

Da participação dos cidadãos nos media à ideia de cultura interactiva: um estudo a partir da rádio

Fábio Fonseca Ribeiro⁵²

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Universidade do Minho

Resumo

Tem sido sob o signo da participação de leitores, ouvintes e telespectadores que muitos estudos têm pensado, em tempos mais recentes, os desafios do digital e da potencial interactividade entre aqueles que, classicamente, nos tínhamos habituado a reconhecer na qualidade de emissores e receptores. Da política aos media, passando especificamente pelo jornalismo, o conceito de participação tem-se, na verdade, revestido de significativa relevância. Central na reconfiguração do discurso mediático, a participação do cidadão nas produções dos media, quer ao nível do entretenimento quer da informação, tem sido apresentada como um dos pilares constituintes de uma cultura interactiva.

Elementar também no campo da literacia mediática, o conceito de participação é hoje, na verdade, indispensável à análise sociológica do aparelho mediático, porque está associado a uma transformação generalizada da lógica de funcionamento dos media. Esta é a convicção orientadora de um estudo realizado a partir do meio radiofónico acerca das motivações para participar em espaços abertos ao eco das audiências.

Numa abordagem exploratória desta problemática, desenvolvida no contexto de uma tese de mestrado apresentada em Julho de 2008, na Universidade do Minho, tomámos como pretexto o programa Fórum da TSF para questionar as razões que levam à participação dos ouvintes num espaço de opinião pública. São os resultados desta investigação que nos propomos apresentar, apontando para a pertinência de uma pesquisa mais aprofundada que permita caracterizar a participação como género central na programação de estações de rádio e televisão, como género emergente na imprensa e como oportunidade francamente potenciada nos espaços on-line.

1. Introdução

Tem sido sob o signo da participação de leitores, ouvintes e telespectadores que muitos estudos têm pensado, em tempos mais recentes, os desafios do digital e da potencial interactividade entre aqueles que, classicamente, nos tínhamos habituado a reconhecer na qualidade de emissores e receptores. Da política aos media, passando especificamente pelo jornalismo, o conceito de participação tem-se, na verdade, revestido de significativa relevância. Central na reconfiguração do discurso mediático, a participação do cidadão nas produções dos media, quer ao nível do entretenimento quer da informação, tem sido apresentada como um dos pilares constituintes de uma cultura interactiva e um dos mecanismos legitimadores da democracia (Bucy&Gregson, 2001:357).

⁵² Doutorando em Ciências da Comunicação, na Universidade do Minho (Bolsa FCT com Referência SFRH/BD/47490/2008)

Elementar ainda no campo da literacia mediática, o conceito de participação parece ser hoje, na verdade, indispensável à análise sociológica do aparelho mediático, porque está associado a uma transformação generalizada da lógica de funcionamento dos media. Ora, esta é também a convicção orientadora de um estudo realizado a partir do meio radiofónico acerca das motivações para participar em espaços abertos ao eco das audiências.

Numa abordagem exploratória desta problemática, desenvolvida no contexto de uma tese de Mestrado apresentada em Julho de 2008, na Universidade do Minho, tomámos como pretexto o programa Fórum da TSF para questionar as razões que levam à participação dos ouvintes num espaço de opinião pública. São os resultados desta investigação que nos propomos apresentar, discutindo num primeiro momento os conceitos desta problemática e apontando por fim para a pertinência de uma pesquisa mais aprofundada, que permita caracterizar a participação como género central na programação de estações de rádio e televisão, como género emergente na imprensa e como oportunidade francamente potenciada nos espaços on-line.

