote to AI slop. 032c. <https://magazine.032c.com/magazine/no-more-ghosts-please-on-taste-and-nts-radio-as-an-antidote-to-ai-slop>
- Atkinson, P., & Hammersley, M. (1994). Ethnography and participant observation. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 248–261). Sage.
- Barney, D., Coleman, G., Ross, C., Sterne, J., & Tembeck, T. (Eds.). (2016). *The participatory condition in the digital age*. University of Minnesota Press.
- Bennett, A., & Peterson, R. A. (2004). *Music scenes: Local, translocal and virtual*. Vanderbilt University Press.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (2006). *A distinção: A crítica social do julgamento*. Edusp.
- Bruck, M. S. (2004). O suporte sonoro e as novas mediações. In XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre, Brasil.
- Cardoso, G. (2006). As rádios portuguesas e o desafio do (on) line. OberCom Working Report. <http://www.obercom.pt/content/254.np3>
- Carpentier, N. (2017). *Media e participação*. Media XXI.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Cativo, L. (2025, September 9). 20 anos de Lovers & Lollypops: “Um exercício constante de experimentação e reinvenção”. *Rimas e Batidas*.
<https://www.rimasebatidas.pt/20-anos-de-lovers-lollypops-um-exercicio-constante-de-experimentacao-e-reinvencao/>
- Coleman, R. (2018). Theorising the present: Digital media, pre-emergence and infra-structures of feeling. *Cultural Studies*, 32(4), 600–622.

- Crary, J. (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Verso.
- Dean, J. (2009). *Democracy and other neoliberal fantasies*. Duke University Press.
- Downing, J. (2001). *Radical media: Rebellious communications and social movements*. Sage.
- Gaynor, N., & O'Brien, A. (2017). Community radio, democratic participation and the public sphere. *Irish Journal of Sociology*, 25, 29–47.
<https://doi.org/10.7227/IJS.0002>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–193). MIT Press.
- Girard, Bruce (2002). *Radio apasionados – experiencias de radio comunitária em el mundo*. Disponível em: www.comunica.org/apasionados.
- Goffman, E. (1969). *The presentation of self in everyday life*. Penguin.
- Guerra, P. (2017). A canção ainda é uma arma: Ensaio sobre as identidades na sociedade portuguesa em tempos de crise. In F. de Assis Souza Nascimento, J. C. Silva, & R. Ferreira da Silva (Orgs.), *História e arte: Teatro, cinema, literatura* (p. 332). EDUFPI.
- Guerra, P. (2022). House of golden records: Portugal's independent record stores (1998–2020). *Societies*, 12(6), 188. <https://doi.org/10.3390/soc12060188>
- Guerra, P. & Silva, A. S. (2015). Music and more than music: The approach to difference and identity in the Portuguese punk . *European Journal of Cultural Studies* 207–223. <https://doi.org/10.1177/1367549414563294>
- Habermas, J. (1987). *Theory of communicative action: Volume 2*. Beacon Press.
- Hennion, A. (2011). Pragmática do gosto. *Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, 8, 253–277.
- Hilmes, M. (2002). Rethinking radio. In M. Hilmes & J. Loviglio (Eds.), *Radio reader: Essays in the cultural history of radio* (pp. 1–20). Routledge.
<https://www.worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Commentary/Radio-Reader-Hilmes-Loviglio-2002.pdf>

- Irreversível. (2026, February 11). 20 anos de Lovers & Lollypops | Entrevista.
<https://irreversivel.pt/20-anos-de-lovers-lollypops-entrevista/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Lacey, K. (2023). Slow radio, easy listening and the ethics of care. In *The Listening Biennial Reader* (2nd ed., pp. 95–116). The Listening Biennial.
- Lazarsfeld, P. F. (1944). The election is over. *Public Opinion Quarterly*, 8(3), 317–330.
<https://doi.org/10.1086/265692>
- Lewis, P. M., & Booth, J. (1989). *The invisible medium: Public, commercial and community radio*. Bloomsbury Publishing.
- Lunden, I. (2017, May 18). Spotify buys AI startup Niland. TechCrunch.
<https://techcrunch.com/2017/05/18/spotify-buys-ai-startup-niland/>
- Martins, M. L. (2015). Os estudos culturais como novas humanidades. *Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of Cultural Studies*, 3(1), 341–361.
<http://hdl.handle.net/1822/40655>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage.
- Moura, L. A. B. (2018). “Fado canibal”: A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982–2017) [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. RepositóriUM.
- OBERCOM. (2009). *Barómetro: Media e comunicação: Tendências 2008/2009*. Observatório da Comunicação. <https://www.obercom.pt/barometro-media-e-comunicacao-tendencias-20082009/>
- Oliveira, A. (2020). *Do it together again: Redes, fluxos e espaços na construção de carreiras na cena independente portuguesa* [Tese de doutoramento, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa].
- Oliveira, P. V. (2025, 11 de setembro). 20 anos de Lovers & Lollypops. A entrevista. Global News Portugal. <https://globalnews.pt/cultura/20-anos-de-lovers-lollypops-a-entrevista/>
- O'Neill, B., Jauert, P., Ala-Fossi, M., Nyre, L., Lax, S., & Shaw, H. (2010). *Digital radio in Europe: Technologies, industries and cultures*. Intellect.

- Paula, P. (2012). Comunicação para o desenvolvimento: novo paradigma de intervenção comunitária. Rádios comunitárias da Guiné Bissau e de Moçambique. Lisboa: CIES-IUL – Centro de Investigação e Estudos em Sociologia, do Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/4266/1/CIES_WP133_Paula.pdf
- Pelly, L. (2025). Mood machine: The rise of Spotify and the costs of the perfect playlist. Atria/One Signal Publishers.
- Phelan, Peggy (1996) – Unmarked: The Politics of Performance. London and New York: Routledge. ISBN 0-415-06822-3.
- Portulez, R. (2017). I love my label – A edição independente em Portugal. RTP. https://media.rtp.pt/antena3/ver_tax/i-love-my-label/
- Reynolds, S. (2006). Beijar o céu. Conrad Editora do Brasil.
- Silverstone, R. (2007). Media and morality: On the rise of the mediapolis. Polity Press.
- SME. (2021, February 1). Sony Music Entertainment to acquire AWAL and Kobalt Neighbouring Rights. <https://www.sonymusic.com/sonymusic/sme-to-acquire-awal/>
- Stiegler, B. (2010). Taking care of youth and the generations (S. Barker, Trans.). Stanford University Press.
- Swedish Radio and TV Authority. (2008). The future of radio: Final report. https://www.worlddab.org/system/news/documents/000/000/537/original/The_future_of_radio.pdf?1586190684
- Thompson, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. MATRIZES, 12(3), 17–44. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>
- Time Out Lisboa. (2024, February 21). Nem FM nem AM. As rádios comunitárias tocam DIY. <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/noticias/nem-fm-nem-am-as-radios-comunitarias-tocam-diy-022124>

