

Ano IV, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2013
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?¹

Fábio Fonseca Ribeiro²

Resumo

Historicamente, a rádio tem vindo a desenvolver uma relação muito especial com os ouvintes a partir do telefone. Informações sobre o tráfego automóvel, programas animados com as músicas pedidas pelo público configuram apenas alguns dos casos desta ideia de 'rádio participada'. No seio dos estudos em Ciências da Comunicação, a integração do cidadão no discurso mediático apresenta-se frequentemente sob o conceito de 'participação nos média' (Wasko & Mosco, 1992, Carpentier, 2011). Relembrando um célebre diálogo entre Lippman (1927) e Dewey (1932), sobre as virtualidades e condicionalismos da intervenção do público nos média, procuramos entender de que forma a rádio em Portugal permite a integração do público na sua linha editorial, a partir de um estudo de caso sobre o Fórum TSF, da TSF - Rádio Notícias. Avaliamos o espaço público que ali se constrói diariamente, os temas debatidos, o perfil dos convidados pela produção, os ritmos de intervenção, entre outros aspetos.

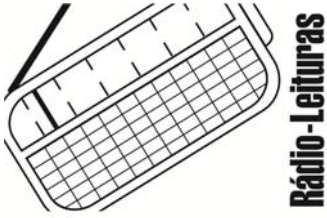
Palavras-chave: rádio, opinião pública, participação.

1. Introdução

Existe um debate plural e francamente interessante em alguma da produção científica em Ciências da Comunicação relativamente às políticas de integração do

¹ Por respeito à obra do autor foi mantida neste artigo a grafia original de português de Portugal. [Nota dos editores]

² Assistente de investigação do projeto de investigação 'Estação Net: moldar a rádio para ambiente web', financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia com referência PTDC/CCI-COM/122384/2010, em curso no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, em Braga, Portugal. Obteve o grau de Doutoramento Europeu em Ciências da Comunicação, área de especialização em Sociologia da Comunicação e da Informação, em setembro de 2013, pela Universidade do Minho. Email: fabiofonsecaribeiro@gmail.com



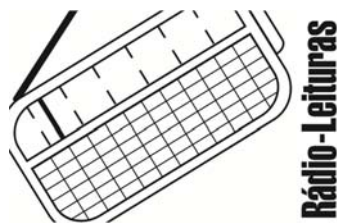
Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

público nos média. Na verdade, boa parte desta discussão recupera o conceito de 'participação dos cidadãos nos média' (Wasko & Mosco, 1992, Carpentier, 2011), resgatando-o da sua tradicional inclinação política.

Neste contexto, poderíamos recuperar sumariamente a famosa troca de argumentos entre os conceituados académicos Walter Lippmann e John Dewey, que teve lugar no final dos anos 20 e os inícios dos anos 30 do século XX. Para Lippmann, a chamada 'democracia participativa' resumia apenas uma forma inoperável de relacionamento entre cidadãos e política, criticando a fantasia e o mito do debate democrático operado pela política e potenciado pelos média. Baseado em evidências empíricas relativas à eficácia da propaganda política e nos média nas representações sociais, Lippmann considerava que a opinião pública surgia eminentemente configurada pelos entendimentos tornados públicos pelos líderes de uma determinada comunidade, num processo que denominou por 'manipulação do consentimento'. Na realidade, o que Lippmann recomenda assenta numa estrutura política de âmbito tecnocrático, em que especialistas determinassem o rumo das decisões, evitando as visões particulares, interesses próprios e suspeitos dos cidadãos. Um dos maiores constrangimentos que o autor identifica no debate público reside precisamente nesta área, definindo a integração do público na esfera política como 'nostálgica' ou 'romântica', concretizada em massas pouco envolvidas, ignorantes e irrealistas.

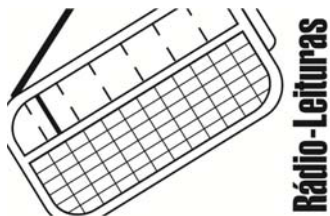
Motivado por algumas destas reflexões, John Dewey responderia a algumas destas questões em dois livros, *The New Republic* (1922), e mais tarde com *The Public and its Problems* (1927). Dewey defende que apenas na observância de um sistema público de reflexão sobre os factos relevantes, responsabilizando para o efeito a importância da imprensa verdadeiramente livre, se poderia determinar a natureza concreta do bem comum nas situações particulares. Partidário, por conseguinte, de uma perspetiva apologista das contribuições dos cidadãos para a arena das relações sociais a todos os níveis, Dewey reconheceu que esta intervenção não seria plena se não fosse organizada por agentes competentes, pelo que faz depender este



comportamento de uma educação do público para a importância da discussão entre pares. Na ausência destes fatores resultariam sintomas de um enfraquecimento do sistema democrático, naquilo que identificou como problema das sociedades modernas.

2. Entendimentos divergentes sobre a política de integração do público no discurso mediático

Provavelmente este debate inspirou outros que lhe seguiram, alguns deles mais próximos do nosso tempo. A pertinência dos média relaciona-os, ontologicamente, com o público (Fernández, 2009). Véron destaca o conceito de mediação como «um conjunto constituído por uma tecnologia somada às práticas sociais de produção e apropriação dessa tecnologia» (1997, p. 55). A relação dos seres humanos, nas suas esferas social, cultural e natural, depende, para García-Leguizamón, da elevada relevância societal dada aos meios de comunicação: «estendem-se ao alcance da vista e do ouvido, avivam a curiosidade, alimentam a imaginação, convertendo-se numa presença tão normal na nossa vida que na sua ausência experimentamos uma certa sensação de desamparo» (2010, p. 281). De acordo com Moreno (2006) e Everette (2004), os média deveriam, num plano idealista, promover um conjunto de estratégias que conseguissem criar uma postura pró-ativa em relação aos seus trabalhos. Este ideal teórico vai, como vamos percebendo ao longo desta discussão, encontrando alguns exemplos no terreno prático da ação quotidiana. Esta componente ideológica exprime-se numa das várias críticas postuladas pela Escola de Frankfurt. Adorno e Horkheimer, fundadores desta corrente de pensamento, desacreditavam a função dos média como agentes decisivos para o debate plural, denunciando, por isso, a falsa pretensão do jornalismo em querer ser sinónimo de pluralismo, uma vez que o olhar restrito, subjetivo e circunstancial em que assenta o discurso mediático constituem barreiras importantes para a definição da atividade mediática. Em sentido contrário, Rosalia Winocur (2003) considera que a relação entre os média e a cidadania está em



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

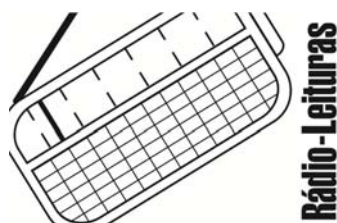
expansão, dado o enfoque cada vez mais sentido, defende a autora, de os média estabelecerem a sua atividade na base dos assuntos que os próprios cidadãos sugerem.

As fronteiras entre recetores e emissores, para utilizar uma terminologia tradicional, parecem de algum modo esbatidas (Rakow, 1999). Pensando na comunicação digital e nas suas potencialidades, Martin Clarke, editor da versão online do diário inglês Daily Mail, sublinha que o feedback dos leitores, sobretudo através da Internet, configura um dos aspetos mais interessantes na nova relação que os média dispõem com os seus públicos:

em primeiro lugar, podemos ver em tempo real quem está a ler as notícias na sua homepage; em segundo, temos a facilidade de ler os comentários às notícias dos utilizadores, que não perdem muito tempo a denunciar conteúdos desagradáveis ou injustos; (...) é esta a beleza da Internet, a interação entre nós e o público é muito mais imediata.