2. Das novas tecnologias à ideia de interacção

Seria, por certo, desavisado pensar hoje a comunicação de âmbito social, e nela particularmente a prática jornalística, sem a perspectivar no quadro da cultura tecnológica, cibernética e de redes em que está, por força do progresso, profundamente enraizada. Esta é em todo o caso a linha que têm assumido os estudos presentes da Sociologia da Comunicação, onde se inscrevem como referências particularmente relevantes, entre outros, os trabalhos de Derrick de Kerckhove (nomeadamente em *A Pele da Cultura*) e de Manuel Castells (*A galáxia Internet*, por exemplo). Desde pelo menos os projectos da Escola de Frankfurt que nos habituámos a olhar criticamente a cultura contemporânea e a experiência moderna. O que há, talvez, de original nos debates mais actuais é a extensão da crítica às ligações, ou, em última análise, ao tipo de ligações que, por via dos media, se estabelecem entre os indivíduos em situação comunicativa interpessoal, por um lado, e em situação comunitária por outro.

Identificando as ligações com a crise da modernidade, José Bragança de Miranda (2002) alerta justamente para a compulsão à ligação, o que, a nosso ver,

reflecte a propensão que parece existir nos media (dos diferentes suportes) para a interacção (que é também uma forma de ligação) entre aqueles que nos acostumámos a identificar no papel de emissores e de receptores.

A propósito de novas ligações surgem também novos media e outras interactividades, como constata João Carlos Correia (2001:4):

«Através da observação do WorldWideWeb, pode-se verificar uma evolução importante do jornalismo on-line (também chamado por vezes de jornalismo electrónico ou, ainda, por webjornalismo) que passa por uma autonomia crescente em relação aos media tradicionais. A adição de hiperlinks, motores de pesquisa e a possibilidade de seleccionar notícias em função de interesses distintos e sistemas de relevância plurais, as possibilidades de navegação abertas pelo hipertexto; às alterações estéticas e narrativas induzidas por uma relação diferente entre a imagem e a escrita juntam-se as possibilidades políticas e éticas acrescentadas pela interactividade, designadamente no que respeita ao direito de resposta, à relação com as fontes e à investigação jornalística.»

E destes novos media, Correia prolonga o debate até à abertura à discussão nos fóruns:

«Desde uma eventual menor dependência das fontes institucionais até uma maior intervenção dos públicos, através do prolongamento da discussão nos fóruns disponíveis abrem-se um conjunto de possibilidades que, eventualmente, poderão alterar rotinas e modos de tipificar próprios de cada medium. »

Este processo de abertura à participação cívica poderá, eventualmente, estar sempre condicionado por constrangimentos, normas organizacionais e convenções narrativas de que dependem os conteúdos e a prática discursiva dos media. Se é verdade, que a influência dos media na construção social da realidade é um dado incontornável, não é menos verdade que cada vez mais é obsoleto e irrealista opor os media aos agentes sociais, como se os primeiros ocupassem uma posição, desligada das interacções concretas entre os homens. Pelo contrário, hoje abre-se a possibilidade de que os agentes sociais recorram aos próprios media, através de uma intervenção cada vez mais directa na descodificação, recepção activa e até na produção de mensagens.

De acordo com esta perspectiva, as novas transformações estruturais dos media podem desempenhar um papel estruturante acentuadamente reflexivo. Ora, se na amplitude própria das abordagens filosófica e sociológica se examinam os efeitos das novas tecnologias na experiência humana, no quadro mais específico das Ciências da

Comunicação são as suas oportunidades e os seus inconvenientes o que tem sido mais explorado. Foi, por sinal, neste contexto que se desenvolveram exponencialmente, no seio dos estudos jornalísticos, abordagens que situam no plano do cidadão as novas aptidões e atracções dos media. Referimo-nos neste capítulo aos trabalhos que exploram a possibilidade do chamado ‘jornalismo do cidadão’, como o de Dan Gillmor (Nós, os Media), ou do ‘jornalismo cívico’, no dizer de Nelson Traquina.

Igualmente conhecido como ‘jornalismo público’ ou ‘jornalismo comunitário’, o movimento surge do impulso de jornalistas e académicos que reconhecem ao indivíduo ‘consumidor de media’ um papel mais activo e participante. Pretendendo reforçar a ligação entre os media noticiosos e a cidadania, esta corrente reforça a tese segundo a qual os media têm procurado promover a capacitação dos públicos para a participação no espaço público.

