

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

**A participação dos cidadãos nos
mídia portuguesas: estímulos e
constrangimentos**
Fábio Fonseca Ribeiro

Fábio Fonseca Ribeiro

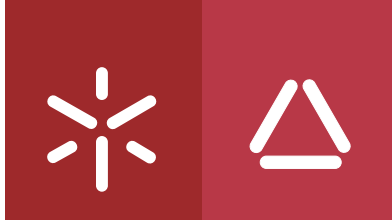
**A participação dos cidadãos nos
mídia portuguesas: estímulos e
constrangimentos**

FCT

Fundação para a Ciência e a Tecnologia

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR





Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Fábio Fonseca Ribeiro

**A participação dos cidadãos nos
mídia portuguesas: estímulos e
constrangimentos**

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação
Especialidade de Sociologia da Comunicação

Trabalho realizado sob a orientação da
Professora Doutora Maria Madalena Costa Oliveria

DECLARAÇÃO

Nome: FÁBIO FONSECA RIBEIRO

Endereço eletrónico: fabiofonsecaribeiro@gmail.com

Título da Tese de Doutoramento:

A participação dos cidadãos nos média portugueses: estímulos e constrangimentos

Orientadora:

Professora Doutora Maria Madalena Costa Oliveira

Ano de conclusão: 2013

Área de especialidade do Doutoramento:

Ciências da Comunicação – Sociologia da Comunicação

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ___/___/_____

Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Um projeto de investigação requer uma aprendizagem a múltiplos níveis. Para além da reflexão própria da área científica, existe um conhecimento pessoal que se cultiva progressivamente. As horas solitárias nas bibliotecas, os largos minutos que se prendem a vários teclados, a gestão do tempo imune à rigidez de horários, as noites longas e as madrugadas que nascem antes da luz do dia. Tudo isso aponta a uma certo isolamento. Contudo, este trabalho esteve longe de ser um caminho solitário.

Em primeiro lugar, se a presente investigação apresentar algum crédito, devo cedê-lo inteiramente à minha orientadora, a Professora Doutora Madalena Oliveira. O acompanhamento permanente, a competência singular, a disponibilidade constante para responder às diversas solicitações, os estímulos oportunos para progredir no trabalho e a fiel amizade são razões mais do que justas para estar satisfeito pela forma como se conduziu todo este processo científico. Depois, um agradecimento à Universidade do Minho e ao Instituto de Ciências Sociais onde me senti bem integrado ao longo de quatro anos. Neste caso, devo um especial cumprimento ao CECS (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade), na pessoa do seu atual diretor, o Professor Doutor Moisés Martins, e do seu antecessor, o Professor Doutor Manuel Pinto. Aos restantes professores e investigadores do centro não deverei esquecer a ajuda importante em diversas etapas, como os professores Pedro Portela, Alberto Sá, Joaquim Fidalgo, Luís Santos e das professoras Sara Pereira, Sandra Marinho, Teresa Ruão, Helena Sousa, Felisbela Lopes e Ana Melo. Devo também um agradecimento ao professor Stanislaw Jedrzejewski pela ajuda prestada.

À minha família devo tudo. À Inês, com quem aos 12 anos já falava sobre o meu gosto pelas 'letras', o meu obrigado mais sincero e puro: pelas ausências dentro e fora do país, pelo constante apoio que me deu, por ser uma mulher de coragem, que se ergue no desânimo e que defende os seus. Que me brinda com aquelas risadas que aliviam a tensão de dias complicados. Talvez tudo isto seja insignificante perante a felicidade de me ter dado a menina dos meus olhos. A ti, Camila, que enquanto escrevo estas e outras linhas me observas da tua cadeira, com o ar mais intrigante e belo que já vi, devo a energia, o entusiasmo e a alegria dos últimos meses de trabalho.

À minha família de sempre, as minhas referências, aos meus pais, Zé Luís e São, e à minha linda irmã, Kina, que são mais do que uns verdadeiros heróis para mim, que me deram exemplos dignos, amor inexcedível e nunca se vergam às maiores tormentas, o meu grande obrigado. Às minhas tias Vira, Alice, Beatriz e Rosa, aos tios Filipe e Natalino, por quererem sempre saber como este trabalho ia decorrendo, a minha vénia. À família que se juntou entretanto, aos meus bons sogros, Manuel e Dina que, do alto da sua sabedoria, amizade e apoio incansável, conseguem sempre receber-me em sua casa com aquele sorriso genuíno de quem gosta de receber. Obrigado. Ao Zé Filipe e à Teresa, que serão sempre os nossos Zés, obrigado pelos cafés e conversas distendidas. Às minhas cunhadas Natália e Dília, e respetivos maridos, Beto e Raúl, que tantas vezes à volta da lareira me aqueceram com estima, boa-disposição, e que me deram tantos sobrinhos. Rafael, Miguel, David, Rodrigo e Juliana: convosco sou um tio que mais se parece a um primo.

Uma parte considerável deste doutoramento foi passada em Barcelona, Espanha, ao longo de setes meses. Em dois períodos de formação complementar no grupo de investigação PUBLIRADIO, da Universidade Autónoma de Barcelona, aprendi muito. Na organização de congressos fora do meu *habitat* natural, no contacto com os média que apoiaram vários estudos de caso ali realizados, pela descoberta das bibliotecas indispensáveis a muitas horas de leitura e pelo privilégio absoluto de estar diariamente com gente tão *exquisita*. Desde o responsável que coordenou as minhas tarefas, o Professor Doutor Juan José Perona, ao diretor do grupo de investigação, o Professor Doutor Armand Balsebre, a outros elementos como as professoras María Luz Barbeito, Anna Fajula e às bolseiras Susana Giménez, Blanca Perona e Núria Arcos, todos fizeram-me sentir perfeitamente instalado. Jamais esquecerei o ambiente acolhedor e os sábios conselhos que conduziram os meus trabalhos. Na Faculdade de Ciências da Comunicação da UAB, também tive a sorte de contar com o apoio dos professores Santiago Tejedor, Pere-Oriol Costa e José Manuel Pérez Tornero. Uma palavra de carinho ao professor José María Ricarte, que entretanto partiu, mas que deixou um testemunho marcante de profissionalismo e amizade no grupo de investigação onde trabalhei. *Moltas gràcies per tot.*

Um agradecimento caloroso aos meus amigos que conseguiram ajudar-me diariamente nesta investigação: ao meu grande amigo Luís Pereira, companheiro de congressos, jogos de futebol (como esquecer o encontro internacional com os romenos?), à Lisbeth Rodrigues pelo conhecimento doutorado em formatações e pela amizade sempre presente, à Sara Guia pelo interesse no curso do trabalho, à Rita Araújo, Sofia Gomes, Luciana Fernandes e ao Ivo Neto

pelos bons momentos passados no centro, à Márcia Rodrigues pela ajuda decisiva com papeladas e pela palavra amiga sempre ao ouvido, ao Pedro Costa e à Carla Cerqueira, Mafalda Oliveira, Renata de Freitas, Andrea Neves, Francine Oliveira, e Maria José Brites que coincidiram neste percurso comigo, ao Miguel Santos pela amizade que vem do século passado, ao Albanir Faleiros, companheiro de aventuras e reflexões filosóficas sobre a vida. À Sabrina Baustista, *mi lechuga*, amiga de boas e longas conversas e ainda à Marcela García, que, apesar de ser demógrafa, sempre se interessou em perceber como funciona a investigação em comunicação, nos muitos e longos passeios entre o Frankfurt e a estação de Gràcia, autênticas aulas de espanhol, de 'bogotano' e da vida. *De sopa a seco. Muchas gracias.*

Aos responsáveis dos média que ajudaram na implementação deste projeto de investigação: Josep Capdevilla e Xavier Ortuño (SPORT); Mireia Mallol (Catalunya Ràdio); Lídia Herédia, Carles Manteca e Trinidad Espejo (TV3); Núria Llop (El Periódico); Manuel Acácio, Fernanda Oliveira, Dulce Martins (TSF); Carla Jorge de Carvalho, Liliana Gomes, Linda Florêncio (SIC Notícias); Lúcio Brandão (JN); e Victor Ferreira, Simone Araújo e Hugo Torres (PÚBLICO). A todos estou grato pela ajuda decisiva.

Um agradecimento importante à Fundação para a Ciência e a Tecnologia que permitiu a realização desta investigação através de uma Bolsa de Doutoramento com a referência SFRH / BD/47490/2008, integrada no QREN – POPH – Tipologia 4.1 – Formação Avançada, participado pelo Fundo Social Europeu e por fundos nacionais do Ministro da Educação e Ciência.

À minha avó Delfina e ao Bairro da Ponte, por me terem feito feliz.