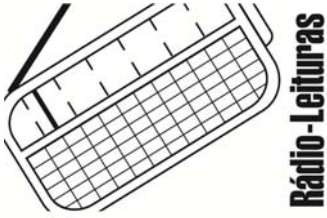
De acordo com Rosa Moreno, «não podemos continuar a tratar os média apenas como uma ferramenta política, mas como uma fonte essencial para as definições dos cidadãos sobre democracia e poder» (2006, p. 301), para inventariar algumas das reflexões que têm expressado um certo otimismo relativamente a este assunto.

As posições mais otimistas desta relação entre o público e os média não esgotam a amplitude de todo este processo. Considerando posturas menos apologistas de uma interação permanente, cuidada e positiva da integração das audiências no jornalismo, podemos lembrar como, na perspetiva de Lazarsfeld & Merton (1948), os média produzem um efeito narcótico junto da sociedade, afastando e distraíndo os cidadãos do verdadeiro debate sobre os temas fundamentais para o progresso, criando uma zona difusa, pouco transparente entre assuntos de ordem pública e interesses de dominação privados. Nesta linha, Raúl Prada (1990) critica a unidireccionalidade dos



média, fator resultante de um afastamento do público dos circuitos mediáticos. No contexto atual, as abordagens desta índole multiplicam-se. Para Juan Luis Cebrián, presidente do jornal espanhol El País, a questão não se coloca exatamente no âmbito das virtualidades do público, mas no facto de os diários não influenciarem, hoje em dia, a opinião pública, referindo até um caso bem pessoal: «se o rei de Espanha, Juan Carlos, pediu desculpa por estar a caçar no Botswana, fê-lo por causa da pressão das redes sociais e não por causa da importância dos diários». Ora, esta perspetiva desmonta um nível interpretativo que relaciona a pouca participação cívica nos média com o facto de se reconhecer, em certos círculos, a perda da hegemonia da imprensa no processo de entendimento sobre o mundo, naquela que terá sido provavelmente uma das suas marcas exclusivas durante boa parte da história da imprensa mundial. Para Cébrian, os diários continuam a deter algum destaque, apesar de já terem perdido o papel de intermediário entre a sociedade e o poder, configurando um certo deficit democrático: «a perda de prestígio que as democracias têm sofrido está ligada à perda de prestígio vivida pelos diários e vice-versa».

Para além desta curta revisão que sublinhou alguns exemplos em distintos contextos geográficos, a questão englobará provavelmente outras posturas. A este propósito, Alexandre Sá não se distancia do pensamento de Marques, na medida em que também responsabiliza a televisão e a rádio pela unilateralidade do discurso mediático, «longe de estimular o confronto e a discussão, o raciocínio e a comunicação na horizontalidade de um mesmo plano, impedem uma verdadeira comunicação, confundindo-a com a estrutura vertical e unidirecional que é própria da propaganda e da manipulação» (2002, p. 6). A eliminação do diálogo, da discussão e da crítica concorrem para um desmoronamento da comunicação plural e genuína: «esta relação não dialógica e, neste sentido não comunicacional, pode ser determinada justamente pela mediação dos média que, longe de fomentarem uma cidadania participativa, interveniente e crítica, se constituem como um obstáculo que impede o diálogo e a discussão» (Sá, 2002, p. 7).



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

Ao recuperar esta crítica relativa à construção de barreiras ao diálogo público, poderíamos igualmente incluí-la numa ideia sensível a Luque, no que toca à reprodução cíclica do discurso mediático, garantindo a «hegemonia e o cumprimento das normas e interesses particulares» (2009, p. 33). Para o autor, esta situação poderá resultar numa compreensão da vida como um terreno de excessiva espetacularização quotidiana em torno dos mesmos assuntos, sem que se perceba com clareza a importância de uma insistência mediática massiva no mesmo assunto. Alertando, ainda, para com a promoção de temas desprovidos de substância social e cultural, levando ao sentimento de isolamento e solidão, Luque sugere que a democracia eletrónica tem acompanhado, de algum modo, esta tendência de alguns média, na medida em que o acesso de um maior número de pessoas aos conteúdos igualmente repetidos e replicados nas versões online de diversos jornais contribuem para um ambiente pouco proveitoso para o progresso social. A este propósito, Todd Gitlin (2002) destaca a saturação criada pelos média nas sociedades do centro do sistema capitalista, que permitem aos cidadãos experimentar as sensações de um circuito fechado. Gitlin sugeria ainda que os jornalistas erram na repetição de imagens em loop, desgastando a memória social.

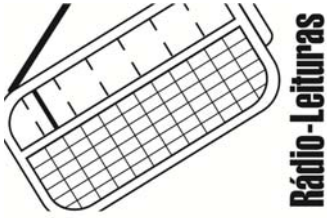
Esta espiral mediática de conteúdos repetidos resultará porventura num tratamento sensacionalista da realidade social, o que, segundo alguns autores, provocam uma apatia nos cidadãos, desprezando o contributo de leitores/ouvintes/espectadores, tornando o ecossistema jornalístico fraco na obtenção de feedback (Kurpius et al, 2009; Nye, 1997; Jamieson & Cappella, 1994). Esta letargia do público poderá eventualmente ser um resultado da produção de certos «conhecimentos errados e ilusórios» produzidos pelos média (Correia, 2001). A tónica de apontamentos negativos, relativos ao interior das produções mediáticas e dos valores veiculados, encontra espaço na reflexão desenvolvida por Justin Lewis (2006) ao lembrar que, frequentemente, os média operam segundo critérios editoriais que pouco motivam o público, através da fraca expressão que a cidadania toma nas

notícias. Aliás, como menciona Laurie Ouellette (2002), no círculo mediático surgem assunções sólidas de que a cidadania não terá uma dependência direta em função dos conteúdos jornalísticos produzidos, pelo que os próprios profissionais promovem apenas os gostos populares e pouco eruditos dos cidadãos.

Neste sentido, sobre a falta de apropriação das contribuições dos indivíduos na atividade mediática, Nico Carpentier e Benjamin De Cleen (2008) recordam que, de repente, a imprensa, a rádio e a televisão parecem ter regressado ao século passado, num quadro demissionário de um papel de moderador neste tipo de interações, através de três erros cruciais: a desmotivação da relevância cultural dos média; o desrespeito pela natureza institucional das instituições mediáticas; e, finalmente, o desprezo pelo terreno comum do determinismo tecnológico que afirma que as formas avançadas de comunicação da atualidade conseguem potenciar a participação e interação entre média e cidadãos. Esta proposta parece não ser propriamente original. Como sugere Lee (2009), o pensamento original sobre a perspetiva crítica atinente aos mass media aparece com o movimento intelectual e filosófico que partiu da Escola de Frankfurt, em diversos aspetos: «controlo de poder, incluindo o monopólio, anunciantes, etc., dos média e das mensagens mediáticas, que, por sua vez, controlam as cognições das audiências, as suas crenças, atitudes e comportamentos» (2009, p. 12). Numa lógica idêntica à de Kelly (2009), que criticava os média que pretendem ser mass na receção ao mesmo tempo que desprezam a criação de conteúdos dos seus públicos.