Anexos

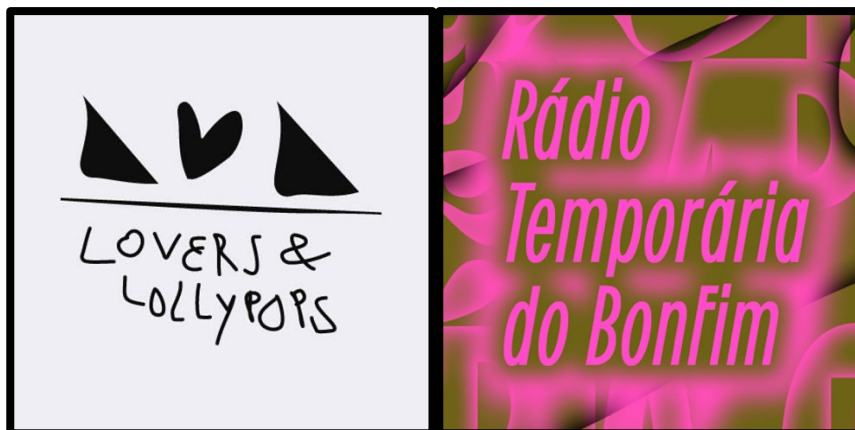


Fig. 1 e 2 – Logótipos da Lovers & Lollypops e Rádio Temporária do Bonfim



Fig. 3 e 4 – Imagens gráficas (divulgação mensal e pontual) da programação no espaço



Fig. 4 e 5 – Imagens gráficas de programas da Rádio Temporária do Bonfim

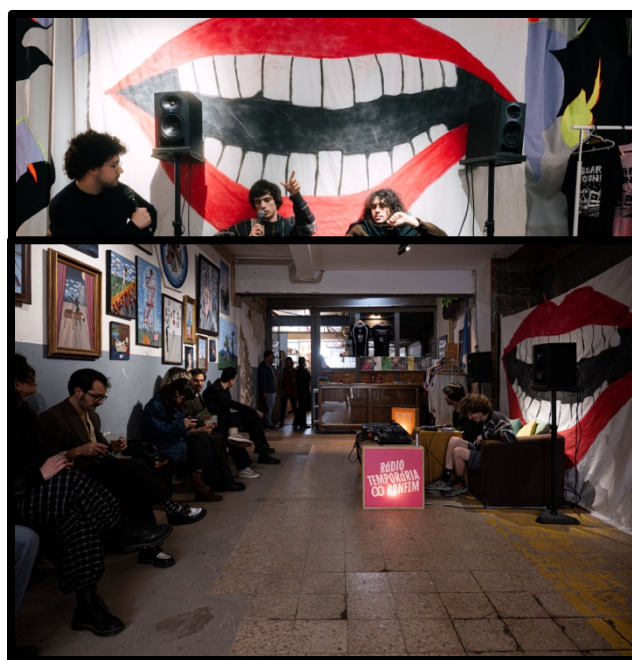


Fig. 6, 7, 8 9 – Fotografias de emissões da Rádio Temporária do Bonfim.
Créditos de Carolina Ribeiro, Diana Paiva e Francisca Pinto

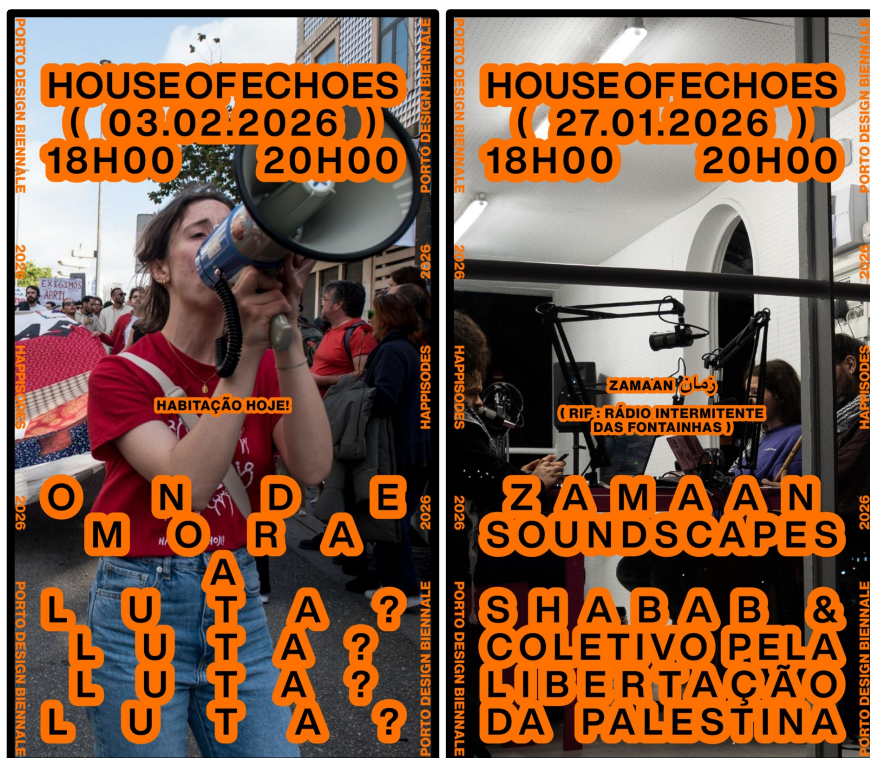


Fig. 10 e 11 – Imagens gráficas de divulgação das emissões da Rádio Intermitente das Fontainhas