A participação dos cidadãos nos média portugueses: estímulos e constrangimentos

Será porventura intrínseco à natureza dos meios de comunicação social um determinado apelo à implicação daqueles a quem se dirigem (Wolton, 2009; Carpentier & Cleen, 2008). No caso específico do jornalismo, discute-se hoje a natureza de uma eventual maior propensão de trocas comunicativas entre os média e os cidadãos, por via de condições técnicas e tecnológicas favoráveis (Cruz & Bragança, 2002; Harley, 1996), capazes de retroalimentar os processos comunicativos, transfigurando os estáticos papeis de emissor e recetor (Cloutier, 2002). No seio dos estudos em Comunicação, este movimento dialético entre o jornalismo e o público associa-se frequentemente ao conceito de 'participação nos média', como o momento em que as audiências conseguem inscrever a sua voz no discurso jornalístico num determinado formato (Carpentier, 2011; Pinto, 2010; Deuze, 2006, Huesca, 1996).

Ora, recortando apenas uma dessas esferas onde este complexo termo intervém, esta investigação problematiza, em primeiro lugar, o conceito de cidadania enquadrado no espaço público e mais concretamente nos média para, num segundo momento, refletir sobre os condicionalismos tecnológicos que servem audiências potencialmente mais ativas e envolvidas no discurso jornalístico. Desta forma, o presente trabalho procura avaliar de que forma está montado o 'cenário participativo' nos média portugueses, conhecendo os cidadãos que dele tomam parte e compreendendo as políticas levadas a cabo pelos responsáveis mediáticos. Para tal, convocámos uma amostra que procura representar uma abordagem multidisciplinar do jornalismo, concretizada em diversos espaços participativos: na rádio, o *Fórum TSF* da TSF – Rádio Notícias; na televisão, o *Opinião Pública* da SIC Notícias; na imprensa, o Jornal de Notícias com as *Cartas do Leitor*, e na imprensa *online* a edição do PÚBLICO com as caixas de comentário às notícias. Resgatando um conceito tradicionalmente associado ao campo político (Dahlgren, 2006), procuramos atualizá-lo numa perspetiva reconfigurada, num novo paradigma comunicacional, conscientes de que poderá ser crucial repensar esta relação em épocas de contenção orçamental e financeira, uma vez que estará inclusivamente em causa a própria sobrevivência dos meios que dependem inexoravelmente das audiências.

ABSTRACT

Fostering and constraining citizens' participation in the Portuguese media

It is in the essence of the media some sort of contribution from their audiences (Wolton, 2009; Carpentier & Cleen, 2008). In the particular case of journalism, new communicative dialogues between media and citizens are said to be fostered as social and technological possibilities (Cruz & Bragança, 2002; Harley, 1996) are keen to alter the traditional roles of the sender and receiver (Cloutier, 2002). In the grasp of several studies in Communication Studies, this relationship has been also posed in terms of the concept 'citizens' participation in media' as the particular moment where audiences are able to include their voices in the media discourse (Carpentier, 2011; Pinto, 2010; Deuze, 2006, Huesca, 1996).

Thus, as we may include this concept in numerous areas of social life, this research tries to question the role of 'citizenship' in an overall perspective within the public space, focusing then in the media scope. Subsequently a discussed will be made on how those technological conditions are in fact promoting an evolutionary process inside passive audiences, turning them into active ones. Consequently this investigation will try to evaluate how Portuguese media are working to build the participative opportunities for their audiences in a journalistic level, as well as observe what kind of characteristics are typical in those whom participate, questioning media productions about their real motivations for opening the gate to the public opinion and participation. In this regard, an observation was proceeded into some participative formats held by the media, in a multidisciplinary approach: in radio, *Fórum TSF* from TSF – Rádio Notícias; in television, *Opinião Pública* from SIC Notícias; in press, *Jornal de Notícias* and their Letters-to-the-editor; and in online press, the news' comment sections from the newspaper PÚBLICO. As the concept of 'participation' is traditionally analysed from a political point of view Dahlgren (2006), this research aims to save this concept from this tendency, updating it in this particular media scope, in a renewed communicational paradigm, thus it may be crucial in such difficult times, to define clearly how media productions can work towards a better inclusion of their audiences, as every journalist organization depends obviously on those whom they work.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	i
RESUMO.....	v
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE TABELAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xviii
ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES.....	xx
ÍNDICE DE MAPAS.....	xxi
ÍNDICE DE ORGANOGRAMAS.....	xxii

INTRODUÇÃO.....	1
1. Tema e objeto de estudo.....	3
2. Identificação da questão de pesquisa.....	5
3. Justificação da relevância de investigação.....	7
3.1 Relevância pessoal.....	8
3.2 Relevância académica e política.....	9
3.3 Relevância dada pelos média à participação.....	10
4. Estudos sobre o envolvimento dos cidadãos nos média em perspetiva.....	11
5. Percurso de um contributo desejado.....	19

PRIMEIRA PARTE

CAPÍTULO 1: CIDADANIA E PARTICIPAÇÃO NO ESPAÇO PÚBLICO: COLOCANDO O HORIZONTE NOS MÉDIA.....	23
1. Sobre o envolvimento cívico na antiguidade clássica e a atualidade do público.....	25
1.1 Contributos para a consolidação de uma cultura participativa.....	25
1.2 Do entendimento difuso entre público e multidão à crise atual no envolvimento cívico.....	34

2. Reflexões conceptuais sobre modos de socialização e estruturação da vida pública	45
2.1 A centralidade dos movimentos assumidos pela sociedade civil e pela esfera pública ..	46
2.2 Origem e consolidação da opinião no espaço público.....	51
3. A predominância do discurso político sobre o conceito de participação	60
3.1 A democracia como narrativa política propícia ao conceito de participação.....	61
3.2 O paradoxo de uma democracia que oferece reduzidas possibilidades de participação cívica.....	66
4. O exercício da cidadania e a definição do espaço público.....	72
4.1 A cidadania como sentimento de pertença e implicação à participação	72
4.2 A contribuição dos média para o exercício da cidadania hoje	81
5. Entre discursos apologistas e pessimistas de uma relação entre os média e os cidadãos .	86
5.1 Interpretações positivas sobre a inclusão do público nos média	86
5.2 A desacreditação de uma esfera mediática atenta às contribuições do público	91
CAPÍTULO 2: A PARTICIPAÇÃO COMO IMPERATIVO DOS MÉDIA PÓS-DIGITAIS.....	97
1. Tecnologias avançadas de comunicação ao serviço da participação nos média.....	99
1.1 A qualidade do jornalismo perante a democratização do acesso à Internet	102
1.2 Da sociabilidade <i>online</i> à contemporaneidade em rede	106
1.3 A apropriação das redes sociais pelo jornalismo	113
2. O conceito de ‘participação’ nos média	119
2.1 Referências históricas no envolvimento dos cidadãos nos média	120
2.2 Contributos para uma tipologia da interação entre média e cidadãos	124
2.3 Das definições de ‘participação nos média’ aos recantos silenciados	134
3. A ‘Educação para os Média’ no cruzamento com a participação	142
3.1 Momentos de afirmação da Educação para os Média no panorama português e internacional.....	143
3.2 A participação nas leituras conceptuais da ‘Educação para os Média’ e ‘literacia mediática’	156
3.3 Argumentos favoráveis a uma sociedade participativa e ‘educada para os média’	163
4. Da técnica contemporânea à ligação/compulsão aos média?	171
4.1 A contemporaneidade técnica: os (des)lugares da cibercultura e do ciberespaço	172

4.2 A hegemonia da técnica e da máquina na transfiguração do ‘eu’ contemporâneo.....	178
4.3 A ‘mobilização erótica’ dos cidadãos em torno dos média	182
5. Antecipando estímulos e constrangimentos na participação dos cidadãos nos média	187
5.1 O conceito de ‘motivação’	188
5.2 Lançando a rede de motivações e constrangimentos na teia mediática	201

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO 3: PERCURSO METODOLÓGICO209

1. Estudos preparatórios para o capítulo metodológico: experiências de investigação sobre o envolvimento dos cidadãos nos média.....211

1.1 O lugar da participação dos cidadãos nos média: o caso do programa *Banda Ampla* da TV3 da Catalunha..... 211

1.2 Sintonizando com os ouvintes: retrato da participação dos cidadãos nos programas de opinião de pública *Antena Aberta* e *Fórum TSF*..... 217