3. Dinâmicas de uma integração dos ouvintes na rádio: apontamentos a partir do *Fórum TSF*³

³ Este estudo pertence a uma investigação mais alargada, relativa à tese de doutoramento do autor que se assina, intitulada 'A participação dos cidadãos nos média portugueses: estímulos e



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

A opção de estudar o *Fórum TSF* responde à necessidade de refletir sobre um dos programas de opinião pública mais antigos no espaço radiofónico português, particularmente vocacionado para a integrar a voz do ouvinte num determinado formato jornalístico. De um ponto de vista histórico, o percurso deste programa confunde-se com os inícios da TSF. O *Fórum TSF* surge em 1992, conduzido pelo jornalista Sena Santos, num modelo emitido à tarde que proporcionava a análise da atualidade por um ou mais comentadores. Este formato foi sofrendo diversas alterações, sobretudo através da integração do ouvinte, ainda que num nível pouco expressivo, entre duas a três intervenções por telefone. Nesta altura, tal como sublinhou Manuel Acácio na entrevista já referida, a produção do fórum sentia frequentemente que o programa oferecia pouco tempo para uma compreensão ampla relativamente ao assunto em discussão. Neste sentido, o programa sofreu sucessivas alterações, desde o alargamento da sua duração diária, anteriormente fixada numa hora, e permitindo a inclusão de um ou mais ouvintes pelo telefone até aos exemplos mais recentes de integração através das ferramentas *online*. Em todo o caso, o espírito mantinha-se fiel ao propósito de criar um espaço que pudesse ser o encontro de ouvintes e especialistas, em torno do tema do dia. Foram várias as vozes que dinamizaram o *Fórum TSF*, seguindo o princípio orientador de uma moderação realizada por um dos jornalistas da estação. Emídio Rangel e David Borges foram algumas dessas personalidades e, em tempos mais recentes, Manuel Acácio tem sido a presença mais regular neste contexto, numa primeira etapa entre 1999-2008⁴, regressando depois em 2011.

Enquanto o horário do programa se tem mantido de certa forma constante na grelha da TSF, o mesmo não poderemos afirmar relativamente às formas de participação disponibilizadas pela produção, tendo em vista a intervenção do ouvinte

constrangimentos', apresentada em provas públicas em setembro de 2013 na Universidade do Minho, com apoio da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

⁴ Durante este período, Margarida Serra esteve à frente do programa.

em direto. Deste modo, o contacto com os ouvintes tem deslocado a dependência tradicional que mantinha com o telefone, transportando o debate para a Internet, através dos comentários no Fórum *online* e no Facebook. Com efeito, antes de o programa começar, a produção vai dando conta do tema do fórum, sensivelmente uma hora antes do seu início, disponibilizando um número de telefone grátis para os ouvintes procederem à sua inscrição (808_202_173). Por outro lado, como já sublinhámos, a extensão do programa até aos circuitos *online* permitiu, num primeira análise, o alargamento do espaço de discussão. O Facebook⁵ e o Fórum *online*⁶ contribuem para este propósito, na medida em que algumas destas contribuições, ao nível do comentário dos ouvintes, passam efetivamente durante a emissão do programa, após uma seleção realizada pela produção.

3.1. Análise das emissões observadas do *Fórum TSF*

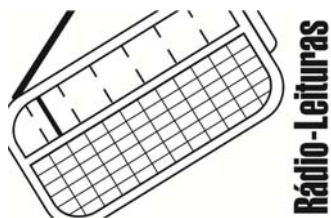
Procedemos à caracterização deste programa reunindo a generalidade das características registadas ao longo das 10 emissões observadas do *Fórum TSF*. Neste sentido, como explica a tabela 1, elaborámos um conjunto de critérios com o objetivo de avaliar diariamente cada emissão:

Tabela 1 – Critérios da análise dos programas observados

Critério de análise	Descrição
Perfil dos participantes no programa e modalidades de intervenção	Compreensão das características básicas dos participantes no programa, em termos do género, da localidade de onde participam e da situação profissional correspondente. Na participação <i>online</i> , apenas se pôde observar

⁵ Em [<https://www.facebook.com/tsfradio>].

⁶ A TSF refere, na página própria do programa que, «de segunda a sexta, entre as 09h00 e as 12h00, pode participar aqui» em [<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]. Aqui também é possível encontrar expressões como «no Fórum queremos ouvir a sua opinião» ou mesmo incentivos à participação *online*: «comente aqui».



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

	o primeiro item. Caracterização dos participantes através das formas de entrada no programa
Tema do dia	Natureza do assunto diário em reflexão
<i>Timings</i> do programa	Contagem e registo das intervenções do moderador, convidados e participantes, além do início e final do programa
Convidados em direto no programa	Caracterização dos convidados/comentadores selecionados pela produção para intervir no programa

Fonte: Elaboração própria.

3.1.1 Perfil dos participantes no programa e modalidades de participação

Independentemente do mecanismo de entrada dos cidadãos no programa, um ponto que sublinharemos de seguida, procedemos à análise da globalidade dos ouvintes que intervieram na antena durante as emissões observadas. Deste modo, construímos alguns traços que podem auxiliar na caracterização deste grupo de ouvintes que ultrapassaram as barreiras da passividade e decidiram entrar em contacto com o programa. Na tabela 2 encontramos a distribuição de todas as participações dos ouvintes, de acordo com o género e a modalidade de participação, mesmo considerando intervenções repetidas.

Tabela 2 – Distribuição de todas as participações nos programas observados, por género e modalidade de intervenção

	Telefone	Facebook	Fórum <i>online</i>	Total
Homens	107	19	56	182
Mulheres	9	3	12	24
Total	116	22	68	206

Fonte: Elaboração própria.

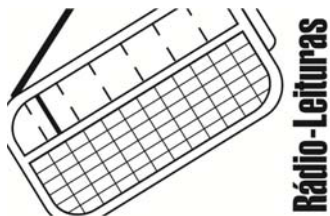
Ao longo de 10 emissões, contabilizamos 206 intervenções, o que equivale a uma média de 21 participantes diários globalmente. Registámos 191 participações únicas, isto é, de elementos que não participaram mais do que uma vez ao longo do período de observação. Na prática isto significa que, do total de intervenções no programa, apenas 10,19% pertenciam a indivíduos que já tinham participado em edições anteriores. Contudo, se quisermos utilizar uma caracterização mais fina, excluindo as repetições, podemos verificar uma distribuição com a seguinte, expressa na tabela 3:

Tabela 3 – Distribuição dos participantes por género e modalidade de intervenção, excluindo os participantes que intervieram de forma repetida

	Telefone	Facebook	Fórum <i>online</i>	Total
Homens	105	19	45	169
Mulheres	9	3	10	22
Total	114	22	55	191

Fonte: Elaboração própria.

Quanto à dispersão dos participantes por género, facilmente percebemos a presença maioritária dos homens em todas as modalidades de participação. Com efeito, apenas no Fórum *online* existe uma maior expressão feminina, com 10 citações em antena. No telefone, a presença masculina é quase total, bem como no Facebook. Consideradas todas as intervenções que passaram na antena, podemos afirmar que em 191 participantes únicos, apenas 11,52% é do sexo feminino, contrastando com 88,48% de domínio masculino neste domínio. No que se refere à totalidade das intervenções, ou seja, o conjunto de vozes representadas no programa, independentemente da repetição de participantes, a percentagem global de mulheres



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

recolhe uma variação residual, subindo ligeiramente para os 11,65%⁷. Confrontado com alguns destes dados, o editor do fórum confessa uma certa «visão limitada», ainda que tenha a noção de que existe uma maior propensão feminina para temas relacionados com a saúde e a educação: «[nesses fóruns] não tenho mais mulheres do que homens, tenho um bocadinho mais de participação feminina do que o habitual». Acácio afirma que a inclinação para uma participação maioritariamente masculina se pode justificar com a audiência típica da TSF, em que «60 a 70% dos ouvintes são homens».