Todavia, há ainda quem faça uma ponte entre a política e a intervenção cívica nos media. Peter Dahlgren, na obra *Civic participation and practices: Beyond “deliberative democracy”* refere que uma das maiores dificuldades da democracia moderna é a falta de participantes, um afastamento progressivo dos cidadãos às questões políticas. Este facto, considera Dahlgren, fez com que os novos media utilizassem a Internet no sentido de expandir determinadas reflexões e discussões:

«Espaços como fóruns, networkings e a chamada e-democracia etc têm sido boas soluções para aumentar a participação cívica. Estes espaços fizeram com que se voltem a discutir temas importantes do passado, mas com o forte cunho das novas tecnologias. A Internet e outras tecnologias oferecem novas oportunidades para os cidadãos participarem na democracia, especialmente fora de um contexto parlamentar.»

Não obstante o inegável sucesso de muitos projectos neste domínio desenvolvidos nos Estados Unidos, as principais enunciações do movimento continuam a suscitar reservas e críticas entre jornalistas e estudiosos. Por outro lado, ganham sustentação esforços que, no campo das Literacias Mediáticas, também procuram habilitar os indivíduos dos vários segmentos de público não só para um uso criterioso dos media como também para a intervenção que os tem como plataformas de acesso ao espaço público.

3. A cidadania no epicentro da participação mediática

A problemática da participação nos media aparece com frequência intimamente ligada à ideia de cidadania. O exercício de uma cidadania activa aparece, na verdade, como uma das justificações mais recorrentes da abertura à participação dos públicos. Seria, por esta razão, de certo modo incompreensível iniciar uma discussão sobre participação, públicos e media, sem procurar esclarecer o conceito de cidadania em si mesmo.

Historicamente, a noção de cidadania remonta à realidade das antigas polis (cidades) gregas, situada, portanto, num local, região, onde um sistema de direitos e deveres regulava as actividades sociais dos mais variados indivíduos. Por conseguinte, ser cidadão era, no pensamento grego, uma forma de pertencer e estruturar a própria sociedade. Mais recentemente, Marshall (citado por Cammaerts, e Carpentier, 2006: 10-11) considera que ser cidadão depende, em boa parte, do livre exercício de uma liberdade pessoal.

«O cidadão é composto por direitos que evocam a sua liberdade individual. (...) Sendo um elemento político, ele deverá participar no exercício do poder, um sentimento investido pela possibilidade de voto. (...) Sendo um elemento social, deverá sentir que pertence a uma comunidade de bem-estar económico e pessoal e que tem o direito de partilhar o seu património social e viver civilizadamente de acordo com os pressupostos que prevalecem na sociedade».

Definindo o cidadão do ponto de vista político e económico, as palavras de Marshall não dispensam, porém, algumas das questões enunciadas por Peter Dahlgren (2000: 318): «a cidadania é uma identidade? E que tipo de identidade é essa? Será que as pessoas se sentem elas próprias cidadãs, quando têm alguma visibilidade pública?». Por outro lado, de que forma pode o cidadão comprometer-se com uma determinada sociedade, na actualidade? Será que os cidadãos reconhecem as suas acções como estando na base de um sentimento bem demarcado de cidadania? São, de facto, inúmeras e complexas as questões que se levantam em torno do conceito. Embora não seja nossa pretensão a definição do conceito e a resolução de algumas destas inquietações, interessa-nos particularmente o facto de, genericamente, a cidadania ser também invocada como razão pela qual os media apelam à implicação das suas audiências.

Antony Giddens (1991: 214-217) acredita que as motivações que levam as pessoas a agir em nome colectivo estão, maioritariamente, dependentes de interesses

personais, fruto de um cada vez mais acentuado individualismo. Giddens utiliza o exemplo da política para evidenciar esta crescente “self conception”, em que os cidadãos já não mantêm um vínculo duradouro com uma determinada entidade ou organização política e social. Estabelecem, isso sim, um conjunto de alianças temporárias e efémeras. Giddens considera, no entanto, que quando a intervenção política se faz sentir com particular intensidade na vida dos cidadãos, existirá, potencialmente, uma maior disponibilidade dos cidadãos para se comprometerem.