Fig. 12 e 13 – House of Echoes, Alameda das Fontainhas

Apêndices

A.1. Programas e métricas de audiência

Rádio Temporária do Bonfim

Ep. 1: **Charco** – data: 01/10/25, duração: 3h, público: 100
Ep. 2: **Garcia da Selva** – data: 10/10/25, duração: 2h, público: 5
Ep. 3: **MAYAN** – data: 15/10/25, duração: 2h, público: 10
Ep. 4: **Aron Ha** – data: 17/10/25, duração: 2h, público: 5
Ep. 5: **Clarisse Pinto** – data: 05/11/25, duração: 2h, público: 7
Ep. 6: **Duo São Mansinhos** – data: 06/11/25, duração: 2h, público: 20
Ep. 7: **Dilian** – data: 12/11/25, duração: 2h, público: 2
Ep. 8: **Turbo Jóia** – data: 20/11/25, duração: 2h, público: 56
Ep. 9: **Albert Tannat e Dj Urânio** – data: 03/12/25, duração: 1h30, público: 30
Ep. 10: **Bom dia** – data: 04/12/25, Duração: 1h30, público: 30
Ep. 11: **Bernardo Matos e Inês Cruz** – data: 05/12/25, duração: 2h, público: 30
Ep. 12, 13 e 14: **Balskandal, Charrock e Sonia Quinche (Perímetro)** – data: 20/12/25, duração: 5h, público: 500
Ep. 15: **Ana Carvalho dos Santos** – data: 14/01/26, Duração: 2h, público: 107
Ep. 16: **Dj Urânio** – data: 21/01/26, Duração: 2h, público: 80
Ep. 17 e 18: **Teresa Arêde, Henrique Apolinário** – data: 5/02/26, Duração: 3h, público: 20
Ep. 19: **Rare Romance** – data: 12/02/26, Duração: 2h, público: 51
Ep. 20: **800 Gondomar** – data: 16/12/25, Duração: 1h, público: 74
Ep. 21: **Ema Duarte** – data: 25/03/26, Duração: 2h, público: 42
Ep. 22: **SELVASELVA** – Data: 20/04/26, Duração: 2h, público: 100
Ep. 23: **Música para pisar caracóis (Apuros)** – data: 09/05/26, Duração: 1h30, público: 72
Ep. 24, 25 e 26: **Yuri Bonfim e Renato Zanon, Ervilha no Topo do Bolo, Sophia Cavalcante e Sofia Crocante** – Data: 28/05/26, Duração: 3h, público: 30

Rádio Intermitente das Fontainhas

Ep. 1: **EPF Taks c/ Coletivo Epifania** Data: 30/10/25. Duração: 2h
Ep. 2: **Faina Infinita c/ AEFBAUP** Data: 04/11/25. Duração: 2h
Ep. 3: **Cativo** Data: 06/11/25. Duração: 2h
Ep. 4: **Turbo Jóia** Data: 11/11/25. Duração: 2h
Ep. 5: **Simora DJ c/ Coletivo Epifania** Data: 13/11/25. Duração: 2h
Ep. 6: **Coisas de Pessoas que Não se Calam c/ AEFBAUP** Data: 18/11/25. Duração: 2h
Ep. 7: **Pedro Salgado Lopes** Data: 20/11/25. Duração: 2h
Ep. 8: **Simora DJ c/ Coletivo Epifania** Data: 25/11/25. Duração: 2h
Ep. 9: **Henrique Miguel** Data: 02/12/25. Duração: 2h
Ep. 10: **Zamaan Soundscapes c/ Saya e Eazuka Khazrik** Data: 09/12/25. Duração: 2h
Ep. 11: **Belas Frequências c/ AEFBAUP** Data: 16/12/25. Duração: 2h
Ep. 12: **“Onde mora a luta?” c/ Habitação Hoje!** Data: 09/12/25. Duração: 2h
Ep. 13: **Zamaan Soundscapes c/ Coletivo pela Libertação da Palestina e Shabab Porto** Data: 09/12/25. Duração: 2h
Ep. 14: **Zamaan Soundscapes c/ Saya e Eazuka Khazrik** Data: 09/12/25. Duração: 2h

Todas as métricas associadas ao *streaming* (sessões, alcance geográfico e dispositivo usado) podem ser consultadas em detalhe através da tabela Google Sheets “RTB/RIF_daily_regional_device_stats” ([link](#)); o número de *listens* e *downloads* associados a todos os programas no arquivo do website podem ser consultados em detalhe através da tabela Google Sheets “All podcasts_2025-09-01_2026-05-22” ([link](#)).

A.2. Guião de entrevista

Pergunta de partida: Que práticas de escuta e envolvimento de públicos são utilizadas pela Lovers & Lollypops e como responde diretamente aos desafios encontrados nestes contextos?		
Objetivos específicos: Através dos discursos e perceções dos profissionais que trabalham na organização cultural escolhida como objeto de estudo, a entrevista pretende: aprofundar o conhecimento sobre algumas categorias de análise, que não tenha sido possível aferir através da análise participante; identificar dificuldades concretas sentidas por estes profissionais; encontrar correlações entre as dificuldades sentidas e as estratégias aplicadas, tendo em conta a realidade do território; recolher a autoavaliação que fazem das suas próprias práticas.		
Dimensões de análise	Perguntas	Informação pretendida
Retrospectiva e identidade editorial	1. Como descreves o percurso da L&L ao longo destes 20 anos, na forma de se relacionar com os públicos, com os territórios e com as práticas de escuta? O que mudou e o que permaneceu?	Contexto geral e impacto do surgimento de linhas programáticas direcionadas para a escuta ativa; história e experiência da editora
Editora, <i>streaming</i> e alternativas de práticas de escuta	2. A relação das pessoas com a música mudou muito: do álbum como objeto físico que se ouvia do início ao fim ao consumo rápido e fragmentado das plataformas digitais. Como é que a L&L reflete e responde a essa mudança? Que estratégias encontra? Sentes que existe ainda um público disposto a ouvir com atenção e de forma comprometida?	Gestão e análise estratégica em formatos de consumo de música, plataformas e cultura digital
Espaço e território	3. A abertura do espaço no Bonfim foi um momento de viragem: que experiências quiseram criar aí que não eram possíveis antes? Como é que o espaço se foi inserindo no bairro, e que tensões ou cumplicidades surgiram com o território?	Relação da editora com o território
A rádio como ferramenta editorial: RTB e RIF	4. Como surgiu a RTB e o que a distingue de outros projetos de rádio independente? De que forma este projeto (transmitido online e apresentado ao vivo) funciona como alternativa às lógicas das plataformas de <i>streaming</i> ? 5. A RTB tem uma dimensão de presença ao vivo e uma extensão como arquivo online, como é que pensam essa relação?	Importância do arquivo: memória <i>versus</i> efemeridade. Análise de públicos e adesão aos projetos de rádio

	6. Relativamente à experiência da RIF: o que funcionou e o que não funcionou? Qual a importância destes tipos de rádios e como poderiam ser apoiadas?	
Independência, financiamento e precariedade	7. Existem tensões entre liberdade editorial e de programação e a necessidade de financiamento? Como as negociam? Como gerem e alinham os ideais da editora para acomodar estas dimensões de valor cultural e sustentabilidade? O que significa ser uma editora independente hoje, em Portugal?	Identificação de principais dificuldades e tensões entre o setor independente e redes de financiamento.