De acordo com as três formas de participação no programa, considerando as com implicação ativa (emitidas na antena em direto) e as com implicação passiva (não entraram na antena), observámos, no caso da intervenção pelo telefone, os participantes que entraram em antena em confronto aos que se inscreveram. No Fórum *online*, analisámos o número de comentadores, dos comentários, em função dos lidos em antena e do total de recebidos. Por fim, no Facebook, analisamos de que forma o *post* que promove o tema do programa recolhe a atenção dos ouvintes, através do comentário, das partilhas e da função 'gosto', além das contribuições lidas pelo moderador em relação ao total de comentários recebidos.

Tabela 4 – A participação dos ouvintes nas 10 emissões observadas do Fórum TSF

	Telefone	Facebook	Fórum <i>online</i>	Total
Emissão #1	11	3	8	22

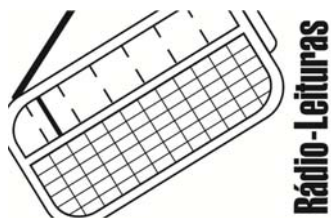
⁷ A propósito da participação *online*, as intervenções através do fórum na Internet dispensam o preenchimento de outros dados que não sejam o primeiro e último nome. No Facebook, por sua vez, apenas temos acesso ao nome igualmente, embora por vezes seja lícito encontrar informações sobre a residência e a situação profissional. Devido à fragilidade e credibilidade destes dados, considerámos apenas ser justa e correta a anotação do nome para efeitos contabilísticos de uma distribuição do género. Ainda assim, pareceram-nos mais credíveis as informações sobre a localidade de onde participam e a situação profissional dos inquiridos por telefone e neste caso podemos constatar diversos dados que serão melhor desenvolvidos no ponto seguinte.

Emissão #2	14	5	11	30
Emissão #3	10	0	6	16
Emissão #4	12	2	5	19
Emissão #5	15	3	10	28
Emissão #6	10	2	5	17
Emissão #7	12	0	7	19
Emissão #8	16	2	5	23
Emissão #9	8	3	5	16
Emissão #10	8	2	6	16
Média diária	12	2	7	21
Total	116	22	68	206

Fonte: Elaboração própria.

De facto, a intervenção pelo telefone superioriza-se em relação a todas as outras, embora possamos sugerir que o Fórum *online* ocupa um lugar importante na dinâmica do programa, em contrário ao verificado ao papel do Facebook, com uma expressão residual, existindo até dois dias (Emissão 3 e 7) em que o moderador não leu qualquer contribuição nesse espaço na antena.

Consideremos, então, detalhadamente cada uma destas modalidades de participação, começando pelo telefone. Ora, depois de consultadas as listas de inscrição cedidas pela produção, tivemos acesso ao total de inscritos, confrontando, posteriormente, com os participantes por telefone que efetivamente entraram no programa. Como revela a tabela 8, o nível de inscrições não é significativamente elevado, apesar de na edição sobre o despedimento do treinador do Sporting Clube de Portugal se ter registado quase meia centena de interessados (46), constituindo-se no valor máximo observado. Note-se ainda as reduzidas inscrições na emissão sobre a nova lei do arrendamento. Por dia, a produção recebe cerca de 30 inscrições e entram



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

na antena 12 pessoas, em média. Em termos genéricos, podemos sugerir que no total de inscritos, apenas 39% participou efetivamente no programa, o que revela um valor relativamente baixo.

Tabela 5 – A participação no *Fórum TSF* através do telefone nas 10 emissões observadas

	Entrou em direto	Não entrou em direto	Total de inscritos
Emissão #1	11	22	33
Emissão #2	14	32	46
Emissão #3	10	20	30
Emissão #4	12	9	21
Emissão #5	15	13	28
Emissão #6	10	21	31
Emissão #7	12	19	31
Emissão #8	16	7	23
Emissão #9	8	15	23
Emissão #10	8	24	32
Média diária	12	18	30
Total	116	182	298

Fonte: Elaboração própria.

Compreendendo um pouco melhor a natureza da participação pelo telefone, poderíamos recorrer a variáveis como o género, a situação profissional e a localidade de onde participam os ouvintes. Com efeito, das 116 intervenções registadas, apenas duas partiram de elementos que já tinham participado em edições anteriores do programa, o que, representa uma taxa de repetição residual, em cerca de 1,73% do

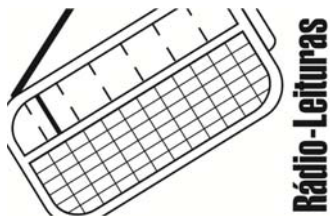
total. Este dado poderá, no limite, ajudar a desmistificar, de algum modo, uma certa ideia instalada de que a participação nestes espaços acaba por ser protagonizada pelos mesmos indivíduos⁸.

Neste contexto, das 114 intervenções únicas a presença masculina surge num patamar expressivo (105) em relação à presença reduzida de mulheres (9). No que toca à situação profissional, podemos destacar o domínio claro de empresários (22), motoristas (9), engenheiros (7), comerciantes e desempregados (6 cada), vendedores e reformados (5 cada)⁹. Relativamente aos pontos geográficos mais assinalados, no topo das localidades mais representadas encontramos Lisboa, com 26 participantes, 13 ouvintes que intervieram ‘em viagem’, oito do Porto, seis de Guimarães, e quatro de Vila Nova de Gaia¹⁰. Se cruzarmos as variáveis de género, com a profissão e a localidade, podemos igualmente obter dados que não se desviam destes níveis. Deste modo, nos homens participantes, as distribuições por localidade são bastante semelhantes às frequências mais observadas nos dados globais deste item, um facto que é potenciado pela presença expressiva do género masculino na figura do participante no telefone: 22 de Lisboa, 13 em viagem, sete do Porto, seis de Guimarães, três de Santo Tirso e Vila Nova de Gaia. No que toca às profissões

⁸ Naturalmente que um estudo de outras proporções, mais alargado no tempo, poderia confirmar ou inverter esta assunção interpretativa que aqui tomamos. Os repetentes eram ambos do sexo masculino.

⁹ 44 situações profissionais foram contabilizadas. Para além das referidas, registámos as seguintes: quatro ocorrências de comerciais, funcionários públicos e professores; com três participações, domésticas e profissões não referidas pelo moderador; dois consultores, gestores comerciais, médicos e sócios gerentes; e, finalmente, com uma participação, advogado, arquiteto, bancário, delegado comercial, delegado de informação médica, editor, eletromecânico, eletrotécnico, empregado de balcão, enfermeiro, estudante universitário, gestor, gestor de conteúdos, mediador, operário têxtil, professor universitário, publicitário, supervisor, técnico cultural, técnico de educação, técnico de informática, técnico de logística, técnico de prótese dentária, técnico de sistemas informáticos, técnico de frio, trabalhador rural, psicóloga e técnica de saúde.

¹⁰ Em termos gerais e de acordo com o NUTS II, temos como região mais representada a de Lisboa (parte da antiga Lisboa e Vale do Tejo, extinta), com 43 participantes. De seguida, o Norte com 38, o Centro com 17, Algarve com um ouvinte e 13 participantes que estavam em viagem.