A palavra “cidadão” remonta ao século XIV, época em que se assistia ao início de um franco desenvolvimento urbano, temperado por um crescente êxodo rural e referindo-se aos habitantes de uma determinada “urbe” ou cidade. Posteriormente, o termo foi alargado até ao cumprimento de um conjunto de normas, direitos e deveres de uma comunidade. No entanto, foi apenas no século XVIII que o termo “cidadão” começou a ser identificado e associado a questões de âmbito mais individual e subjectivo. Hoje, o cidadão é todo o indivíduo com liberdade para agir numa determinada comunidade política (McAfee, 2000:13).

Então que condições a sociedade e os media poderiam proporcionar tendo em vista a concreta realização de uma cidadania responsável, activa e global? Bart Cammaerts e Nico Carpentier (2006:220) abordam algumas dessas opções: obtenção de qualidade no acesso a infra-estruturas e serviços; maior diversidade real e pluralismo de canais de livre expressão de opinião; esferas públicas pluralistas que abordem não só a opinião maioritária, mas que tenham sempre em atenção a opinião das minorias; independência, ética e profissional dos jornalistas, bem como assegurar a protecção do seu trabalho; trabalhar para o bem comum, na partilha de informação e conhecimento; contribuir para um desenvolvimento justo e sustentado; apoiar movimentos cívicos e as próprias iniciativas mediáticas.

Um projecto deste tipo encarará a participação nos e pelos media como um factor de cidadania. Numa tentativa de democratizar a comunicação, sobretudo nos circuitos mediáticos, a cidadania aparece, pois, no epicentro de um apelo à intervenção no espaço mediático, ou seja, à oportunidade de ter voz activa (MacBride, 1980:172).

4. A participação nos media: interrogações a partir de um estudo de caso

É talvez intrínseco à natureza dos meios de comunicação social, um certo apelo à implicação daqueles a quem se dirigem. Desde o correio dos leitores na imprensa às mais diversas formas de interação por telefone na rádio, pode por certo reconhecer-se que desde muito cedo todos os meios de comunicação mass-mediática procuraram garantir a implicação dos respectivos públicos. Se não o fizeram antes tão amplamente como o fazem hoje, é porque não estavam, por um lado, garantidas as condições tecnológicas que deram aos media a especial potencialidade para interagir, e, por outro, porque não se observavam as circunstâncias que viriam a promover a democracia da própria comunicação.

Pode, com efeito, reconhecer-se com toda a propriedade que diversos factores contribuíram para as transformações operadas no campo da comunicação social. Em primeiro lugar, são inteiramente mais abertas as condições políticas, económicas e sociais com que hoje se acede ao chamado espaço público. Depois, são francamente mais auspiciosas as promessas da tecnologia que, a um ritmo imparável, potenciaram aquilo que diversos autores definiram como a era das ligações. Se «a técnica», como diz Maria Teresa Cruz em *Crítica das Ligações* (2002), «mobiliza para a ligação», é justo que nos interroguemos se é também a técnica que mobiliza, de algum modo, para a participação.

A recorrente convivência com o termo sugeriu a ideia de que participação seria um conceito relativamente fácil de definir, caracterizando-se basicamente pela passagem de uma atitude passiva a uma atitude potencialmente activa das audiências. Várias questões, porém, interrogam a aparente simplicidade ou ‘vulgaridade’ do conceito. O que é, afinal, participar? Que níveis de intervenção nos e através dos media permitem distinguir os graus de participação de leitores, ouvintes e telespectadores? Que motivações mobilizam para a participação?