1.3 O silêncio dos imigrantes: da integração social à participação na vida pública através dos média..... 230

2. Metodologia: a participação dos cidadãos nos média como objeto de estudo.....236

2.1 Resultados esperados e recursos necessários à condução do estudo 239

2.2 Elementos fundamentais na construção do enquadramento teórico 241

2.3 Preparando o terreno empírico: entre o objeto de estudo e a seleção da amostra 244

2.4 Conversando com os participantes: o inquérito por questionário 247

TERCEIRA PARTE

CAPÍTULO 4: DA PERSPETIVA TEÓRICA AO REAL EM PERSPETIVA255

1. A participação dos ouvintes na rádio: o caso do *Fórum TSF*.....257

1.1 O enquadramento da TSF – Rádio Notícias como objeto de observação 257

1.2 A abertura à participação dos ouvintes na emissão hertziana da TSF 259

1.3 O ‘palco participativo’ em projetos radiofónicos semelhantes à TSF 261

1.4 O *Fórum TSF* como objeto de estudo..... 263

1.4.1 A rotina do programa, da seleção do tema à entrada em estúdio 267

1.4.2	Análise das emissões observadas do <i>Fórum TSF</i>	270
1.4.2.1	Perfil dos participantes no programa e modalidades de participação.....	270
1.4.2.2	Temas das emissões observadas	276
1.4.2.3	<i>Timings</i> do programa.....	278
1.4.2.4	Estatísticas no <i>site</i> do fórum	281
1.4.2.5	Convidados e comentadores no programa.....	281
1.4.3	As reflexões por entre conversas com o auditório do <i>Fórum TSF</i>	283
1.4.3.1	Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos	284
1.4.3.2	Modalidades de contacto dos inquiridos com a TSF	290
1.4.3.3	Relação dos inquiridos com o <i>Fórum TSF</i>	291
1.4.3.4	Motivações e constrangimentos na participação dos ouvintes	298
1.4.3.5	Relação dos inquiridos com outros espaços de opinião pública nos média	303
1.4.3.6	Entre o presente e o futuro do fórum.....	305
2.	As dificuldades e as motivações dos espectadores no <i>Opinião Pública</i> da SIC Notícias....	307
2.1	A SIC Notícias em observação	308
2.2	Espaços participativos promovidos pela SIC Notícias.....	310
2.3	O palco participativo dos canais informativos portugueses.....	311
2.4	O <i>Opinião Pública</i> como objeto de estudo	314
2.4.1.	Procedimentos habituais na preparação e condução do programa	315
2.4.2	Análise das emissões observadas do <i>Opinião Pública</i>	319
2.4.2.1	Perfil dos participantes.....	319
2.4.2.2	Temas das emissões observadas	321
2.4.2.3	<i>Timings</i> do programa.....	322
2.4.2.4	Estatísticas no <i>site</i>	324
2.4.2.5	Convidados e comentadores no programa.....	324
2.4.3	À conversa com os participantes no <i>Opinião Pública</i>	325
2.4.3.1	Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos	325
2.4.3.2	Contacto dos inquiridos com a SIC Notícias.....	329
2.4.3.3	Relação dos inquiridos com o <i>Opinião Pública</i>	331
2.4.3.4	Motivações e constrangimentos na participação dos espectadores.....	339
2.4.3.5	Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média	342
2.4.3.6	Entre o presente e o futuro do <i>Opinião Pública</i>	343

3. As <i>Cartas do Leitor</i> como porta de entrada dos cidadãos na imprensa: o caso do Jornal de Notícias.....	345
3.1 O Jornal de Notícias em observação	348
3.2 Espaços participativos nas páginas da imprensa portuguesa	348
3.3 As <i>Cartas do Leitor</i> como objeto de estudo	350
3.3.1 Leitura das cartas observadas	352
3.3.2 Diálogos com os participantes nas <i>Cartas do Leitor</i>	357
3.3.2.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos	358
3.3.2.2 Contacto dos inquiridos com o Jornal de Notícias	361
3.3.2.3 Relação dos inquiridos com as <i>Cartas do Leitor</i>	363
3.3.2.4 Motivações e constrangimentos na participação dos leitores	368
3.3.2.5 Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média	371
3.3.2.6 Entre o presente e o futuro das <i>Cartas do Leitor</i>	372
4. Em 800 caracteres: a participação dos leitores nas caixas de comentário das notícias do PÚBLICO online.....	374
4.1 O convite à participação e as dificuldades na gestão dos comentários às notícias: o posicionamento do PÚBLICO online	375
4.2 A observação no PÚBLICO online e à caixa de comentários das notícias	381
4.3 Espaços participativos na imprensa <i>online</i> portuguesa	383
4.4 As caixas de comentário em estudo: análise da notícia mais comentada	387
4.5 Reflexões com os participantes nas caixas de comentário às notícias <i>online</i>	388
4.5.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos	389
4.5.2 Modalidades de contacto com o PÚBLICO	392
4.5.3 Relação dos inquiridos com as caixas de comentário das notícias <i>online</i>	393
4.5.4 Motivações e constrangimentos na participação dos leitores	396
4.5.5 Relação dos inquiridos com outros espaços participativos nos média	398
5. A ‘Educação para os Média’ e a ‘literacia mediática’ na perspetiva de quem participa.....	400
5.1 Pelos participantes no <i>Fórum TSF</i>	401
5.2 Pelos participantes no <i>Opinião Pública</i> da SIC Notícias	404
5.3 Pelos participantes nas <i>Cartas do Leitor</i> do Jornal de Notícias	406
5.4 Pelos participantes nas caixas de comentário do PÚBLICO online	408
6. Leitura de resultados genéricos.....	409

6.1 Resultados globais numa perspetiva comparada	412
6.1.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos	412
6.1.2 Modalidades de contacto dos inquiridos com os meios de comunicação analisados	415
6.1.3 Relação dos inquiridos com o espaço participativo analisado	417
6.1.4 Motivações e constrangimentos na participação dos cidadãos.....	420
6.1.5 Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média	423
6.1.6 Entre o presente e o futuro dos programas/formatos estudados	423
6.1.7 Perceções dos inquiridos sobre ‘Educação para os Média’ e ‘literacia mediática’	426
 CONCLUSÕES	429
 BIBLIOGRAFIA	453
Livros, capítulos de livros, artigos em revistas científicas	455
Documentos de entidades públicas e privadas oficiais.....	478
Comunicações apresentadas em congressos e reuniões científicas	478
Outros textos publicados.....	481
Sítios da Internet	481
 ANEXOS E APÊNDICES REMETIDOS PARA CD-ROM PRESENTE NO FINAL DO TRABALHO.	

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Aspetos chave da EpM, segundo David Buckingham	158
Tabela 2 – Aproveitamento dos comentários <i>online</i> na emissão em direto no <i>Fórum TSF</i>	228
Tabela 3 – Estruturação do inquérito por questionário aplicado aos participantes	252
Tabela 4 – Critérios da análise dos programas observados.....	270
Tabela 5 – Distribuição de todas as participações nos programas observados, por género e modalidade de intervenção	271
Tabela 6 – Distribuição dos participantes por género e modalidade de intervenção, excluindo os participantes que intervieram de forma repetida.....	271
Tabela 7 – A participação dos ouvintes nas 10 emissões observadas do <i>Fórum TSF</i>	272
Tabela 8 – A participação no <i>Fórum TSF</i> através do telefone nas 10 emissões observadas....	273
Tabela 9 – Participação através do Fórum <i>online</i> nas 10 emissões observadas do <i>Fórum TSF</i>	275
Tabela 10 – Participação através do Facebook no <i>Fórum TSF</i>	276
Tabela 11 – Avaliação global dos temas e das áreas temáticas das emissões observadas do <i>Fórum TSF</i>	277
Tabela 12 – Distribuição dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i> por faixa etária	284
Tabela 13 - Distribuição dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i> por nível de instrução.....	286
Tabela 14 – Rendimento bruto mensal do agregado familiar dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i>	288
Tabela 15 – A primeira participação dos inquiridos no <i>Fórum TSF</i>	292
Tabela 16 – O grau de satisfação dos inquiridos sobre o <i>Fórum TSF</i>	296
Tabela 17 – Cruzamento entre a filiação dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i> e a participação noutros formatos participativos.....	304
Tabela 18 – O palco participativo promovido pela RTP Informação, no período de observação	311
Tabela 19 – O palco participativo promovido pela TVI 24, no período de observação	313
Tabela 20 - Itens na análise de observação do <i>Opinião Pública</i>	319
Tabela 21 – Temas e questões levadas aos espectadores nas emissões observadas do <i>Opinião Pública</i>	321
Tabela 22 - A idade dos inquiridos no <i>Opinião Pública</i>	326
Tabela 23 – A frequência de acompanhamento do programa confrontada com a filiação dos inquiridos do <i>Opinião Pública</i>	332