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

masculinas, as mais registadas foram as de empresário (21), motorista (9), engenheiro (7), comerciante e desempregado (6 cada) e vendedor (5), entre outras. Nas mulheres participantes, observámos novamente a presença de Lisboa como a localidade mais representada, com quatro elementos, seguidos de apenas uma ouvinte das cidades de Aveiro, Amadora, Barreiro, Porto e Vila Nova de Gaia. Quanto às suas profissões, três domésticas para apenas uma presença nas situações profissionais de empresária, funcionária pública, professora, psicóloga, reformada e técnica de saúde. Para além da constatação que os resultados oferecem à nossa investigação, parece claro que o programa promove uma definição do seu público participante no segmento de uma adequação à vida profissional das pessoas. Ora, parece que a portabilidade da rádio se associa a situações em que os ouvintes dispõem de um espaço nas suas rotinas diárias que se compatibilizam com a escuta da rádio. As profissões que sugerem deslocamentos constantes e viagens recorrentes prestam-se, por isso, à participação neste programa.

A segunda modalidade de participação considerada, o Fórum *online*, parece ocupar um plano de destaque neste contexto. Podemos eventualmente considerar que a atuação do moderador condicionará decisivamente para a inclinação dos ouvintes em participar nesse espaço. Através da análise dos programas da amostra, verificámos que, em média, o moderador cita sete comentários realizados nesta rede, substancialmente superior às duas registadas, em média, através do Facebook. Tal como demonstra a tabela 6, podemos constatar esta popularidade no número elevado de comentários nesta plataforma diariamente:

Tabela 6 – Participação através do Fórum *online* nas 10 emissões observadas do Fórum TSF

	Número de comentadores	Anónimos	Total de comentários	Lidos em direto	Comentários lidos na antena (%)
Emissão #1	26	2	28	8	28,6%

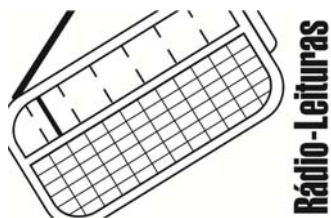
Emissão #2	38	1	38	11	29%
Emissão #3	48	2	56	6	10,8%
Emissão #4	23	2	24	5	20,8%
Emissão #5	51	4	57	10	17,5%
Emissão #6	35	0	38	5	13,2%
Emissão #7	24	0	25	7	28%
Emissão #8	16	0	18	5	27,8%
Emissão #9	32	0	34	5	14,7%
Emissão #10	31	0	34	6	17,6%
Média diária	32	1	35	7	
Total	324	11	352	68	

Fonte: Elaboração própria.

Estes dados revelam novamente que a emissão sobre o futebol do Sporting obteve um nível mais alto de aproveitamento dos comentários no Fórum *online*, em que 29% dos comentários totais passou na antena da rádio. O interesse que o moderador confere a estas contribuições prova-se na relativa homogeneidade desta percentagem de comentários no *online* que se inscrevem no programa, variando entre os 13,2 e os 29%¹¹.

Por fim, a participação através do Facebook, uma modalidade relativamente recente de intervenção do ouvinte no programa, numa estratégia que parece denunciar a aposta da TSF no alargamento do fórum a uma rede bastante popular na atualidade. Contudo, aqui percebemos claramente uma atração menos intensa pelos participantes. A observação da participação nesta modalidade comprova este facto,

¹¹ De referir ainda a intervenção de 68 comentadores no Fórum *online* da TSF, citados pelo moderador na antena. Apesar de contabilizarmos 13 repetições, verificamos que das 55 intervenções únicas pertencem a 45 homens e a dez mulheres.



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

uma vez que o número de comentadores corresponde sensivelmente a um terço do Fórum *online* (103). Tal como será possível comprovar na tabela 7, o índice de comentários no Facebook lidos em antena subiu aos 37,5%. A pouca atração da audiência verifica-se igualmente nas funções ‘gosto’ ativadas e no número ínfimo de partilhas do tema do fórum, de apenas cinco¹².

Tabela 7 – Participação através do Facebook no Fórum TSF

	Número de comentadores	Total de comentários	‘Gosto’	Partilha do <i>post</i>	Citados na antena	Frequência relativa (%)
Emissão #1	18	21	13	1	3	14,3%
Emissão #2	13	15	5	0	5	33,3%
Emissão #3	7	18	7	0	0	-
Emissão #4	7	7	7	0	2	28,6%
Emissão #5	16	17	4	0	3	17,6%
Emissão #6	7	8	8	1	2	25%
Emissão #7	10	10	1	1	0	-
Emissão #8	7	9	7	1	2	22,2%
Emissão #9	7	8	3	0	3	37,5%
Emissão #10	11	16	3	1	2	12,5%
Média diária	10	13	6	1	22	
Total	103	129	58	5	22	

Fonte: Elaboração própria.

¹² Sublinhamos ainda a inscrição de 22 comentadores no Facebook da TSF, citados pelo moderador na antena, por 19 homens e três mulheres. Contrariamente às outras modalidades de participação, não houve aqui qualquer repetição de participantes na antena através desta plataforma.

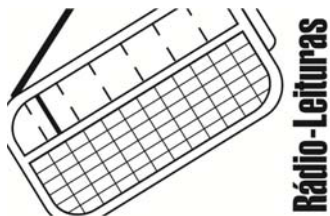
3.1.2 Temas das emissões observadas

Em relação a este critério, propomo-nos a abordar o título de cada emissão, consultado a partir do *site*, procurando inclusivamente definir a área temática onde poderá ser inscrita. Neste ponto recuperamos de que forma se processa a construção mediática da atualidade, nomeadamente na edificação das principais questões que os média julgam meritórias de um debate alargado junto do público para o qual trabalham. Assim, relativamente à análise global desses temas, podemos concluir o seguinte, apoiados na tabela 8:

Tabela 8 – Avaliação global dos temas e das áreas temáticas das emissões observadas do Fórum TSF

Emissão	Título [no <i>site</i>]	Área temática onde se inscreve
Emissão #1	Os dias da rádio	Média
Emissão #2	Mudança no Sporting	Desporto
Emissão #3	Mudanças na função pública	Economia
Emissão #4	Rendas mais altas, arrendamento mais fácil?	Administração local
Emissão #5	E depois do Carnaval?	Sociedade
Emissão #6	Vejam bem!	Cultura
Emissão #7	Luta contra o desemprego	Economia
Emissão #8	Futebol e emoção	Desporto
Emissão #9	Portugal, que futuro?	Sociedade
Emissão #10	Desemprego em alta	Economia

Fonte: Elaboração própria.



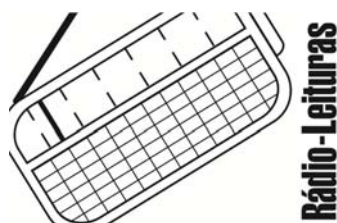
Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

Partindo da dificuldade em definir claramente as fronteiras temáticas dos programas, pelas diversas abordagens apresentadas, concluímos que o *Fórum TSF* apresenta uma certa variedade de assuntos: três de âmbito económico (desemprego, por duas vezes), dois atinentes à realidade desportiva e futebolística e outros dois referentes a temas da sociedade (tolerância de ponto de Carnaval e o futuro de Portugal). No lote de assuntos menos discutidos, registámos uma edição sobre cultura, outro sobre a rádio (média)¹³ e ainda uma emissão sobre a administração local. Este leque de opções variadas quanto ao tema pode resultar em várias leituras. Com efeito, a situação atual do país, em que os assuntos económicos recolhem uma atenção mediática sem precedentes, apoiados por um aumento da taxa de desemprego (debatido em duas emissões), ajuda eventualmente à explicação que serve de base à escolha de três temas do foro económico. A crise nacional, que conheceu novos desenvolvimentos com o plano de resgate de 2011, terá despertado os portugueses para um tema que sugere implicações diretas na vida dos cidadãos. Além de se ter convertido num alvo fácil em termos de cobertura noticiosa e mediática, a crise económica e financeira conduziu as produções mediáticas a uma estratégia de auscultação popular sobre este tema de forma mais recorrente.