Num estudo desenvolvido no âmbito de um Mestrado em Ciências da Comunicação (Relatório apresentado em Julho de 2008, na Universidade do Minho), procurámos especular em torno de algumas respostas especialmente à última questão. Com efeito, partindo da experiência de jornalista-estagiário na TSF, pretendeu-se naquele momento estudar a relação entre os ouvintes e a rádio, nomeadamente no que respeita à questão da participação dos mais variados cidadãos no Fórum da TSF, um dos programas de opinião pública mais emblemáticos no contexto nacional. Para tanto,

procurou-se compreender, a partir de uma amostra aleatória e acidental, que motivações podem ter os ouvintes que participam no Fórum da TSF.

Consideradas diversas hipóteses de resposta, como a tentativa de modificar a realidade do país, a mera expressão de opinião, o interesse na actualidade, ocupação de tempos livres, entre outras, foram aplicados questionários por telefone a participantes nos programas emitidos nos últimos três dias de Abril de 2008⁵³. Embora o inquérito por questionário apresente limitações quanto à superficialidade das respostas, esta é uma técnica que preenchia as intenções mínimas da investigação, pois segundo Quivy e Campenhoudt (1992: 190), o inquérito por questionário

«Consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativos de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou questões humanas e sociais (...)»

Apenas duas pessoas das 31 que participaram no programa nos dias em estudo não aceitaram colaborar no inquérito.

Relativamente ao questionário propriamente dito, foram colocadas algumas questões de âmbito genérico sobre rádio e outras mais específicas sobre a questão que nos ocupa especificamente. Perguntámos, com efeito, se “Costuma ouvir rádio?” e “Com que frequência ouve a TSF?”, questões a que se seguiram duas perguntas mais concretas sobre a realidade do Fórum: “Com que frequência ouve o fórum da TSF?”, “Com que frequência participa no fórum da TSF?” A penúltima questão deste inquérito procurou saber “Por que participa [o ouvinte] no Fórum da TSF?”. No caso desta pergunta, os inquiridos poderiam escolher entre uma ou duas alternativas das que se seguem: “Para partilhar opiniões”, “Para tentar mudar alguma coisa no país”, “Pelo meu interesse na actualidade”, “Para ocupar o tempo”, “Por nenhuma razão em especial” e “Outro”. A última questão, por sua vez, tinha um carácter totalmente diferente das

⁵³ A participação depende de um processo de inscrição prévia. Ora, para um ouvinte entrar na antena, terá de se inscrever para o número de telefone que a TSF disponibiliza para a participação no programa (linha gratuita). O número de inscrições varia de dia para dia, consoante o tema. Naturalmente que outro factor de que dependerá a maior ou menor participação dos ouvintes é o tempo dedicado pelo editor para os ouvintes expressarem as suas opiniões. Em muitas edições do Fórum, a presença de convidados ou a existência de peças jornalísticas sobre o tema em debate impedem que o programa conte com a opinião de muitos participantes.

anteriores. O inquirido teria de classificar o grau de concordância ou discordância relativamente a uma determinada afirmação, numa escala de 1 a 5, sendo que o valor 1 diz respeito ao “Discordo muito”, e o 5 ao “Concordo muito”. A afirmação em causa era: “O fórum da TSF é um espaço de opinião pública que pode influenciar algumas intenções políticas do Governo.”

A análise destes dados sugeriu que existe uma significativa tendência para a justificação da participação no Fórum da TSF com uma vontade latente de modificar a realidade do país, através da expressão de uma determinada opinião pública num espaço de reconhecida visibilidade mediática. Conhecer a realidade que está por detrás deste comportamento, que, à partida poderia passar despercebida à maioria do ouvinte comum. Seria uma participação desinteressada, apenas baseada no intuito de simplesmente partilhar de opiniões? Ou, pelo contrário, uma participação condicionada por factores como o interesse pela actualidade, a expressão de preocupações, ou ainda por um desejo de alterar a realidade económica, social e política do país?

Os resultados deste estudo, que padece naturalmente da dificuldade que uma amostra tão reduzida oferece à generalização, orientam-nos para uma leitura que dá conta de duas principais razões para a participação neste programa da TSF: um que se baseia na intervenção livre de qualquer fim ou propósito, apenas a mera participação; e um outro que engloba uma componente emocional, até de uma certa racionalidade política e democrática, uma vez que os participantes entram na antena com o propósito, dizem-no, de alterar uma determinada situação.