Tabela 24 – A frequência na participação do programa cruzada com o género dos inquiridos do <i>Opinião Pública</i>	333
Tabela 25 – Temas preferidos no programa pelos inquiridos do <i>Opinião Pública</i> , pela variável género.....	335
Tabela 26 – Análise formal das <i>Cartas do Leitor</i> do JN, nas edições observadas.....	353
Tabela 27 – O tom utilizado nas <i>Cartas do Leitor</i> , nas edições observadas	355
Tabela 28 – A idade dos inquiridos das <i>Cartas do Leitor</i> do JN.....	358
Tabela 29 – Nível de instrução dos inquiridos	359
Tabela 30 – Cartas enviadas, em média por mês, pelos inquiridos para o JN	364
Tabela 31 – Publicação efetiva das cartas dos inquiridos das <i>Cartas do Leitor</i>	365
Tabela 32 – Motivações para participar nas <i>Cartas do Leitor</i> , pelos inquiridos	368
Tabela 33 – Níveis da participação dos cidadãos nas caixas de comentário do PÚBLICO online	382
Tabela 34 – A idade dos inquiridos da caixa de comentário do PÚBLICO online.....	390
Tabela 35 – A natureza das definições corretas ou suficientes dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i> ..	402
Tabela 36 – As variáveis atinentes à ‘Educação para os Média’ e a correspondência com o nível de escolaridade pelos inquiridos do <i>Fórum TSF</i>	403
Tabela 37 – As variáveis atinentes à ‘Educação para os Média’ e a correspondência com rendimento do agregado familiar	404
Tabela 38 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos, pelos inquiridos do <i>Opinião Pública</i>	405
Tabela 39 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos das <i>Cartas do Leitor</i> do JN.....	407
Tabela 40 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos das caixas de comentário do PÚBLICO online.....	408
Tabela 41 – Variáveis sociodemográficas da globalidade dos inquiridos	414
Tabela 42 - Modalidades de contacto na globalidade dos inquiridos com os meios de comunicação analisados.....	416
Tabela 43 – Relação da globalidade dos inquiridos com os espaços participativos estudados	419
Tabela 44 - Fatores críticos que conduzem à participação e à desmotivação participativa na globalidade dos inquiridos.....	422

Tabela 45 – A participação da globalidade dos inquiridos em espaços participativos nos média	423
Tabela 46 – Entre o presente e o futuro: o sentimento de crise económica e os níveis de participação nos média, a aposta neste formato e as sugestões dos inquiridos	425
Tabela 47 – Perceções genéricas dos inquiridos sobre ‘Educação para os Média’ e ‘literacia mediática’	426
Tabela 48 – Âmbito das definições apresentadas pela generalidade dos inquiridos	427
Tabela 49 – Variáveis sociodemográficas dos inquiridos	441
Tabela 50 – Variáveis ‘Contacto do inquirido com o órgão de comunicação social analisado’ ..	441
Tabela 51 – Variáveis ‘Relação do inquirido com os espaços participativos analisados’	441
Tabela 52 – Variáveis ‘Relação do inquirido com outros formatos participativos nos média’ ...	442
Tabela 53 – Variáveis ‘Atualidade e futuro’ dos inquiridos	442
Tabela 54 – Variáveis ‘Perceções dos inquiridos sobre Educação para os Média e/ou a literacia mediática’	442

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – As dificuldades para participar no <i>Banda Ampla</i> (uma alternativa de resposta selecionada)	213
Gráfico 2 – As motivações para participar no <i>Banda Ampla</i> (uma alternativa de resposta).....	214
Gráfico 3 – Evolução diária dos participantes nos dois programas	225
Gráfico 4 – Distribuição de género pelas duas formas de participação no <i>Fórum TSF</i>	226
Gráfico 5 – Distribuição de género de acordo com as modalidades de participação <i>online</i> no <i>Fórum TSF</i>	227
Gráfico 6 – Evolução diária das intervenções via telefone e <i>web</i> no <i>Fórum TSF</i>	228
Gráfico 7 – Evolução diária dos minutos globais de intervenção dos elementos do programa .	279
Gráfico 8 – Distribuição dos minutos que cada elemento teve, em média, para participar no <i>Fórum TSF</i>	280
Gráfico 9 – A filiação associativa dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i>	289
Gráfico 10 – A medição do impacto político, social e económico do <i>Fórum TSF</i>	295
Gráfico 11 – As motivações dos cidadãos para participar no <i>Fórum TSF</i>	299
Gráfico 12 – Constrangimentos à participação dos ouvintes do <i>Fórum TSF</i>	300
Gráfico 13 – A participação dos inquiridos do <i>Fórum TSF</i> em espaços participativos nos média	303
Gráfico 14 – As sugestões para uma remodelação do <i>Fórum TSF</i>	305
Gráfico 15 – A participação nas emissões observadas do <i>Opinião Pública</i> , de acordo com as modalidades disponibilizadas.....	320
Gráfico 16 – A expressão dos elementos do programa em minutos, aproximadamente	322
Gráfico 17 – Distribuição dos minutos que cada elemento teve, em média, para participar no <i>Opinião Pública</i> , aproximadamente	323
Gráfico 18 – Os comportamentos <i>online</i> dos inquiridos do <i>Opinião Pública</i> no <i>site</i> da SIC Notícias.....	330
Gráfico 19 – Regularidade da intervenção dos inquiridos no <i>Opinião Pública</i>	332
Gráfico 20 – Os temas preferidos dos inquiridos do <i>Opinião Pública</i>	334
Gráfico 21 – O nível de impacto do <i>Opinião Pública</i> , medido pelos inquiridos	336

Gráfico 22 – Os objetivos da SIC Notícias na promoção do <i>Opinião Pública</i> , por categorias de resposta	338
Gráfico 23 – As motivações para participar no <i>Opinião Pública</i> , pelos inquiridos.....	339
Gráfico 24 – Os constrangimentos inerentes à participação no <i>Opinião Pública</i> , pelos inquiridos	341
Gráfico 25 – A participação em formatos participativos mediáticos, pelos inquiridos do <i>Opinião Pública</i>	343
Gráfico 26 - Sugestões apresentadas pelos participantes.....	344
Gráfico 27 – Distribuição dos temas pelas cartas dos leitores.....	356
Gráfico 28 – Atribuição de impacto político e social pelos inquiridos	366
Gráfico 29 – A influência política e social das caixas de comentário <i>online</i> , pelos inquiridos....	394

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – A distribuição das redes sociais pelo mundo, segundo dados de dezembro de 2012.....	108
Ilustração 2 – Aspeto da página <i>online</i> do <i>Fórum TSF</i> , data de 23 de março de 2012	264
Ilustração 3 – Exemplo do <i>podcast</i> disponibilizado pela produção para a escuta do programa emitido durante a manhã.....	266
Ilustração 4 – Exemplo da informação sobre os participantes pelo telefone.....	318
Ilustração 5 – À esquerda, uma mensagem de correio eletrónico lida pela moderadora. À direita, a forma de participar no inquérito por telefone	318
Ilustração 6 – Caixa de comentário do PÚBLICO online, à data deste estudo	382
Ilustração 7 – Caixa de comentário nas notícias do JN <i>online</i>	384
Ilustração 8 – Caixa de comentários do Correio da Manhã	385
Ilustração 9 – Caixa de comentários do Diário de Notícias.....	385
Ilustração 10 – Caixa de comentários <i>online</i> do I	387

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 – Distribuição geográfica dos participantes no <i>Antena Aberta</i> e no <i>Fórum TSF</i> , por distritos	224
Mapa 2 – A residência dos 65 inquiridos do <i>Fórum TSF</i>	287
Mapa 3 – A residência dos inquiridos <i>do Opinião Pública</i> por distritos	327
Mapa 4 – Distribuição geográfica das localidades onde residem os inquiridos nas <i>Cartas do Leitor</i>	360
Mapa 5 – Localidade de residência dos inquiridos do PÚBLICO online	391

ÍNDICE DE ORGANOGRAMAS

Organograma 1 – Quadro referencial de investigação.....	4
Organograma 2 – Níveis da escada da participação cívica, de Sherry Arnstein (1969).	125
Organograma 3 – Componentes do momento participativo dos cidadãos nos média.....	128
Organograma 4 – Níveis da intensidade da participação dos cidadãos nos média.....	131
Organograma 5 – O enquadramento da <i>Media and Information Literacy</i> (MIL).....	161
Organograma 6 – A participação dos cidadãos nos média, pela EAVI (2009)	162
Organograma 7 – Enquadramento das teorias do conteúdo, no âmbito da tipologia das teorias gerais da motivação.....	193
Organograma 8 – A pirâmide das necessidades de Maslow (1943)	194
Organograma 9 – A Teoria ERG de Alderfer (1972)	195
Organograma 10 – Enquadramento das teorias do processo, no âmbito da tipologia das teorias gerais da motivação.....	197
Organograma 11 – A Teoria da Definição de Objectivos de Locke e Latham (1990)	198
Organograma 12 – A Teoria das Expectativas de Vroom (1964)	199
Organograma 13 – Caracterização do espaço público participativo mediado pelos jornalistas, objetivo genérico do plano metodológico	436