Por outro lado, o destaque dado ao futebol não deixa de ser digno de registo, tendo em conta que se associa frequentemente ao nosso país um gosto particular por esta modalidade desportiva. Embora tenhamos observado a repetição desta área temática, a verdade é que foi sempre tomada por perspetivas diversas, problematizando-se questões que se colocam aos três maiores clubes nacionais. Por fim, os temas relativos à sociedade, nomeadamente ao futuro do país e a nova lei do arrendamento seguem a mesma lógica de reflexão sobre assuntos que a crise ajudou a tornar mais evidentes. Uma última nota para sublinhar, ainda, os temas que dependeram de efemérides ou de acontecimentos relacionados com o calendário

¹³ Este tema tem um pretexto absolutamente excepcional, o facto de se ter celebrado, pela primeira vez, em 13 de fevereiro de 2012, o Dia Mundial da Rádio.



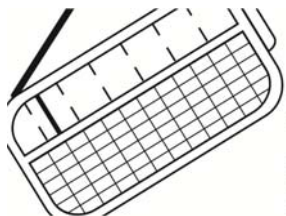
anual: o dia mundial da rádio e o aniversário da morte do músico português Zeca Afonso. Para além de colocarmos o vetor económico no centro das prioridades dos temas escolhidos para reflexão no fórum, não deve ser esquecido o papel que a produção atribui à responsabilidade governativa. Recorrendo a um grau de variada implicação, as ações políticas e governativas acabam por permanecer frequentemente nas opções editoriais do programa.

3.1.3 *Timings* do programa

Relativamente à forma como a produção dá a conhecer o tema aos ouvintes, constatámos que esta informação surge, em primeiro lugar, na emissão hertziana da rádio, pouco antes da edição das 9h, exceto por constrangimentos de tempo ou de indefinição do tema. Porém, em condições normais, o animador da rádio volta a lembrar o assunto que ocupará o fórum depois do referido bloco de notícias. No *site* do fórum, o anúncio pode variar entre as 8h59 e as 9h21, tal como observámos, enquanto os anúncios do tema no Facebook foram colocados entre as 9h12 e 9h24. Estas duas opções revelam que a dinâmica de divulgação do tema acaba por ser acionada com bastante agilidade, pelo que os ouvintes podem ter acesso ao conjunto de informações pertinentes para se sentirem eventualmente motivados a participar. A respeito do início e o final do programa, de acordo com um mero tratamento estatístico, verificamos que o *Fórum TSF* teve início entre as 10h19 e as 10h23, tendo terminado entre as 11h54 e as 11h58. O tempo de duração mínimo do programa foi de 76 minutos e o máximo foi de 85 minutos, o que equivale dizer que, em média, o formato decorreu ao longo de 82 minutos¹⁴. Em termos da disponibilização do programa em *podcast*, ocorreu entre as 12h10 e as 17h21, do próprio dia da emissão.

Neste ponto específico da nossa análise, medimos igualmente, o tempo que cada interveniente utilizou para participar na reflexão no programa. Deste modo, definimos uma série de quatro elementos: a TSF (na voz do seu moderador ou então

¹⁴ Arredondamento à unidade.

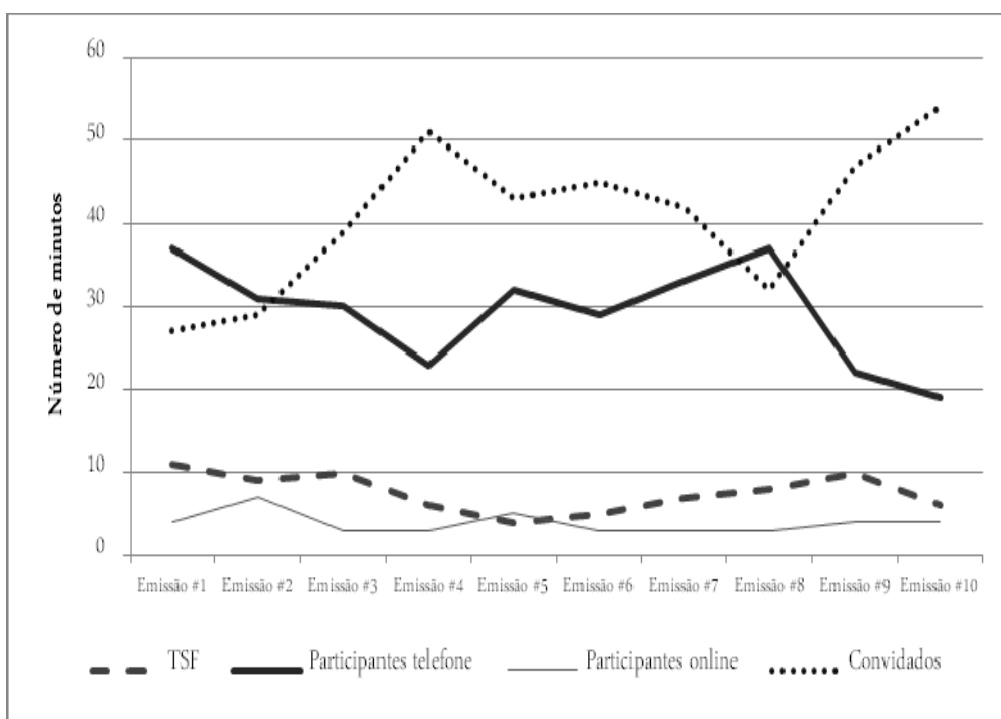


Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

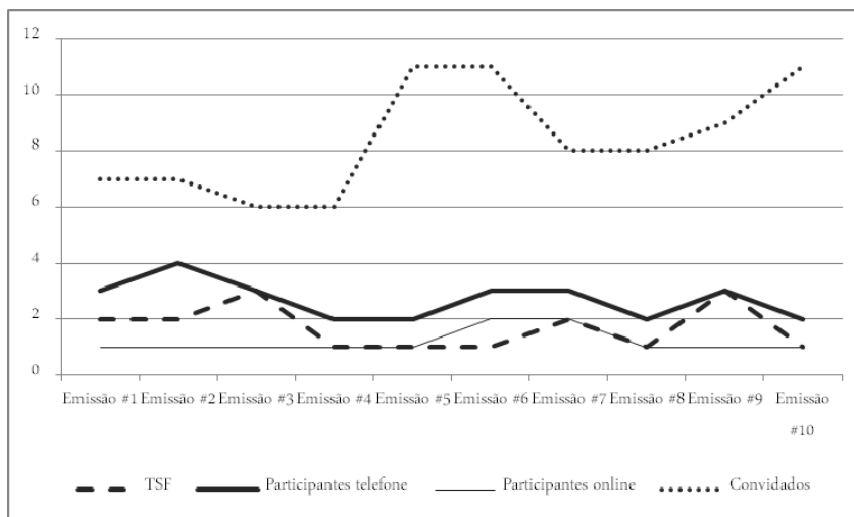
de reportagens que serviram de contextualização do assunto); os participantes pelo telefone; os participantes citados através das plataformas *online*; e, por fim, os convidados/comentadores pela produção. Com efeito, atentemos no gráfico 1, que determina a evolução diária dos minutos de intervenção dos diversos intervenientes no fórum e no gráfico 2, que indica a distribuição média que cada elemento teve para intervir nas emissões observadas:

Gráfico 1 – Evolução diária dos minutos globais de intervenção dos elementos do programa



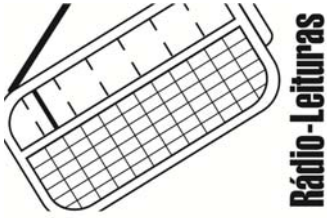
Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 2 – Distribuição dos minutos que cada elemento teve, em média, para participar no Fórum TSF



Fonte: Elaboração própria.