Reconhecendo, desde logo, que a amostra apresenta um número excessivamente reduzido de elementos – e que as considerações que se produziram não são susceptíveis de uma generalização – alguns dados podem ser indicadores de um panorama que gostaríamos de estudar em profundidade. São, desde logo, resultados marcados por uma presença massiva de Homens (89,7% dos questionados). Por outro lado, a caracterização da amostra, em termos meramente globais, aponta para um domínio de indivíduos situados numa faixa etária entre os 31 e 60 anos. Quanto à naturalidade, é francamente expressiva uma predominância quase em absoluto das regiões mais ao litoral de Portugal.

Relativamente a questões mais específicas sobre rádio, 93,1% dos participantes inquiridos responderam que ouvem rádio todos os dias. Dos 29 questionados, 24

afirmaram que ouvem a TSF todos os dias. Sobre o Fórum, 79,3% dos ouvintes mostraram também acompanhar este programa todos os dias. A mesma percentagem de inquiridos revelou que participa uma vez por semana no Fórum. Pode, portanto, com alguma propriedade considerar-se que os participantes no programa serão por norma ouvintes com assiduidade e, tanto quanto possível, participantes regulares.

No que concerne aos motivos que norteiam a participação no Fórum, o par de razões mais escolhido foi “para partilhar opiniões/para tentar mudar alguma coisa no país”, pelo que parece poder dizer-se que a motivação dos ouvintes se insere numa crença na possibilidade de alterar a realidade nacional. Nota ainda, num plano secundário de escolhas, para as questões apontadas por alguns inquiridos, que vêem o Fórum como um espaço onde podem expressar preocupações e indignações, desabafar contra aquilo que está mal, ou pelo mero interesse pela actualidade.

Os inquiridos consideram, ainda, que o Fórum é um programa que é capaz de influenciar algumas decisões políticas do Governo, ou seja, é a opinião de vinte indivíduos em 29 questionados no total. Através da análise dos dados, pode-se afirmar que a maioria dos inquiridos participa no Fórum no sentido de que as suas opiniões possam ter algum impacto e modificar a realidade do país.

5. A participação como género

Não obstante ser uma tendência generalizada das práticas e produções mediáticas, a participação constitui-se também como um género específico de programas, muito popular no meio radiofónico desde a década de 1970. Arturo Merayo Pérez é, na verdade, um dos autores que associam participação a um género de programação. Pérez (1992:223) acredita, com efeito, que a participação, enquanto género, tem modalidades, estrutura e fins definidos, podendo operar com autonomia relativamente a outros géneros e está plenamente consolidado na radiodifusão de muitos países:

«Enquanto género radiofónico, entende-se por participação aquela estrutura discursiva que tem como fim principal tornar público o contacto imediato e particular que se estabelece entre o sujeito emissor da comunicação e determinado ouvinte individual»

Pérez (1992: 224) distingue a este propósito dois tipos de participação, quer se utilizem códigos linguísticos orais ou escritos:

«1. A que se estabelece por escrito é uma participação restritiva já que se encontra condicionada por vários limites: de expressividade, derivados do uso de um código escrito; de velocidade, impostos pela lentidão com que o código linguístico se utiliza, se traduz e se transmite; e, finalmente, limites de espaço, sempre mais estritos que os de tempo;

2. (...) A comunicação mais perfeita é a de carácter oral, pois que possui maior riqueza linguística e expressiva e permite uma resposta imediata, é na medida esta modalidade que o género participação tem mais relevância.»