INTRODUÇÃO

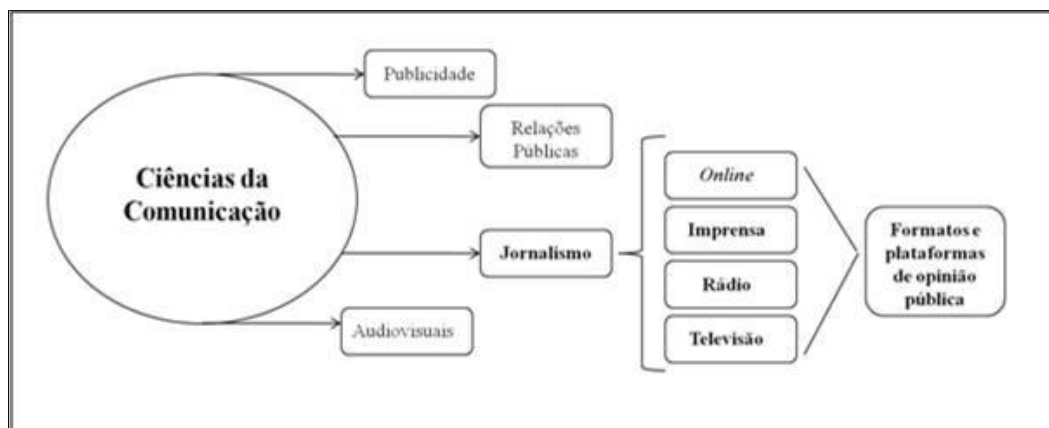
1. Tema e objeto de estudo

Um dos desafios aliciantes e complexos no entendimento da comunicação como ciência autónoma consistirá provavelmente no estudo e compreensão das trocas comunicativas entre sujeitos sociais. Tendo em conta o princípio basilar da comunicação como formadora da relação entre indivíduos (Wolton, 2009), poderíamos questionar as atuais condições pelas quais se estabelece e efetiva o contacto entre os média e os cidadãos que tomam parte nos seus discursos. No caso da presente investigação, propomo-nos a refletir sobre os mecanismos acionados pelos principais média portugueses para a promoção de um ambiente democrático de intervenção popular ou – glosando um termo caro a Henry Jenkins *et. al.* (2006) – a emergência de uma ‘cultura participativa’. Com efeito, 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 um certo envolvimento dos respetivos 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 média 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, admitir-se com toda a propriedade que diversos fatores terão contribuído para as transformações operadas no campo da comunicação social. Em primeiro lugar, parecem 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 refere Maria Teresa Cruz (2002), mobiliza para a ligação, é justo que nos interroguemos se é também a técnica que mobiliza, de algum modo, para a participação.

Neste trabalho tomamos este potencial interativo como uma dimensão importante desta contemporaneidade mediática, tentando igualmente medir o impacto que detém nos espaços participativos posteriormente considerados. Na verdade, implicando ou não uma certa conotação técnica e tecnológica, a questão da interação entre os média e os sujeitos tem sido frequentemente associada nos termos de um conceito designado por ‘participação’, como procuraremos demonstrar através de uma revisão bibliográfica sobre esta matéria. Este conceito que deriva de fortes conotações políticas orienta, por conseguinte, o eixo definidor deste

percurso de pesquisa, contextualizado no território mediático. Nesta medida, a elasticidade oferecida pelo sentido de ‘participar’, utilizado indiscriminadamente em tantas realidades da vida social, concede diversas dificuldades e leituras. O facto de o podermos incluir em diversas esferas do campo social – educação, justiça, política, entre outras – multiplica não só o entendimento de um termo aparentemente simples como destaca dúvidas e inquietações sobre o seu exato sentido e pertinência. Seria absolutamente inexequível pensar na caracterização da ‘participação’ em todos estes contextos e descrevê-la em todas as áreas onde se desenrola. Neste sentido, a proposta que aqui se define recorta apenas uma dessas esferas onde este complexo termo se pode considerar. Inscrever a participação no leque alargado dos média também não seria suficiente para delimitar um campo de estudo que se exige concreto. Nesse sentido, esclarecemos que tomamos o conceito de ‘participação’ apenas no quadro dos média jornalísticos, para que as opções de estudo sejam mais claras e delimitadas, tal como surge no organograma 1:

Organograma 1 – Quadro referencial de investigação



Fonte: Elaboração própria.

Tendo em conta a centralidade das Ciências da Comunicação como a grande disciplina que rege este trabalho, poderíamos elencar algumas das disciplinas que compõem este campo, como por exemplo a publicidade e o *marketing*, as relações públicas, o audiovisual, e o jornalismo. Ora, circunscrevendo a nossa análise ao jornalismo, observaremos todos os movimentos que se desenvolvem para tentar inscrever a participação dos cidadãos em qualquer dos domínios apresentados. Focamos então o nosso objeto de estudo nos formatos jornalísticos de opinião pública e nos espaços dinamizadores da voz pública e da intervenção cidadã. Numa

abordagem inicial e ainda imprecisa, admitimos que, nos meios jornalísticos existem diversos géneros que convivem regularmente com fenómenos interativos, como são exemplos os contributos – via carta, telefone, *e-mail*, entre outros – prestados pelo público para a elaboração de notícias e reportagens, por exemplo. A categorização exaustiva destas possibilidades interativas implicará uma abordagem própria neste trabalho, constituindo matéria e foco de interesse particular para mapear em pormenor os vários campos onde se pode desenrolar uma atividade interativa entre cidadãos e organizações mediáticas jornalísticas.

2. Identificação da questão de pesquisa

Pensar os média no contexto das novas tecnologias da informação não deverá ser hoje uma tarefa alheada de uma das características mais marcantes dos diversos suportes comunicacionais atuais: a sua interatividade. Na verdade, é sob o signo da participação dos leitores, ouvintes e telespectadores que muitos estudos têm organizado os desafios do digital e da potencial interatividade entre aqueles que nos habituámos a reconhecer na qualidade de emissores e recetores. Orientada por esta premissa, a proposta de trabalho que apresentamos visa constituir um contributo para um melhor conhecimento dos públicos, no quadro de uma abordagem que tem por base as seguintes interrogações: de que forma estão os média a potenciar a participação das audiências na reflexão e gestão dos assuntos de chamado interesse público? Que características partilham os atores participativos? Como poderemos caracterizar o fenómeno da participação nos média em Portugal? Que reais objetivos motivam os jornalistas a abrir espaços participativos e que dificuldades enfrentam na consecução dessa tarefa? Com o objetivo de problematizar o conceito de participação, esta investigação tem o principal propósito de identificar os estímulos e os constrangimentos de uma implicação do cidadão leitor, ouvinte, telespectador e cibernauta na atividade quotidiana do jornalismo.

Com este projeto de investigação queremos partir para uma pesquisa mais sistemática e aprofundada nesta matéria. O eixo central mantém-se, portanto, na participação dos portugueses em espaços jornalísticos de opinião pública. Contudo, inserem-se, neste domínio, outras questões e âmbitos de estudo. Como mais tarde se explicita pormenorizadamente, estudar-se-á um espaço de opinião pública por cada modalidade de jornalismo, isto é, na imprensa, na rádio, na televisão e na Internet, configurando assim uma abordagem longitudinal e ampla. Esta opção teórica-metodológica procura mapear não só diversos espaços que permitem a integração do

público, bem como refletir criticamente sobre essa política de mediação. O estudo que aqui se apresenta segue a lógica de um outro realizado no contexto de uma dissertação de mestrado, apresentada em julho de 2008. Com uma aproximação à mesma temática, esse estudo anterior é retomado agora com maior ambição. A presente investigação tentará analisar com detalhe as variáveis que se prestam a um entendimento sociodemográfico dos participantes nos espaços considerados, nos termos do género, da idade, da localidade de residência, da educação e formação escolar, do rendimento do agregado familiar pertencente, das ligações associativas, por exemplo. Por outro lado, como poderá ser consultado devidamente no ponto dedicado à metodologia (segunda parte), os participantes terão oportunidade de se exprimirem quanto às motivações que os conduzem à interação com os média estudados, refletindo igualmente sobre as dificuldades de acesso ao espaço observado, as críticas que partilham a respeito dessa ligação (constrangimentos), além de considerações sobre os níveis de familiaridade/(des)conhecimento em relação aos conceitos de 'Educação para os Média' ou 'literacia mediática', disciplinas caras às Ciências da Comunicação, como oportunamente explicaremos, dado o modo como se organizam em torno do termo 'participação', apelando à intervenção dos cidadãos na esfera mediática.

Ao longo do enquadramento do objeto de estudo descrito, procuraremos seguir de perto a produção científica sensível ao tema do envolvimento cívico em torno dos média. Neste sentido, pontuaremos as interpretações que, no nosso entendimento, melhor podem responder a uma possível construção do retrato teórico-metodológico do estudo que procuramos desenvolver. Partindo da inevitabilidade de considerar os média na vida social, Mark Deuze (2001b) relembra que a análise da cultura mediática vigente não deverá abstrair-se dos tremendos efeitos que provocam as imagens, os sons e as palavras que são emanadas destas instituições. Deuze acredita que a conceção do mundo por parte do indivíduo depende, em boa medida, do trabalho operado pelos média para enquadrá-lo numa perspetiva fragmentária, parcial sobre a realidade que o rodeia. A receção de informação, trabalhada pelos jornalistas e que promove a construção de entendimentos sobre o mundo por parte do cidadão, configura um dos eixos principais neste capítulo: «a educação para os média, para ser compatível com a ideia de receção ativa e de participação cívica inerente ao conceito de sociedade civil como sociedade de comunicação, deve incluir-se numa conceção de autoeducação pelo facto de implicar ousar a utilização da própria inteligência e da própria capacidade de adquirir conhecimento» (Misgeld, 1987: 83).