A.3. Transcrição de entrevistas

A.3.1. Entrevista a Márcio Laranjeira (ML), realizada por Miguel Duarte (MD) em maio de 2026.

MD: Esta conversa tem sete perguntas, mas há umas que se entrelaçam com outras. A primeira pergunta que te quero fazer é: ao longo dos últimos anos, como descreves este percurso da L&L na forma de se relacionarem com os vossos públicos e territórios, e mais particularmente com as práticas de escuta. O que mudou e o que permaneceu, se puderes fazer uma retrospectiva.

ML: Sim, a vertente editorial da Lovers é a mais constante, desde a sua formação até aos dias de hoje, é a génese do que é a Lovers e uma marca identitária de trabalho que se tem mantido e renovado. A Lovers nunca foi uma editora que tivesse uma estética ou um género bastante definido, sempre foi muito plural no que editava e sempre teve também uma relação muito próxima com as pessoas. Pelo curso que as pessoas fazem e que os artistas trilham, sempre foi muito responsiva a isso, o que faz com que esteticamente seja tão diversa como é, porque acaba por acompanhar um percurso, uma experimentação e um trabalho que vai moldando os artistas e eles próprios vão mudando à medida que os anos vão passando e as coisas vão acontecendo. E acaba por

ser um processo também muito orgânico, em que as coisas acontecem de uma forma às vezes não muito planeada, é mais reativo do que planeado, e esta relação com os artistas e com o trabalho que eles fazem é sempre algo que acaba por beber muito dessa ideia de tentar criar sempre um contexto em que aquele artista possa ser auscultado pelo maior número de pessoas possível, nós acreditamos que aquela arte, aquele trabalho, merece ter um público e tentamos encontrar uma forma desse trabalho chegar ao maior número de pessoas possível, e esse formato tem mudado ao longo do tempo. Temos acompanhado várias fases, várias ferramentas e vários métodos de divulgação e de exercício ligados à música independente e ao longo destes anos todos, tem sempre havido muita mudança e alteração, como continuará a haver no futuro. A forma como estamos a trabalhar agora não vai ser estanque e não vai ficar assim para sempre. Nós tivemos sempre formas não muito tradicionais de trabalhar com as coisas, sempre uma relação muito grande entre o digital e o formato físico, e acabamos por tentar criar estes momentos onde se crie um ambiente para que as pessoas possam escutar a música, e a rádio é um desses projetos em que a finalidade acaba por ser essa, conseguimos criar um ambiente para que mais pessoas cheguem à música que editamos e ao trabalho que fazemos.

MD: Se calhar pegava na questão da rádio para falar da relação das pessoas com a música. Como dizes, mudou bastante e está constantemente a mudar. Antes associávamos o álbum como um objeto físico, que se ouvia do início ao fim, e agora estamos num contexto de consumo bastante rápido e mais fragmentado pelas plataformas digitais. E eu queria saber como é que a editora reflete sobre isto e responde sobre esta mudança de relação, se têm algumas estratégias, ou se encontram algumas estratégias, ainda sentem que existe um público bastante disposto a ouvir com atenção e de uma forma comprometida.

ML: Se calhar, começando pela última parte da pergunta, acreditamos que sim, que ainda existe esse público que não consome de uma forma tão rápida e tão descartável, como hoje a indústria quer levar toda a gente a trabalhar, e quer levar toda a gente a

trabalhar porque realmente existe uma grande falange do público que consome música, que a consome dessa forma. Eu acho muito interessante, por exemplo: estava a ver uma palestra do Chullage há um tempo atrás, ele estava a dizer que estava a trabalhar com uns miúdos, mais ligados ao hip-hop e ao trap, e eles estavam a composição, e para eles já não lhes interessava o refrão e o verso, era o segmento Tik Tok, ou seja, eles estavam preocupados era como é que naquela música ia haver uma parte que iria caber dentro do tempo de reprodução do Tik Tok, e já estavam a compor focados nisso, não focados tanto na composição. E acho que isso é interessante de ver, do próprio ponto de vista de quem compõe já existe às vezes essa preocupação. Do nosso lado, para te ser sincero, não há muito essa visão, há ferramentas de comunicação que são diferentes...

MD: Existem mais lados de promoção do que de edição.

ML: Do que de formato, sim. Porque a edição parte sempre do artista que vai ter esse input ou não. E quando nós trabalhamos com discos, e nós editamos necessariamente discos, acreditamos sempre no disco como um todo, e a obra a ser editada como um todo. Tentamos criar um contexto em que o público também preste a maior atenção possível. Acabamos por não ter esse impacto nem essa estratégia na relação que temos com a edição.

MD: A editora retirou todo o seu catálogo do Spotify. Isto foi por que motivo?

ML: Foi porque sabemos de uma forma clara quais é que são as intenções e quais é que são os investimentos que a pessoa e entidade que gere o Spotify tem, o que é que fazem com o dinheiro que lhe estávamos a dar e não queremos contribuir para isso. Há muitos problemas com outras plataformas, mas nesta sentimos que sabíamos das coisas de uma forma clara o suficiente para tornar a decisão que não queríamos fazer parte disso e daí termos tirado o catálogo todo.

MD: Perguntei isto porque há um bocado uma ideia de obrigatoriedade de ter as coisas no Spotify, tornou-se uma norma na indústria.

ML: Sim, mas existem bastantes exceções, e ainda bem. O Spotify tornou-se aqui um padrão de *streaming* porque é mais fácil, é o que tem um deal melhor para o cliente, no sentido em que o utilizador paga menos e tem acesso a muita coisa, mas esse preço para o consumidor é às costas de uma distribuição muito ineficiente para os autores, e para as pessoas que dão conteúdo. O Spotify tem esse problema: é bom para muito pouca gente, a nível financeiro. Também é uma ideia que o Spotify criou, se não estás lá, quase não existes. Mas felizmente existem outras plataformas, e são escolhas. Nós escolhemos não usar, até agora não sentimos que tenhamos perdido nada.

MD: Gostava de falar um pouco do espaço, na Rua S. Victor, que calculo que tenha sido um momento de viragem muito grande. Que experiências é que quiseram criar aí que não eram possíveis antes? Que possibilidades que ter um espaço físico vos abriu, e à medida que se foi inserindo no bairro, que tensões ou cumplicidades foram também surgindo?