O autor espanhol refere, ainda, a existência de duas modalidades de participação oral, uma no estúdio e a outra por telefone. O género participação pode actuar como participação essencial, isto é, género principal do programa ou da secção radiofónica ou então como uma participação complementar, integrando-se no programa ou secção sem chegar a ser constitutivo ou imprescindível. Pérez considera, ainda, que a participação essencial é aquela que configura programas e secções baseadas exclusivamente na participação dos ouvintes, de modo que sem ela o programa ou a secção perde a sua razão de ser. Herreros, por seu lado, classifica ainda o termo de “rádio democrática” como

«um espaço dos processos comunicativos dos cidadãos, mediante diálogo e de debate, com um enfoque plenamente plural na sua relação com o social, político, económico, ideológico ou cultural, com especial atenção para combinar este serviço entre as maiorias e as minorias, com uma certa relevância para a sociedade.» (Herreros, 2007:205)

Central na programação de rádios, quer ao nível da programação informativa quer ao nível da programação de entretenimento, a participação é, por assim dizer, um género consolidado. Da participação em passatempos à partilha de opiniões em programas de debate, a participação é o elemento central de programas estruturantes de algumas das estações radiofónicas nacionais. Recordem-se, a propósito, programas como Bancada Central (entretanto extinto da antena da TSF), Fórum TSF ou Antena Aberta. Mas também na televisão o género tem proliferado tanto no campo da informação como no campo da programação lúdica, sendo reclamado, por exemplo, como o suporte de alguns formatos de entretenimento de que o Big Brother (TVI) ou a Operação Triunfo (RTP) seriam apenas alguns exemplos.

6. Da rádio à generalidade dos media: projecto de dissertação

Apesar de ser um género particularmente relevante no meio radiofónico, a participação não é um exclusivo da rádio. No sentido, portanto, de alargar o âmbito do estudo exploratório de que damos conta nesta comunicação, desenhámos um projecto⁵⁴ que procurará estudar pelo menos um espaço de opinião pública por cada variante de Jornalismo, isto é, na imprensa, na rádio, na televisão e até na Internet. Em suma, uma tentativa de abranger um maior número de espaços de opinião pública, espalhados pelos mais variados órgãos de comunicação social, com uma escolha já definida: na imprensa, o Público e o Jornal de Notícias; na rádio, a Antena 1 e a TSF; na televisão, a RTP e a SIC; e na Internet, os portais Portugal Diário e Maisfutebol. A razão pela qual se optou por estas empresas, escolha que poderia ter sido feita aleatoriamente, prende-se, porém, com a amplitude destes órgãos no quadro da comunicação social nacional.

Fenómeno complexo, a participação mediática impõe, na verdade, muitas outras questões que carecem de melhor tratamento e investigação. Além de considerar um período de estudo incomparavelmente mais largo, a investigação que propomos pretenderá analisar detalhadamente outros indicadores de ordem pessoal, sócio-económica e cultural relativamente, por exemplo, à identidade de cada indivíduo/participante. Queremos inclusive averiguar se a participação dos ouvintes está, de alguma forma, relacionada com factores de instrução, rendimento, ou até mesmo se existe uma localização geográfica onde a participação se verifique com maior incidência. Outra intenção estruturante deste projecto é questionar que estímulos têm particularmente as faixas etárias mais jovens, por um lado, e mais idosas, por outro, para a mobilização à participação, sobretudo para se perceber se existem, eventualmente, alguns constrangimentos à participação deste conjunto de indivíduos nos mais variados espaços de opinião pública nacionais.

Sob o objectivo genérico de caracterizar o envolvimento dos cidadãos nos discursos mediáticos, a investigação que pretendemos empreender dispõe-se compreender a deslocação de uma comunicação tradicionalmente unilateral – das instituições para públicos –, para uma comunicação de índole interactiva. Na verdade,

⁵⁴ Projecto de Doutoramento aprovado pelo Conselho Científico do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia

procurar-se-á estabelecer um programa de trabalhos que permita avaliar a pretensa passagem de media dirigidos a um público passivo para media que convidam os cidadãos a integrar activa e dinamicamente os seus discursos e as suas produções. Mais especificamente, podemos sintetizar o intuito desta proposta de trabalho no seguinte plano de objectivos:

- Problematizar os conceitos de participação e cidadania;
- Fazer o estado da arte dos estudos sobre públicos e audiências;
- Conhecer os espaços de participação dos públicos nos media nacionais;
- Caracterizar a participação como género central na programação de estações de rádio e televisão, mas também como género emergente na imprensa e francamente potenciado nos espaços online;
- Conhecer o “público-participante” português;
- Comparar a realidade portuguesa com a de outros países, procurando avaliar as condições da transição para a actividade das audiências no contexto europeu;
- Compreender de que forma a participação dos portugueses nos media nacionais está, eventualmente, ligada a diversos factores como a instrução, a localização geográfica dos indivíduos, factores sócio-económicos, bem como a faixa etária;
- Identificar os estímulos e as dificuldades que enfrentam públicos mais específicos (como os jovens e os mais idosos) para participarem nos mais variados espaços de opinião pública dos media portugueses;
- Compreender as motivações do público para participar através dos media;
- Inscrever a questão da participação no quadro mais alargado de uma educação para os media ou, como parecem preferir os estudos mais recentes, no quadro da chamada ‘media literacy’;

Em síntese, o projecto tem como título “A participação dos portugueses nos media nacionais: estímulos e constrangimentos” e procurará centrar-se, como o próprio nome sugere, nas motivações e nos embaraços que incentivam ou inibem a participação mediática. Apesar de se tratar de um programa individual de trabalhos, este projecto inscreve-se no quadro de um projecto colectivo sobre “Participação nos media: envolvendo os cidadãos” que se centra nas formas de apropriação social de velhos e novos media bem como das plataformas e ferramentas da web, para fins pessoais, cívicos e políticos, incluindo aqui o escrutínio dos media estabelecidos. Este projecto ocupa-se, pois, da experiência social de participação no espaço público, na diversidade e intensidade das suas expressões e nas dificuldades e obstáculos ao seu desenvolvimento. Propomo-nos proceder a um levantamento do leque dessas experiências e, a partir delas, elaborar uma tipologia que seja empiricamente relevante.

A partir da percepção dos processos sociais que condicionam positiva e negativamente a participação no espaço mediado, o projecto propõe-se contribuir também para enriquecer e qualificar as acções orientadas para a capacitação dos cidadãos. Tomando aqui um carácter assumidamente normativo, parte do pressuposto, suportado em numerosas pesquisas, de que a literacia mediática e digital constitui uma linha de acção central e decisiva, em especial na formação dos jovens.

Referências bibliográficas

BUCY & GREGSON (2001) – “A legitimizing mechanism of mass democracy” – in *New Media & Society*, vol. 3, nº 3, SAGE, pp. 357-380;

CAMMAERTS, B., CARPENTIER, N. (2006) “Reclaiming the Media: communication rights and expanding democratic media roles”, Bristol: Intellect, pp. 10-220;

CARPENTIER, Nico et al (2006) "Researching media, democracy and participation", Tartu University Press, texto acedido através de www.tyk.ee

CASTELLS, M. (2004) – *A galáxia Internet – reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade* – Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, pp. 49-90;

CORREIA, João Carlos (2001), “Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática”, Universidade da Beira Interior, texto acedido através de www.bocc.ubi.pt

DAHLGREN, Peter (2006) “Civic participation and practices: beyond “deliberative democracy”. In Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Wengerfeld, Kaarle Nordenstreng,

eds *Researching Media, Democracy and Participation*, Tartu: Tartu University Press, pp. 35-87;

GILLMOR, Dan (2005) – *Nós, os media* – Lisboa: Presença, pp. 76-89;

GREGSON, K. (2001) – “Media Participation: a legitimizing mechanism of mass democracy” – in *Revista “New Media & Society”*, vol. 3, nº 3, pp. 357-380;

KERCKHOVE, Derrick de (1997) – *A pele da cultura – uma investigação sobre a nova realidade electrónica* – Lisboa: Relógio d’Água, pp. 109-123;

MIRANDA, José Augusto Bragança de (2002a) (org.) – *Crítica das ligações na era da técnica* – Lisboa: Tropismo, pp. 56-79;

RIBEIRO, Fábio (2008) “ A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar”, Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, pp. 35-50.