Os convidados e os participantes por telefone dominam, claramente, o tempo de antena no *Fórum TSF*, com destaque para a predominância dos primeiros (exceto nas emissões 1, 2 e 8). A diferença entre estes dois elementos revela-se particularmente evidente na Emissão 4, em que os convidados dispuseram de 51 minutos, contrastando com 23 nos participantes por telefone. Para além de compreendermos o domínio destes dois grupos, verificamos igualmente o pouco peso que os restantes elementos – participantes *online* e a TSF – desempenham neste quadro. Naturalmente que a presença de um número mais reduzido de convidados, contrastando com o elevado tempo que lhes é dado para intervir, resulta numa média de minutos mais elevada por cada um destes intervenientes, chegando a atingir os 11 minutos. Os participantes *online* ficam-se pelo extremo oposto, variando entre 1 e 2 minutos de intervenção. No caso dos participantes por telefone, o caso apresenta-se paradoxalmente aos convidados, uma vez que detêm pouco tempo de intervenção e se apresentam em maioria, levando a médias individuais que variam entre os 3 e 4 minutos de participação. A TSF, na voz do moderador, obtém um registo discreto de intervenção, variando entre 1 e 3 minutos. Relativamente a estes resultados, Manuel



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

Acácio destacou a vantagem de o fórum ser um produto radiofónico que reflete uma certa «geometria variável», isto é, os tempos de intervenção de cada um dos elementos anteriormente considerados dependem, quase em exclusivo, da importância que o editor lhes confere. Neste sentido, Acácio defende que os 11 minutos de participação média por convidado representam apenas uma referência, um número que não se encontra previamente planeado no contacto com estes elementos: «se tenho um ministro na abertura do fórum, (...) ou se sei que o convidado é bom, que está ali a notícia, não me importo nada de gastar 25 minutos só com ele».

3.1.4 Convidados e comentadores no programa

De acordo com o moderador do fórum, os convidados surgem no programa para corresponder ao objetivo de questionar, tanto quanto possível, os protagonistas do dia: «uma mistura entre quem faz e decide e quem observa e comenta», com o próprio sintetizou. Neste sentido, procurámos avaliar o papel e o relevo que a produção confere aos convidados, para o qual concorre a constatação dos seguintes resultados:

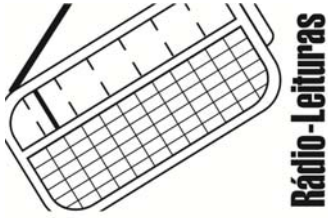
i. Total de convidados: mais de meia centena (51), em que três participaram mais do que uma vez (António Costa, diretor do Diário Económico; João Marcelino, diretor do Diário de Notícias; João Vieira Lopes, presidente da Confederação do Comércio e Serviços de Portugal);

ii. Origem geográfica: a tendência quase esmagadora de convidados residentes em Lisboa surge no mesmo cenário em que apenas dois intervieram do Porto. Nota ainda para a presença em estúdio de um convidado, António Perez Metelo, habitual comentador da TSF para questões políticas. De resto, a maioria das intervenções processa-se através de contacto telefónico com os convidados¹⁵;

¹⁵ O editor do fórum assume esta tendência, ponderando até a sua reconfiguração a uma seleção de convidados mais descentralizados. Para Acácio, Portugal não é um país fértil em especialistas e como os

iii. Género: dos 48 convidados, o que representa uma média aproximada de cinco por emissão, apenas três são mulheres (Ana Avoila, Frente Comum; a Ministra da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, Assunção Cristas, e a deputada do Bloco de Esquerda, Catarina Martins);

iv. Ligação ao tema: em primeiro lugar, os ‘atores’, ou seja, os elementos cujo cargo, situação profissional ou formação académica resultam num papel de decisores diretos sobre as matérias em questão, como por exemplo ministros, sindicalistas, etc. Em segundo, os ‘observadores’, que resumem todas as personalidades que apenas avaliam a realidade, dentro da sua visão pessoal, sem responsabilidades diretas na tomada de decisões relativas ao tema apresentado. Com efeito, observámos que dos 48 convidados, 23 podem ser incluídos na categoria de ‘ator’. Neste grupo podemos destacar a presença de onze políticos, entre deputados (9), ministros (2), quatro convidados de associações de interesses profissionais e dois membros de sindicatos. Esta presença política revela-se importante, na medida em que, tal como referiu um dos membros da produção em entrevista, Fernanda Oliveira, a discussão que envolve a criação de leis obriga à auscultação dos partidos com assento parlamentar, pelo que condiciona, desde logo, a existência de mais convidados oriundos da política. Na categorização dos ‘observadores’, destacamos a presença de 17 jornalistas na figura do comentário e de cinco professores universitários, num total de 25. Recorrendo a estas terminologias, somos levados a acreditar que a natureza do espaço público de discussão que o fórum promove também se constrói nestas opções. Com efeito, a promoção de um programa que envolve os decisores políticos e sociais com o público não se enquadra apenas numa forma de credibilização deste formato, como suscitará provavelmente um interesse mediático pelas questões que aí se colocam. Neste sentido, é com alguma regularidade que certas declarações dos convidados no fórum



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

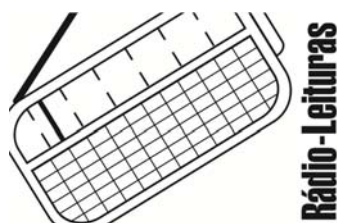
se convertem em focos da atenção mediática generalizada, em notícias¹⁶. Por outro lado, este equilíbrio com os observadores procura contextualizar o olhar particular de quem, mesmo não pertencendo à classe executiva, tem condições para opinar sobre a realidade e contribuir para o debate público;

v. Ligação do convidado ao programa: neste caso avaliámos o recurso da produção a figuras que mantêm uma relação esporádica ou permanente no papel de comentário desta rádio. Verificámos que a maioria dos convidados apresenta uma ligação esporádica ao programa, ou seja, não apresentam um vínculo permanente com este espaço, já que dos 48 convidados, apenas seis elementos pertencem ao lote de comentadores regulares e oficiais da TSF. Este ponto revela que, de algum modo, a estratégia do programa, no que se refere ao comentário, não se centra sobre a própria rádio. Por outras palavras, podemos argumentar que, no *Fórum TSF*, a rádio não fala recorrendo a ela própria. Pelo contrário, dos 48 convidados, 42 pertencem a outros universos da realidade social e mediática. Admitindo que estes intervenientes possam ser novamente convidados em momentos exteriores ao período observado, parece-nos, de alguma maneira, que a TSF tentará escapar a uma certa rarefação do discurso mediático, na medida em que se abre a vozes exteriores aos seus muros, para além de, nesta análise, termos identificado poucas repetições nos comentadores.