Reconhecendo a franca discussão que o envolvimento cívico em torno dos meios de comunicação social tem vindo a gerar na comunidade académica das Ciências da Comunicação, diversos entendimentos apontam para a demissão do público em cumprir com os requisitos de uma cultura informativa, atualizada, ágil na compreensão e interpretação autónoma sobre os temas que marcam a vida social. Para Morató, esta situação potencia fenómenos que colocam em perigo a perspetiva cívica que os próprios média se propõem a cumprir, idealmente: «a nossa política e a nossa democracia não conseguirão alcançar maiores quotas de dignidade até que as instituições de ensino compreendam (...) que uma parte importante das suas disciplinas terão que versar sobre os média» (1996: 28). Deste modo, poderíamos sugerir a necessidade de aferir que tipo de conhecimento, atitudes, competências se tornam absolutamente decisivos para se ser cidadão neste idade específica do jornalismo. Talvez possamos insinuar que qualquer intervenção pedagógica deste tipo deve ter em conta os conteúdos cognitivos, as crenças, as disposições afetivas e as necessidades existenciais que fazem falta a uma comunidade para ter uma consciência crítica da sua existência e das suas capacidades. A atividade mediática atuará, pois, segundo um «papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes» (Alsina, 1996: 18). Em suma, seduzidos pela necessidade de questionar o envolvimento cívico nos média partimos para um estudo sobre as motivações, estímulos e constrangimentos do cidadão para a participação na atividade dos próprios média, além de compreender a perceção dos responsáveis mediáticos nesta questão. Um percurso que procura abrir caminho para uma reflexão sobre a natureza e a dimensão dos movimentos que se organizam em torno dos microfones mediáticos.

3. Justificação da relevância de investigação

Um dos pontos principais desta investigação prende-se com a explicitação das razões que orientam o percurso científico traçado, apontando para a importância do tema levado aqui ao patamar de questão de pesquisa. Desta forma, organizamos o quadro justificativo subjacente ao tema da participação dos cidadãos nos média nos seus formatos jornalísticos de opinião pública, de acordo com três itens de relevância:

3.1 Relevância pessoal

Esta investigação nasce de um primeiro contacto com o tema aqui tratado. No contexto de uma dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, explorámos a problemática que tomamos como pretexto deste trabalho, fruto de um período de três meses de estágio curricular na redação da TSF – Rádio Notícias, em Lisboa¹. Com efeito, partindo dessa experiência de jornalista-estagiário, surgiu uma situação peculiar que viria a tornar-se marcante para a reflexão que posteriormente iríamos realizar. A 5 de dezembro de 2007, o Governo português anunciou a intenção de cobrar cinco cêntimos por cada saco plástico em compras nos supermercados e hipermercados do país. Apesar de, naquele momento, o sentimento de crise não ocupar provavelmente o mesmo espaço mediático como na atualidade a que este texto reporta, a verdade é que, naquele dia, este tema inundou os mais variados espaços de opinião pública, na televisão, imprensa e, naturalmente, na rádio. A partir daí, foi relativamente simples identificar-se um sentimento profundamente negativo em relação à intenção anunciada. Contudo, pouco tempo depois, um comunicado do Ministério do Ambiente haveria de confirmar o abandono da medida, tendo o então secretário de Estado do Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território, Humberto Rosa, referido que já existia um imposto nesse produto, a taxa Ecovalor, pelo que se iria dispensar a introdução de um novo valor contributivo. De qualquer modo, ficou a sensação imprecisa e especulativa de que o recuo do Governo poderia ter estado relacionado com a manifestação do desagrado popular que tomou conta dos média naquele dia. Ora, o *Fórum TSF* não ficou isento a esse sentimento generalizado e foi justamente a partir deste programa e deste episódio que se decidiu partir para uma reflexão de fundo, mais densa e consistente, sobre a relação entre os cidadãos e a rádio, especialmente nas motivações que sustentam a participação dos ouvintes em formatos de expressão popular. Para tal, concluiu-se, após o contacto com uma amostra de ouvintes, que existia uma significativa tendência para justificar a participação no programa com uma vontade latente de modificar a realidade do país, através da expressão de uma determinada opinião num espaço de reconhecida visibilidade mediática (Ribeiro, 2008). O reduzido número de inquiridos da amostra – cerca de 30 – impediu generalizações e interpretações de outra escala, pelo que ficou naquele momento desenhada uma certa apetência para voltar novamente a escutar o que pensam os ouvintes, conhecendo

¹ Relatório apresentado em Provas de julho de 2008, na Universidade do Minho.

melhor a sua ligação à rádio, nomeadamente nestes programas, tentando averiguar que tipo de dificuldades partilham.

No fundo, este estudo desempenhou a função de tubo de ensaio para esta matéria. A experiência e o contacto com os ouvintes motivaram outro nível de reflexões que procuramos aqui adensar. Por isso, delineámos uma proposta que coloca em evidência uma possível caracterização do público participante português nestes espaços, alargando o objeto de estudo a outras modalidades do jornalismo, conferindo o devido protagonismo ao cidadão que toma parte nos discursos mediáticos. Esta análise sobre a realidade premente de uma ‘comunidade participativa’ convive com a intenção de abrir novas frentes de diálogo com os organismos mediáticos, no estabelecimento, porventura, de outras estratégias que auxiliem a capacitação do público em participar nos média.

3.2 Relevância académica e política

Através de diversos documentos publicados, parece que a comunidade académica, nos planos nacional e internacional, não se tem demitido de refletir sobre este assunto, ainda que, no contexto português, sejam ainda insuficientes os estudos sobre esta matéria. O enquadramento teórico e metodológico que propomos convoca várias contribuições de investigadores, projetos de pesquisa autónomos ou até mesmo de organizações não vinculadas à academia que estudam, debatem e problematizam a relação entre o jornalismo e os cidadãos, de um modo sintético. Merecem referência, neste contexto, estudos como o da Associação Europeia para os Interesses dos Telespectadores (EAVI), nomeadamente com o relatório *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, publicado em outubro de 2009. Neste documento foi sublinhada, entre outros pontos, a preocupação pela criação de estruturas políticas e sociais que favoreçam uma maior implicação dos cidadãos no discurso mediático, aliás, num dos gráficos alusivos à estruturação dos níveis de alfabetização mediática, a participação surge no topo da pirâmide, entendida aí como uma competência social, ladeada da criação de conteúdo e das relações interpessoais³. Os estudos internacionais que, direta ou

² Apresentado no último congresso da EAVI (*European Association for Viewers Interests*), realizado em Madrid, em novembro de 2009 pela Diretoria Geral da Sociedade de Informação e dos Média – Unidade da Literacia Mediática.

³ Nessa figura, os autores incluíram, na base, os fatores ambientais ou de contexto, no setor intermédio, as competências individuais pessoais (aquilo que definem por ‘uso e compreensão crítica’) e, por último, no topo, as competências individuais sociais com as capacidades comunicativas que agrupam a participação, as relações sociais e a criação de conteúdo.

indiretamente, podemos relacionar com este tema são francamente plurais. Numa abordagem meramente superficial e que serve de referência simbólica, poderíamos destacar o relatório do *Group of Specialists on Public Service Media in the Information Society* (MC-S-PSM), publicado em junho de 2009 pela Diretoria Geral de Direitos Humanos e Assuntos Legais do Conselho da Europa, que revela um conjunto de países que tem adotado políticas integradoras do público no jornalismo, em programas de televisão e de rádio. A este propósito, o documento enaltece os exemplos das cadeias televisivas BBC e Channel 4, no Reino Unido, o programa *Poul Friis* da emissora radiofónica dinamarquesa P1 e ainda a cadeia televisiva e de rádio YLE, da Finlândia, além do contributo de documentos legais, como o *Rundfunkstaatsvertrag* (Contrato Estatal de Radiodifusão), na Alemanha. O relatório elogia igualmente algumas iniciativas na Letónia e Eslovénia.

Como explicaremos mais à frente, esta perceção de interesse das comunidades internacionais pelo tema conduziu à realização de dois períodos de atividades de formação complementar, no grupo de investigação PUBLIRADIO, da Universidade Autónoma de Barcelona (Espanha), no sentido de replicar, embora numa escala mais modesta, algumas das ambições deste estudo. O objetivo destas missões académicas prendeu-se com a vontade de compreender a rede de motivações dos participantes em programas de opinião pública fora do nosso país, bem como das eventuais dificuldades que as audiências identificam relativamente ao movimento participativo.