ML: Nós termos um espaço era um desejo antigo. Já tivemos escritórios, onde mandávamos emails e passávamos faturas, mas termos um espaço que tivesse a capacidade de acolher artistas e de ter espetáculos e uma relação diferente sempre foi um desejo nosso. Há uns atrás, felizmente proporcionou-se essa oportunidade com este espaço que encontramos e com as potencialidades que ele tinha. Foi uma coisa que fomos fazendo e testando, os limites do espaço, o que era possível e o que não era. E esse teste vem também de uma vontade que tínhamos, a Lovers sempre foi uma promotora de espetáculos e concertos. Nos últimos anos tínhamos sentido que estarmos sempre a promovê-los em espaços alheios, por muito bem acolhidos que fôssemos, que éramos, não temos nada a dizer de todos os lugares que nos acolheram para fazer concertos, nada de mal, só a dizer de bem. Contudo é aqui um intermédio que se cria nesta relação, já bastante precária a nível financeiro e que tem muitas

fragilidades, que fazia com que fazer concertos fosse um muito mau negócio, no sentido em que as margens de erro eram bastante grandes, era muito fácil entrar no vermelho e perder dinheiro com o que fazíamos, ou seja tínhamos aqui sempre uma questão que fazia com que deixássemos de fazer coisas, e isso estava a ficar cada vez mais patente e presente na nossa forma de pensar, colocávamos de lado promover espetáculos com os artistas que nós gostávamos, não era a valorização do artista que estava em causa, era mesmo saber que íamos perder dinheiro. Ter um espaço nosso permitiu-nos arranjar uma solução para esse problema, nós controlamos tudo, conseguimos oferecer acordos mais horizontais e justos para os artistas, conseguimos financiar as coisas de uma maneira mais clara, também para nós. E deu-nos a liberdade de podermos fazer coisas que não íamos fazer, a maioria da programação que nós temos feito ao longo deste ano e meio, em que temos uma programação pensada, uma agenda, uma regularidade que não tínhamos no início. Antes fazíamos esporadicamente, sem uma agenda. E desde que assumimos essa ideia, não digo todos, mas noventa por cento dos espetáculos que fizemos não iríamos fazer, se tivéssemos que alugar um espaço, se fizéssemos isso de uma forma externa... é algo que faz parte de nós e gostamos de fazer, pura e simplesmente somos um negócio, uma empresa, e temos responsabilidades, financeiramente não funcionava, e desta forma com um espaço conseguimos arranjar um formato que funciona. É um formato muito prático para nós, é o nosso local de trabalho, é um horário que vai de encontro às nossas vidas, é um horário que achamos que exploramos dentro da lógica da cidade e que acabou por dar uma oferta diferente ao que já existe, e esta liberdade é algo que tem sido incrível, tem sido uma experiência mesmo enriquecedora e tem funcionado melhor que o que estávamos à espera. Sentimos também que se cria uma relação muito especial da comunidade com o espaço, mesmo nestes concertos que fazemos, alguns que são mais frágeis e que são apostas, com uma capacidade de captar público mais reduzida, devido a esta relação que as pessoas foram criando com o espaço e a este hábito que foram criando, acaba às vezes por funcionar melhor do que se fizéssemos as coisas noutro lugar, as pessoas é que estão a criar um hábito de descoberta do espaço, uma relação com o mesmo. Já sabem que,

mesmo que não conheçam, há-de ser uma oferta de um artista que vá de encontro a uma expectativa que eles próprios criaram. E isso tem sido ótimo de construir.

MD: Falaste desses projetos mais difíceis de captar público, de explorar a questão da rádio como uma extensão, um braço editorial. Como surgiu este projeto da Rádio Temporária do Bonfim que está pensado agora para a programação regular? O que o distingue de outros projetos de rádio independente?

ML: Respondendo à primeira pergunta, há uma vontade de criar aqui um espaço diferente, é uma vontade que também surge de nós vermos o formato da rádio e termos formatos que surgiram nos últimos tempos, como a NTS e outras, que acabam por refrescar um pouco esta ideia da rádio e trazê-la para um universo mais contemporâneo, conseguir captar um público mais jovem. Nós tínhamos a rádio que, durante muito tempo, era uma coisa quase cristalizada, que estava com bastante dificuldade em atualizar-se, e felizmente começaram a aparecer bastantes projetos que conseguiram fazer essa ponte, e esta ideia da rádio ligada à curadoria. Não tanto a rádio ligada apenas a uma playlist descaracterizada, que passa música segundo um algoritmo, uma coisa não muito humanizada. Acho que muito deste sucesso destas novas propostas tem a ver com isto de voltar a humanizar: a rádio voltar a colocar pessoas, a dar a cara, programas de autor... Principalmente num universo como o que temos agora, é que o acesso é tão fácil, de repente a ideia do curador, da pessoa que seleciona e passa informação, começa a surgir outra vez para alguns ciclos, não para todos, como uma coisa importante, alguém que ajuda a filtrar, que indica, que ajuda a encontrar um caminho. E essa inspiração e alegria de vermos essa coisa a acontecer à nossa volta acabou por ser o motivo de pensarmos que se calhar podemos fazer a nossa proposta, a nossa rádio, os nossos programas, conseguimos dar um espaço diferente aos artistas, quer os que trabalham na editora, quer os que programamos, pessoas que conhecemos e acreditamos que podem contribuir e com as quais vamos também aprender. É uma experiência que também é um bocado paralela ao espaço, a nível da própria regularidade e crescimento, acaba por criar aqui outra plataforma que queremos

desenvolver ainda mais, e que seja outro lugar de encontro e partilha. A Lovers sempre foi isso, de diferentes formas e de diferentes maneiras, e agora, através da rádio, também temos essa missão.

MD: Relativamente à experiência da Rádio Intermitente das Fontainhas, o que achas que funcionou e não funcionou?

ML: Acho que funcionou muito bem a parte curatorial de juntar toda esta gente muito interessante debaixo do mesmo chapéu, com muitas coisas para dizer e partilhar, acho que foi um grupo de gente muito feliz que acabou por aparecer ali, com visões sobre a cidade, sobre a arte, sobre o seu trabalho, bastante diferentes mas também complementares, o que acaba por dar uma visão muito plural do estado da arte da cidade, dos circuitos artísticos, das preocupações, do que é hoje em dia o Porto com toda a sua gente e toda a sua dinâmica. Isso para mim foi bastante feliz e enriquecedor. Acho que falhou uma contextualização maior do projeto, o porquê de ele existir, o porquê de ele estar ali, o porquê da regularidade e das pessoas, isso fez com que se calhar algumas das coisas que lá aconteceram, funcionassem dentro de um circuito mais fechado do que poderia ser.