4. Principais linhas de reflexão: conclusões

O *Fórum TSF*, um dos mais antigos e prestigiados do género *talkshow* informativo na rádio portuguesa, integra assim a voz do público de forma competente, como podemos aferir. Ao longo de 10 emissões, apenas 10,19% pertenceram a participantes repetidos, o que configura uma audiência variada e onde diversas vozes se cruzam. Quanto à dispersão dos participantes por género, facilmente percebemos a

¹⁶ Repare-se neste exemplo: o ex-primeiro-ministro José Sócrates, em 2011, referiu no fórum a importância do então Plano de Estabilidade e Crescimento, facto que motivou o interesse mediático, aqui no jornal PÚBLICO: [http://www.publico.pt/Pol%C3%ADtica/socrates-vamos-ter-saudades-do-pec_1491674, acedido em 28/04/2011].



presença maioritária dos homens em todas as modalidades de participação. Apenas no Fórum *online* existe uma maior expressão feminina, com 10 citações em antena. De facto, a intervenção pelo telefone prevalece sobre todas as outras, muito provavelmente pela intenção de continuar a privilegiar o telefone como principal recurso de contacto com o público, acedendo à voz do ouvinte como elemento teoricamente genuíno e expressivo da opinião individual.

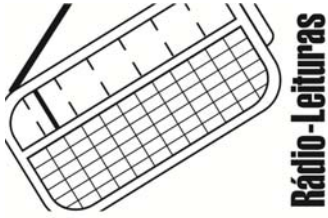
Os convidados e os participantes por telefone dominam, claramente, o tempo de antena no *Fórum TSF*, com destaque para a predominância dos primeiros: mais de meia centena (51), apenas três repetidos, seguindo a tendência quase esmagadora de convidados residentes em Lisboa, o que representa uma média aproximada de cinco por emissão, apenas três são mulheres, 23 incluídos na categoria de ‘ator’, 25 ‘observadores’ e 42 convidados que não pertencem ao grupo de comentadores residentes da estação.

A opção de estudar este programa de opinião pública representa a intenção de promover uma reflexão sobre o valor das contribuições dos ouvintes na discussão de temas considerados de interesse público. Neste artigo fica de algum modo demonstrado que, pelo menos caso, existe um manifesto interesse de contar com a voz do público. Com efeito, as múltiplas modalidades de participação, desde o telefone ao Fórum *online* e Facebook, reforçam a intenção de compromisso com a rádio, sendo que o moderador incluiu frequentemente esses comentários *online* durante o programa.

Referências bibliográficas

CARPENTIER, N. ‘Participation, Access and Interaction: Changing Perspectives’. In NIGHTINGALE, V.; DWYER, T. (eds.) **New Media Worlds**. Oxford: Oxford University Press, 2007, pp. 227-240.

_____. **Media and Participation** – A site of ideological-democratic struggle, Bristol/Chicago: Intellect, 2011.



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

CORREIA, J. 'Media e cidadania: Algumas reflexões em torno de duas categorias modernas: consenso e ideologia' [Online], **BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Covilhã: UBI, 2001. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-media-cidadania.html>, acessado em 16/05/2009.

_____. 'Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática' [Online], **BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Covilhã: UBI, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>, acessado em 16/07/2009.

DEWEY, J. **The Public and its Problems**. Nova Iorque: Holt, 1927.

FERNANDÉZ, J. 'Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios?'. **Comunicar** - Revista Científica de Educomunicación, XVII (33): 2009, 55-61.

GARCÍA-LEGUIZAMÓN, F. 'Educación en medios ayer y hoy: tópicos, enfoques y horizontes', **Magis: Revista Internacional de Investigación en Educación**, 2 (4): 2010, 279-298.

GITLIN, T. **The Whole World is Watching**. Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left. Berkeley: University of California Press, 2003.

JAMIESON K., CAPPELLA J. **Media in the middle: fairness and accuracy in the 1994 health care reform debate**. Filadélfia: Annenberg Public, 1994.

KELLY, J. **Red Kayaks e Hidden Gold, The rise, challenges and value of citizen journalism**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2009.

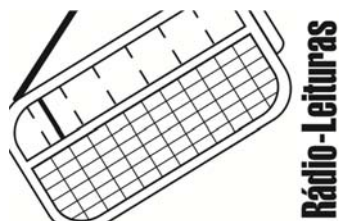
LAZARSFELD, P.; MERTON, R. 'Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action'. In BRYSON, L. (ed.) **The Communication of Ideas**. Nova Iorque: Institute of Religious and Social Studies, 1948.

LEWIS, J. 'News and the empowerment of citizens'. **European Journal of Cultural Studies: Media and Cultural Studies**, 9 (3): 303–319, 2006.

LIPPMAN, W. **Public opinion**. Nova Iorque: Free Press, 1922 [Edição 1997].

MORENO, R. 'Citizens and media cultures: hidden behind democratic formality', **Global Media and Communication**, 2 (3): 299–313, 2006.

NYE, J. 'The decline of confidence in government'. In NYE, J., ZELIKOW, P.; KING, D. (eds.) **Why People Don't Trust Government**. Cambridge: Harvard University Press, 1997, pp. 1-18.



Ano IV, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2013
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

OUELLETTE, L. **Viewers Like You: How Public TV Failed the People**, Nova Iorque: Columbia University Press, 2002.

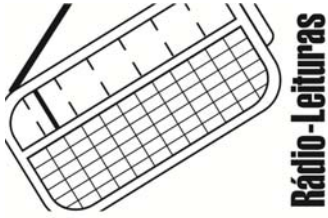
PRADA, R. 'Comunicación, participación social, democratización y medios alternativos', **La Opinión Pública**. Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio: pp. 53-64, 1990.

RAKOW, L. 'The Public at the Table: From Public Access to Public Participation', **New Media & Society**, nº1: 74-82, 1999.

SÁ, A. 'Media, Mass media, Novos Media e a crise da cidadania' [Online], BOCC – **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Covilhã: UBI, 2002. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sa-alexandre-media-crise-cidadania.pdf>, acedido em 16/04/2009.

WASKO, J.; MOSCO, V. **Democratic Communications in the Information Age**, Nova Jérсия: Garamond Press & Ablex, 1992.

WINOCUR, R. 'Media and Participative Strategies: The Inclusion of Private Necessities in the Public Sphere', **Television New Media**, 4 (1): 25-42, 2003.



Políticas de integração do ouvinte na rádio: a opinião do público ainda conta?

Fábio Fonseca Ribeiro

Abstract

Throughout its history, radio has been using telephone to create a very special bond with their listeners. Traffic information, audience requests in music shows can only demonstrate this idea of a 'participated radio'. In the grasp of Communication Sciences studies, the integration of audiences in the media discourse has been conceptualized as 'participation in the media' (Wasko & Mosco, 1992, Carpentier, 2011). Following the important discussion fostered by Lippman (1927) e Dewey (1932), we would like to question current policies which deal with audiences' integration in the media, taking into account one of most important public opinion programmes in Portuguese radio, such as Fórum TSF, from TSF Rádio-Notícias.

Keywords: radio, public opinion, participation.

Resumen

Históricamente, la radio ha desarrollado una relación muy especial con los oyentes desde el teléfono. Informaciones sobre el tráfico de coches, programas que utilizan las canciones solicitadas por el público constituyen sólo algunos de los casos de esta idea de "radio participativa". Dentro de los estudios de Ciencias de la Comunicación, la integración de los ciudadanos en el discurso de los medios a menudo se presenta bajo el concepto de "participación en los medios de comunicación" (Mosco y Wasko, 1992, Carpentier, 2011). Recordando un célebre diálogo entre Lippman (1927) y Dewey (1932), acerca de las potencialidades y limitaciones de la intervención pública en los medios de comunicación, que tratamos de comprender cómo la radio en Portugal permite la integración de los ciudadanos en su línea editorial, a partir de un estudio de caso del Fórum TSF, de TSF - Rádio Notícias. Evaluamos el espacio público que se construye todos los días, los temas discutidos, el perfil de los invitados para la producción, los ritmos de la habla, entre otras cosas.

Palabras Clave: Radio, opinión pública, participación.