3.3 Relevância dada pelos média à participação

A participação dos cidadãos nos média não seria um dado importante se estas organizações não promovessem e incentivassem a entrada dos seus públicos nas suas produções. Recorrendo a uma análise superficial a alguns dos principais órgãos de comunicação do nosso país, observamos diversas estratégias que procuram envolver os cidadãos junto da atividade mediática. Com efeito, os *slogans* «Na Renascença a sua opinião conta», no *site* oficial desta rádio, os apelos à intervenção no programa *Nós Por Cá*, da televisão SIC, ou a criação de endereços eletrónicos específicos⁴, por parte de algumas televisões, para os cidadãos relatarem experiências específicas com as quais tenham contactado, como o mau tempo, os incêndios, entre outros, concorrem para a criação de uma cultura que procura aproximar a contribuição

⁴ Por exemplo, mautempo@sic.pt, eureporter@sic.pt, euvi@tvi.pt.

cívica do trabalho realizado nas redações, embora em condições e momentos bastante peculiares.

Tendo em conta que todos estes incentivos apontam para o mesmo (ligação do indivíduo aos média), mas variam na sua natureza e grau de implicação, podemos sublinhar que, efetivamente, boa parte deste espírito de interação se relaciona a uma certa ideia de interatividade técnica, de uma geração eletrónica, ou digital. Este convite que os jornalistas se esforçam por ver cumprido procura, em boa medida, deslocar o tradicional conceito de audiências passivas para níveis de maior aproximação. Contudo, neste caso não ficaremos satisfeitos pela mera constatação destas práticas e políticas. Tentaremos, por isso, questionar diretamente alguns responsáveis nos média sobre as verdadeiras intenções na abertura de espaços participativos, tentando aferir modos de entendimento relativos ao envolvimento cívico nos seus domínios.

4. Estudos sobre o envolvimento dos cidadãos nos média em perspetiva

O estudo que aqui se começa a apresentar retoma, em boa verdade, diferentes inspirações de outros publicados no passado e que focam, de forma mais ou menos direta, o conceito de ‘participação nos média’. No nosso país existe porventura um campo pouco expressivo dos trabalhos que se debruçam com pormenor neste tema. Na verdade, partindo da assunção de que o termo ‘participação’ envolve uma tipologia muito própria quanto à sua natureza, discorreremos, em traços genéricos, as principais vias que orientaram dissertações de mestrado, teses de doutoramento e projetos de investigação (concluídos ou a decorrer) instalados em centros de pesquisa nacionais atinentes ao tema que percorre a generalidade deste trabalho. Como ponto de advertência, sublinhamos que a linha temporal que envolve este trabalho (2009-2013) pode eventualmente ocultar movimentos e outras correntes de investigação que entretanto possam ter surgido, justamente dedicadas a analisar as diferentes formas de intervenção do cidadão na atividade mediática, mais concretamente do jornalismo. Nesta análise procuramos, por isso, descrever os trabalhos mais recentes realizados no âmbito da temática que serve de base à presente investigação. Numa análise superficial de alguns dos projetos de investigação desenvolvidos nos últimos anos em Portugal sobre o fenómeno dos espaços dedicados à intervenção dos cidadãos nos média, parece existir uma certa tendência para o estudo de programas comumente designados de *phone-in*, isto é, de formatos

televisivos ou radiofónicos que se apoiam, quase em exclusivo, no telefone como forma de contacto com ouvintes ou telespectadores. Numa linguagem mais próxima do senso comum, poderíamos catalogá-los como programas de opinião pública ou, como preferem designar académicos como Sonia Livingstone e Peter Lunt, de *audience discussion programmes* (1992). O primeiro exemplo que pode eventualmente comprovar esta inclinação é a dissertação de mestrado conduzida por Susana Sampaio Dias, de 2007, que procurou analisar como se desenrola a lógica do movimento participativo entre o ouvinte/espectador em espaços interativos, como por exemplo no programa *Antena Aberta*, transmitido, então, no ecrã da RTP N e igualmente através da rádio Antena 1. Com o título *Participação, Democracia e Média: um estudo de caso sobre a Antena Aberta na Antena 1 e RTP N*, a investigadora procurou compreender até que ponto estes espaços refletem o entendimento de Habermas (1987) sobre o debate crítico-racional. Neste sentido, a amostra selecionada limitou-se aos programas que antecederam, em dois meses, as Eleições Presidenciais de 2006. A investigadora observou que os participantes, tanto no formato rádio como no de televisão, não são efetivamente representativos do eleitorado português, um facto que reside longe das preocupações dos responsáveis por esses programas. Desta forma, Susana Sampaio Dias refere, nesta investigação desenvolvida na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, que estes programas procuram apenas conferir à grelha da programação dos média um momento de paragem e reflexão sobre os temas que afetam a atualidade nacional, destacando, ao nível das conclusões, que estes são formatos propícios ao encontro entre participação e política. A investigação sugeria igualmente que a moderação jornalística neste tipo de debates serve para realizar algum trabalho mínimo de triagem, no que diz respeito, por exemplo, à presença de formulações impróprias de linguagem, insultos, ataques pessoais ou dispersões em relação ao tema debatido.

A dissertação de mestrado de Rui Couceiro, intitulada *Jornalismo e cidadãos em interação: estudo de caso da rubrica Nós por Cá*, analisou as contribuições dos telespectadores num programa da estação televisiva SIC. No documento, o autor procurou desenhar um enquadramento teórico que aborda não só as origens do envolvimento dos cidadãos nos média, como também a distinção dos dois tipos de interação entre a sociedade e os órgãos jornalísticos. Utilizando o programa *Nós por Cá* como estudo de caso, o investigador observou os contributos dos espectadores durante o ano de 2009, no que diz respeito às queixas, alertas, denúncias de determinadas situações do quotidiano. Da análise feita ao material de arquivo do programa,

incluindo as variáveis género e zona de residência dos participantes, a temática dos casos reportados, entre outras, resultou na constatação de que 91% das interpelações surgiram através de *e-mail* e apenas 9% de cartas, num total de 737 casos analisados. O investigador observou igualmente que 81% dos anexos das mensagens de correio eletrónico mantidas em 2007 continham fotografias. Couceiro justificava esta questão pela relativa facilidade que a utilização do telemóvel permite, como dispositivo prático para fotografar alguma situação insólita. Relativamente ao âmbito das queixas recebidas, o autor concluiu que a maior parte – cerca de 60% – dos dados analisados reporta a situações do domínio coletivo, num programa que «é visto pelos cidadãos como um espaço que pode ajudar a resolver problemas individuais, mas, principalmente, como uma instância à qual podem recorrer e com a qual podem colaborar, com vista à divulgação e denúncia de situações de âmbito coletivo» (2009: 4358).

Ainda no setor privado de televisão, focamos a nossa atenção num estudo que sublinha novamente a intervenção dos cidadãos nos média, com a dissertação de mestrado de Cristiana Reis, de 2009, *A Participação dos Cidadãos na Televisão: Estudo de Caso de Programas Informativos da SIC e SIC Notícias*. Centrada nos programas de informação *O Dia Seguinte*, *Opinião Pública*, *Nós Por Cá* e *Tempo Extra*, o trabalho refletiu, em breves traços, sobre as motivações de participação manifestadas pelos participantes nestes formatos, recorrendo a um conjunto de entrevistas a jornalistas daquele canal de televisão que estão próximos dos formatos analisados. Neste sentido concluiu que a participação dos telespectadores em programas como *O Dia Seguinte* e *Tempo Extra* surge por motivos históricos, sociais e culturais do nosso país, como plataforma de socialização. No formato *Opinião Pública*, o acesso facilitado a especialistas pode ajudar na resolução de problemas pessoais, enquanto no *Nós Por Cá*, o envolvimento cívico se justifica com o exercício de um sentimento de direito e dever de cidadania. Num trabalho em que se propôs discutir a democracia, esfera pública e cidadania, privilegiando a participação como eixo fundamental de uma consciência crítica plasmada no espetro mediático, a autora destacou o papel da televisão e «as especificidades de uma caixinha mágica» (2009: 33) na construção de uma determinada sociedade mediatizada pela cultura da imagem. Reis sublinhou ainda o papel fundamental que as novas tecnologias, disponibilizadas junto dos cidadãos no sentido de fomentar a sua participação, desempenham na intervenção nestes programas. Por outro lado, além de destacar a incipiente bibliografia publicada nesta área, a autora sintetizou alguns dos motivos que podem nortear a participação nestes espaços: «o público sente uma obrigação moral em relação à televisão, uma vez que, cada vez que a vê

recebe algo (companhia, divertimento...)» (2009: 66); uma lógica da imagem em movimento, um «método que capta a atenção do destinatário e provoca a participação e empatia no telespectador (Iglesias, cit. em Reis, 2009: 55)». Portanto, por si só, «a televisão enquanto veículo de comunicação é uma ferramenta que atrai o público» (*ibidem*); tem uma afinidade com os assuntos da atualidade; convoca o conhecimento do público em relação aos assuntos em debate; promove a identificação do telespectador com o programa, tal como observou a apresentadora do *Nós Por Cá*, a jornalista Conceição Lino; procura a vontade dos espectadores de serem ouvidos; convida a exercer o direito e o dever de cidadania; estimula a satisfação pessoal de participar; incita a reagir a um ou a vários comentadores; e, por último, a socializar, um ponto particularmente sensível a muitos dos participantes que tentam dirimir problemas sociais como o abandono ou a solidão com a participação nestes formatos.