MD: A rádio também necessita de apoio, estes projetos normalmente quase todos precisam. Existem tensões entre liberdade editorial ou de programação, e a necessidade do financiamento? Sempre se pautaram por uma postura DIY e nós sabemos que existe uma precariedade patente. Ao fim de 20 anos, mesmo existindo estas tensões, negociam-nas de forma diferente? Como é que gerem e alinham os ideais da editora para acomodar estas diferentes dimensões de sustentabilidade? No fundo, o que é que significa ser uma editora independente em Portugal?

ML: Sim, essas tensões existem e existirão para sempre. É um desalinhamento que temos de procurar alinhar, ao conhecer cada vez mais o sistema e saber também como contar a nossa história, e acaba por ser um bocado por aí. O que nos motiva e o que nos

move é, sem tirar nem pôr, o mesmo que na génese da editora, ou seja, o sentido de missão é o mesmo, temos vindo a aprender a explicar este sentido de missão do que fazemos de maneira diferente a quem nos pode financiar, porque há muitas linguagens. A gente fala com uma câmara de uma maneira, fala com uma marca de outra, fala com o governo de outra, o produto é o mesmo, a forma como o expomos é que tem de mudar. E muda por tudo, pelos organismos, pelas pessoas que estão nos organismos, pela cor política que está no poder naquela altura, muda pelo sentido de missão que cada lugar tem... isto é algo que temos de lidar, faz parte do nosso trabalho, é algo que com o tempo até fomos aprendendo a separar melhor, temos de arranjar sempre uma forma de fazer o que nos motiva sem qualquer tipo de compromisso do ponto de vista da definição e do que nos leva a fazer as coisas. Mas também precisamos de ter relações com outrem, que permitam também que a Lovers exista, pague aos funcionários que tem, pague as responsabilidades com outras pessoas, fornecedores, etc. Isso só é possível através de relações com um sem número de estruturas, em que às vezes estamos mais alinhados, outras vezes estamos menos, mas temos de encontrar sempre uma forma de, dentro do alinhamento ou desalinhamento que existe a cada ciclo... porque isto acaba por funcionar sempre em ciclos diferentes, governamentais, de liderança, conseguirmos fundamentar a sua mensagem e conseguimos fazer com que as entidades que estejam do outro lado entendam o valor que aquilo tem, tendo em conta a ideia que tem para a cidade, país ou marca.

A.3.2. Entrevista a Joaquim Durães (JD), realizada por Miguel Duarte (MD) em maio de 2026.

MD: Como é que descreves o percurso da editora ao longo dos últimos anos, principalmente na forma com que vocês se relacionam com os públicos, com os territórios, e, particularmente, com as práticas de escuta? O que mudou e o que permaneceu? O contexto geral e o impacto destas novas linhas programáticas, em retrospectiva.

JD: Em vinte anos muita coisa mudou, ou tudo mudou. O que não mudou foi a nossa curiosidade, que estava lá desde o início, e esta vontade de trazer, ser uma plataforma para artistas e bandas, que de outra forma teriam mais dificuldade em apresentar o seu trabalho. Hoje em dia, é muito mais fácil obviamente, do que há vinte anos atrás, mas essa linha condutora mantém-se muito presente, se olharmos para o nosso catálogo que são mais de cento e cinquenta edições, pela linha a nível de linguagem musical e artística, diria que é um trabalho hercúleo encontrar pontos comum entre todos os artistas. Mas se olharmos para isso enquanto um projeto de investigação e de pesquisa que temos feito, de artistas e música feita num contexto particular, num tempo do mundo também particular, sinto que se alguém pegar no nosso catálogo daqui a cem anos, poderá de alguma forma sentir um pouco o que era a vida no século XXI, isso é uma aspiração que acho interessante, da editora enquanto arquivo vivo sonoro, enquanto plataforma de documentação, não só enquanto um meio para vender discos. E lá está, o que não mudou foi essa vontade de estar presente e descobrir novas bandas e novos artistas, e perceber de que forma o mundo na música se move hoje em dia. Com vinte anos em cima, muita coisa mudou, mas mais a nível do público que se foi entregando à escuta da música, há vinte anos já havia redes sociais e forma de partilha através dessas redes, principalmente através do MySpace, e foi a par do Napster da altura, se calhar os dois grandes impulsionadores da música independente e underground, formou milhares e milhares de ouvintes. Desde essa altura para cá, houve toda uma “*psyop*” das grandes editoras e das grandes plataformas para desvalorizar ao máximo, o máximo que podiam do valor da música. E essa erosão do valor da música, transformando-o em meros cêntimos, em nada, tem trazido grandes dificuldades e desafios. De que forma é que tu educas, educas não que não gosto muito dessa palavra, de que forma é que dás a perceber ao teu público que a música tem um valor. Foi vendida esta ideia de que a música enquanto ficheiro não tinha valor, mas que os artistas poderiam depois, a troco desta visibilidade omnipresente, em todas as plataformas, em todo o lado, em todo o mundo e a qualquer momento, ter mais pessoas nos concertos e mais pessoas a comprar *merchandise*. Ora, com toda a inflação e o preço de tudo a subir, dia após dia, de uma forma exponencial, é cada vez mais difícil para uma banda

fazer discos, porque tudo à volta da confecção de um disco está mais caro, desde a manufatura de um disco de vinil, aos custos com estúdios, aos custos com todas as coisas inerentes dos concertos, etc. Todo este discurso tem deixado cada vez mais artistas órfãos de rendimentos, isto foi algo que nos foi dado por garantido e contra nós fala, também, porque acreditamos que isto também é uma forma de dar mais visibilidade ao nosso trabalho, mas o que está a acontecer é totalmente o contrário. Há cada vez uma maior precariedade dos artistas, quando devia ser o contrário. E portanto, o papel de uma editora neste momento também é procurar soluções fora das grandes plataformas. Não é fácil, não é um caminho que é fácil de perceber por onde ir, mas sabemos que, pelo menos para já, o facto de nos conseguirmos reunir num espaço físico, sem qualquer outro tipo de mediação, para já isso é território autónomo, quando deixar de ser, aí fica pior, mas por enquanto ainda conseguimos ter essa carta do nosso lado. Quero acreditar que, no final de contas, as pessoas que nos comprem os discos e que ouvem a música dos nossos artistas, também nos apoiam nos concertos. E lá está, o facto de ao fim de pouco menos de vinte anos termos encontrado um espaço físico para a editora, não é inocente, é algo que já procurávamos a algum tempo porque sentimos que o contacto direto – sem qualquer mediação digital ou através de uma sala de concertos ou de qualquer outro tipo de estrutura ou identidade –, esta liberdade que nós temos e que nos dá um espaço, também nos dá a possibilidade de explorarmos e brincarmos sobre algumas ideias de que forma é que a música que nós promovemos pode ser disponibilizada às pessoas que nos acompanham, obviamente. Sabendo que não se restringe às pessoas que vivem no Porto, eu adoro o Porto, mas sem dúvida que o facto de termos uma base, um ponto de partida, ajuda a estruturar o que pode ser a relação da editora com o público que a acompanha.

MD: Existe então um público atento e comprometido? Retiraram o catálogo do Spotify por que razão?

JD: Se não achássemos que o nosso público é o público que nos compra os discos, frequenta os concertos e ouve os nossos discos, acho que já tínhamos parado de editar.

A edição veio de um lugar bastante egoísta, não diria egoísta, mas muito pessoal também. Ao mesmo tempo de querermos mostrar e ser plataforma para estes artistas, que temos a certeza que são únicos e que valorizamos o trabalho, a decisão de retirarmos do Spotify o nosso catálogo, não foi unilateral, falamos com todos os artistas e a maior parte deles, uma grande maioria, noventa por cento concordou, alguns artistas já nos tinham requerido fazer isso. Foi uma decisão coletiva, enquanto editora, mas também sabemos que essa decisão é uma gota no oceano, diz mais sobre nós do que propriamente sobre o Spotify. E obviamente, não estamos inocentes ao ponto de acharmos que as outras plataformas são melhores ou piores, porque vão buscar tudo ao mesmo pacote, e à mesma ideia de desvalorização da música. Só não houve uma decisão mais radical de retirar todo o catálogo de todas as plataformas de streaming, porque não há uma ideia concreta do que pode ser uma alternativa, mas se fosse possível isso acontecer seria um caminho bastante interessante, de percebermos outros meios de disponibilização da música. Já há alguns artistas a fazerem isso, mas lá está, são gotas num oceano, não vejo para já esse corte total. Apesar de haver plataformas mais condizentes, o próprio Bandcamp, já a título de uma multinacional, continua a ser o melhor espaço online para vender discos, e cada vez mais surgem outras opções, o que dá um bocado de esperança. Agora, enquanto dependermos sempre de megaplataformas e empresas gigantes para desenvolver o nosso trabalho, que é independente, experimental e exploratório, cada vez mais há dúvidas se será independente ao ponto de continuarmos a depender das plataformas. Mas pelo menos, já há uma problematização desse aspeto, já é um começo. Nós continuamos a acreditar num álbum enquanto um objeto, seja ele físico ou digital, mas também sabemos que há músicas, de artistas nossos ou não, que podem ser só apreendidas em separado, como há discos que só fazem sentido ouvir na íntegra. Mas isso sempre houve, com esta ideia do *single*.

MD: Falaste de questionar a independência quando se é dependente. Temos visto nos últimos anos o aparecimento de formatos de rádio independente que funcionam com streaming e estão bastante digitalizados, no entanto com um lado de curadoria

humana. Queria saber o que achas destas novas alternativas a lógicas de plataforma, e em que contexto se insere a Rádio Temporária do Bonfim, enquanto apresentação ao vivo e arquivo.

JD: Sim, as rádios online vieram para ficar, pelo menos para já. Mas muitas delas surgem de contextos muito particulares e de relações com espaços físicos, com uma especificidade muito concreta, e uma relação com o lugar e comunidade, em que a Rádio Temporária do Bonfim se insere. Obviamente que algumas já são de escala mundial, mas estas zonas autónomas e temporárias têm ganho força por terem um forte enraizamento nas comunidades, isso é um dado bastante interessante. Olhando para esses exemplos, a partir do momento em que tínhamos um espaço físico para trabalhar, sentimos que a criação de uma rádio, temporária no sentido das suas ignições aparecerem e desaparecerem, não estar totalmente ligada, mas que fizessem parte da construção da ideia de um lugar, ao mesmo tempo que se tornasse um arquivo sonoro do passado e da história da editora. E portanto, a Rádio Temporária do Bonfim tem estas duas caras: uma de ser este repositório vivo, de um passado mais ao menos recente que vai sendo construído, descoberto e desvendado, ao mesmo tempo que lançar (e já lançou) desafios à comunidade em redor, para trazer ela própria as propostas. O open call que fizemos o ano passado é testemunha de uma vontade das pessoas fazerem rádio, e outra da rádio ser este lugar multidisciplinar e de cruzamento de linguagens artísticas, de ideias, de palavras. A editora, apesar do seu vasto leque musical, tem uma curadoria específica de algumas pessoas, a rádio pode ser muito mais que isso, pode ser um terreno muito mais vasto do que a editora. E ambas podem e vão (e já o fizeram) alimentar-se. A rádio nesse sentido também é uma vertente editorial da Lovers & Lollypops.

MD: Quanto ao projeto da Rádio Intermitente das Fontaínhas, na sua colaboração com o Porto Design Biennale, o que funcionou e não funcionou, num formato de rádio comunitária que fez pontes com estruturas com vários níveis de proximidade ao Bonfim e à zona das Fontaínhas.

JD: O nosso envolvimento era muito claro e mais numa parte de curadoria, do que propriamente uma estruturação da rádio. A RIF não era a única programação a acontecer naquele espaço. Mas a ideia da PDB era criar um espaço que fosse também de interação com o bairro, com as pessoas, estruturas e identidades em redor da House Of Echoes. Penso que isso não foi atingido porque, na verdade, sabemos que aquilo era um objeto alienígena, mas acima de tudo, projetos deste tipo precisam de mais do que seis meses de implementação, precisam de mais do que uma ativação semanal. Para esses corpos serem aceites, precisam de um trabalho mais a fundo, e insistente, para realmente chegar ao objetivo que foi proposto. Claro que depois, são questões orçamentais e financeiras que impossibilitam de atingir esse objetivo. Para nós, foi uma oportunidade de estender o convite a uma série de estruturas que estão a fazer um trabalho interessante e importante junto das suas comunidades, como a Habitação Hoje!, a Zamaan, o Coletivo pela Libertação da Palestina, a Associação de Estudantes de Belas Artes. A plataforma que foi dada a estas estruturas foi importante para elas estruturarem ideias, expressarem as suas necessidades, as suas vontades, os seus sonhos, e portanto, olhando pura e simplesmente para a ideia da nossa curadoria, acabou por criar mais laços e mais ligações com uma série de artistas e estruturas, e isso é muito importante na vida de qualquer editora, isso tem sido uma das características mais basilares do nosso trabalho, que é a criação de mundos, de ligações e de pontes. A RIF foi uma delas.

MD: Queria agora explorar as tensões que existem entre a liberdade editorial e de programação no espaço, assim que abriram o espaço abriram-se outras possibilidades mas houve a necessidade de criarem uma associação, como é que gerem e conseguem alinhar os vossos ideais, para acomodar estas dimensões da sustentabilidade? O que é ser independente hoje em Portugal, já o mencionaste antes mas queria explorar esta questão do financiamento.

JD: Pois, independente tem várias conotações. Mas para nós, independente é que o nosso trabalho base e o nosso corpo de trabalho não seja constrangido por nenhuma pressão externa que nós não concordamos, obviamente que para uma editora, promotora ou estrutura independente, sobreviver hoje em dia, também tem que fazer concessões, não propriamente vender a alma ao diabo. São de várias formas, saber que tens de te candidatar a uma série de apoios, que abrem de x em x tempo, nacionais e locais, para financeiros o teu trabalho, e não o contrário. Não concorrer para ganhar um prémio, um fundo, para depois desenvolver um trabalho. São coisas diferentes, uma coisa é tu teres uma ideia e procurares financiamento, outra coisa é tu teres o financiamento e procurares uma ideia. Por isso, há sempre estas negociações institucionais que são necessárias, porque todos sabemos que a venda de discos é cada vez menor, o poder de compra é cada vez menor, e portanto o nosso nicho de mercado não é de massas, e essas pessoas não têm poder de compra capaz de pagar preços mais avultados. Portanto, a única forma de conseguirmos essa sustentabilidade financeira e saúde orçamental é, por um lado, o estabelecimento de relações institucionais, e por outro, ir à procura desses apoios, por via de candidaturas, não vou esconder que é um processo muito desgastante, tens que reativar a cada ano, ou de dois em dois anos, é complicado porque sentes que passas o tempo ou a fazer candidaturas, ou a escrever relatórios para essas candidaturas, é importante ter um equilíbrio. E pelo facto de termos um espaço para concertos, podemos só fazer concertos porque sim, porque queremos e temos vontade, porque podemos fazer as coisas de um dia para o outro. E essa liberdade é muito importante na vida de uma promotora ou editora independente.

A.4. Equipa L&L

Bruna Amaral, com mais de 15 anos de experiência em operações, produção e gestão de eventos em setores como organizações sem fins lucrativos e indústrias criativas. Com uma atitude e mentalidade de melhoria contínua, com histórico de introdução de novos sistemas e processos operacionais para otimizar e suportar uma gestão eficiente. Extensa experiência em gestão financeira e de recursos humanos, e distinção pela grande atenção aos detalhes. Excelentes competências de construção de relações e gestão de partes interessadas, apoiadas por excelentes habilidades interpessoais e de comunicação.

Ângela Abreu e Silva nasceu em Guimarães, em 1994. Atualmente vive e trabalha no Porto. Técnica de organização de eventos (2022) e licenciada pela ESAG - Escola Superior Artística de Guimarães em Artes / Grafismo – Multimédia (2015). Em 2022 integrou a equipa do festival Waking Life como líder de equipa do departamento de Artes e Performances. Trabalhou também com acompanhamento de artistas nos festivais Mucho Flow (2021) e Semibreve (2019)

José Gomes, nascido em 1994, Barcelos, Portugal. Desde criança, e num registo primeiramente familiar, teve uma forte aptidão para a música. Em 2010, e perante a fraca oferta cultural patente na cidade de Barcelos, começa a promotora independente Noir et Blanc, tendo agenciado, produzido e promovido artistas de todo o mundo em diversos espaços na região do Minho e Grande Porto. É licenciado em Línguas Aplicadas e Relações Empresariais pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, e desde 2014 é colaborador da Lovers & Lollypops, agindo nas áreas de produção e agenciamento de artistas.

Márcio Laranjeira, nascido em Barcelos e com um percurso académico que começa em Bragança no IPB, passou pela Chelsea School of Art and Design e agora tem continuidade na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, no Mestrado em Estudos Artísticos, Márcio Laranjeira faz parte da Lovers & Lollypops desde 2009, sendo um dos responsáveis pela programação, concepção e gestão dos festivais Milhões de Festa e Tremor, eventos como o 20XXVINTE, e uma série de colaborações com instituições como a Casa da Música, CCB, Galeria Zé dos Bois, Câmara Municipal do Porto, Salão Brazil, entre outras.

Joaquim Durães (Portugal, 1983) tem trabalhado na cena musical, tanto em Portugal quanto no exterior, por quase duas décadas, atuando como diretor artístico, gerente, agente, produtor e programador. Joaquim é um amante da música que conhece intimamente as indústrias criativas por trás dos bastidores. Em 2005, depois de participar do circuito underground em Barcelona, Joaquim retornou a Portugal com o objetivo de emular o que experimentou na capital catalã. Foi assim que nasceu a Lovers & Lollypops, um projeto editorial multifacetado que ocupa um lugar de destaque na cena musical portuguesa devido ao seu alcance artístico e à incessante busca por novas ideias e linguagens.

Sara Cunha é licenciada em Comunicação Social, tem vindo a desempenhar funções nas áreas de comunicação e produção cultural desde 2010. Foi ao longo de 4 anos responsável pelo gabinete de comunicação da CTL, desenhando a estratégia de comunicação online, media e institucional dos vários projectos como o Musicbox ou o Festival Silêncio. Desde Janeiro de 2017 que trabalha como freelancer em produção e comunicação tendo colaborado com projectos como o IndieLisboa, o Mucho Flow e Tremor. Colaborou também na produção do MIL e da Rádio Silêncio, integrado no festival com o mesmo nome.

Carolina Ribeiro é criadora de conteúdo audiovisual, natural de Guimarães. Com raízes na comunicação digital, desde sempre se interessou na criação e expressão de histórias através da fotografia e vídeo. No seu percurso profissional, passou por festivais de cinema como Curtas Vila do Conde e Porto/Post/Doc, desenvolveu funções de realização e edição no Canal180, assim como criação de conteúdos para diversas agências de comunicação.