Da televisão transitamos até à imprensa, uma das modalidades do jornalismo onde faltam reflexões sistemáticas sobre as contribuições dos leitores nas suas produções. Para tentar contrariar um pouco esta insuficiência, Marisa Torres da Silva conduziu uma investigação de doutoramento, apresentada em fevereiro de 2010, que avalia as perceções dos cidadãos que intervieram na secção destinada às cartas dos leitores em diversos jornais portugueses. Neste sentido, a tese *As cartas dos leitores na imprensa portuguesa: uma forma de comunicação e debate do público* procurou examinar este formato de interação, sobretudo pela defesa destes espaços como plataformas particularmente importantes no alargamento da comunicação e debate públicos. Deste modo, a investigação apoiou-se fundamentalmente nos conceitos de espaço público, democracia deliberativa e responsabilidade social, assumidos como bases de sustentação teórica para a discussão do significado deste veículo de participação. Com efeito, foram várias as questões que orientaram aquele trabalho. Desde logo, a investigadora da Universidade Nova de Lisboa procurou entender que tipo de debate se trava no espaço das cartas, em simultâneo com a definição dos critérios de seleção e de edição dos textos, no tipo de vozes, temáticas e formas de expressão evidenciadas. Por outro lado, tentou averiguar as perceções dos próprios jornalistas relativamente às funções social e mediaticamente atribuídas ao espaço das cartas. No sentido de responder a estas questões, a investigadora desenhou um quadro metodológico que procurou analisar quatro publicações: Diário de Notícias, Expresso, Visão e Metro. Marisa Torres da Silva concluiu que a secção de cartas ao leitor se adapta de acordo com diversos critérios, tais como o espaço disponível nas edições diárias dos jornais, o tamanho dos textos recebidos e igualmente o alinhamento dos diversos argumentos expostos

pelos leitores e participantes nestes formatos. Relativamente às perceções sobre o espaço das cartas, a investigadora afirma que existe, de algum modo, uma contradição entre a compreensão normativa das funções das cartas e um olhar cético em relação aos leitores-escritores. Por outro lado, apoiada por questionários realizados junto dos leitores e participantes, além dos jornalistas das publicações assinaladas, a investigadora defende que as cartas do leitor reforçam a imagem de credibilidade e de abertura dos próprios jornais. Para atestar esta abertura da imprensa a estas plataformas, a investigadora observou que os jornais não excluem automaticamente os textos dos leitores enviados por meios tradicionais, além de verificar a promoção de uma política inclusiva de leitores com menores recursos linguísticos e culturais. Entre outras conclusões, a investigadora sublinhava ainda a expectativa de influência política efetiva e intervenção no agendamento de assuntos de interesse comum, por parte dos leitores.

Para finalizar este percurso nos estudos de pós-graduação que implicam um conceito de participação, lembramos ainda a investigação de Célia Quico, apresentada em 2008, refletiu sobre o audiovisual e os média interativos, nomeadamente junto dos jovens. A tese de doutoramento *Audiências dos 12 aos 18 anos no contexto da convergência dos média em Portugal: emergência de uma cultura participativa?* inscreve-se na área dos Estudos de Audiências, partindo da questão base que discute a eventual emergência de uma nova cultura participativa, numa determinada faixa etária neste atual contexto de convergência mediática. A investigadora utilizou um formato *cross-média* que integra um piloto de televisão e um protótipo *web*, destinado a jovens dos 12 aos 18 anos, com o tema genérico da herança cultural e natural dos locais e regiões portuguesas. Através de um estudo etnográfico que procurou compreender os usos dos média e das tecnologias de comunicação pelos jovens portugueses e respetivas famílias procedeu a inquérito quantitativo para avaliar os padrões comportamentais na suas relações com os média, ao longo de 962 inquiridos⁵. A investigação demonstrou o interesse dos alunos pelo projeto piloto de televisão e do protótipo *web*, em que o *Total Explorer* conseguiu reunir elevados níveis de participação, através da seleção das histórias e da exibição dos vídeos. O facto de o formato versar sobre assuntos da região onde os jovens se inseriam, constituiu uma mais-valia, nomeadamente para aprender mais sobre aquele território, conhecer a herança cultural. Este instrumento permitiu ensaiar práticas de criação e de partilha de conteúdos,

⁵ A autora realizou ainda um estudo de caso sobre o Sapo Challenge 2007, uma iniciativa da Portugal Telecom, em parceria com o Ministério da Educação, focada para os jovens dos 12 aos 18 anos que teve como objetivo promover o desenvolvimento de competências de criação e publicação de conteúdos *online* e estimular a leitura de obras de língua portuguesa.

fomentando a capacitação técnica e mediática por boa parte dos adolescentes envolvidos. Para além disso possibilitou, de acordo com a autora, o desenvolvimento de um espírito atento, crítico e exigente dos visados, apontando falhas e aspetos técnicos dos vídeos.

No âmbito de projetos de investigação, o panorama parece não ser muito distinto. Existem poucas movimentações nos centros de pesquisa nacionais que se dediquem a investigar precisamente o campo da participação dos cidadãos nos média. Podemos, ainda assim, encontrar alguns casos que rompem de algum modo com este panorama. O projeto *Agenda dos Cidadãos: Jornalismo e participação cívica nos média portuguesas*, inscrito no centro de investigação LABCOM da Universidade da Beira Interior, na Covilhã, iniciado em março de 2010, contempla um plano de atividades que procura «identificar, fomentar e experimentar práticas jornalísticas que contribuam para reforçar o compromisso dos cidadãos com a comunidade e a deliberação democrática na esfera pública, numa perspetiva de fortalecimento da cidadania⁶. Procurando igualmente concorrer para o exemplo do chamado jornalismo público e, eventualmente, outras formas de jornalismo comunitário, a equipa liderada pelo investigador João Carlos Correia estabeleceu parcerias com nove órgãos de comunicação social do país, tendo em consideração uma certa representatividade⁷. Relativamente ao conjunto de atividades previstas, este projeto procura fundamentalmente contactar os média de implantação regional em todo o país, analisando conteúdos dos jornais do ponto de vista dos temas preferencialmente tratados. Paralelamente, os investigadores comprometeram-se a realizar entrevistas a diretores dos jornais selecionados, bem como inquéritos por questionário aos jornalistas dessas publicações. No que se refere aos cidadãos, a equipa propôs-se conduzir uma sondagem junto dos públicos de cada um dos jornais, tendo em vista a criação de uma ‘agenda do cidadão’, um documento que avalie as necessidades das populações sobretudo ao nível das temáticas que muitos desses grupos gostariam de ver retratadas nos média regionais. Neste caso os investigadores vão procurar desenvolver trabalhos de índole jornalística em função dos temas assinalados pelo público, promovendo, igualmente, a intervenção dos cidadãos nesse debate. Ainda na lista de objetivos gerais, a equipa pretende mobilizar os cidadãos para a discussão em

⁶ [<http://agendadocidadao.ubi.pt/>], acedido em 09/08/2011].

⁷ Nomeadamente nas duas áreas metropolitanas, no Litoral Norte, Interior Norte, Interior Centro, Litoral Centro, Alentejo, Ribatejo e Algarve. Deste modo, os jornais associados são: o Jornal O Grande Porto, Jornal da Bairrada, Jornal do Centro, Diário As Beiras, Jornal Região de Leiria, Jornal do Fundão, Jornal O Ribatejo, Jornal O Algarve e Jornal Vida Ribatejana. O projeto conta com protocolos com diversas entidades, entre elas a Universidade da Beira Interior, a Fundação para a Ciência e Tecnologia, o Grupo Sojormedia (atualmente Lena Comunicação), a Associação Portuguesa de Imprensa e o Jornal do Fundão Editora.

fóruns públicos ao mesmo tempo que procurará promover o intercâmbio de outras experiências similares em contextos culturais e nacionais diferentes.

No Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, existe outro projeto em curso que pode incluir-se neste ponto. Sob o título *Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital*, este projeto financiado pela FCT reconhece que «a informação televisiva é um excelente lugar a partir do qual podemos avaliar a vitalidade do espaço público e conhecer as (re)configurações por que passa o campo jornalístico»⁸. O objetivo genérico desta iniciativa consiste na criação de um observatório vocacionado para analisar a responsabilidade social da televisão na promoção da cidadania, tendo o jornalismo televisivo como pano de fundo das reflexões estabelecidas. Deste modo, o projeto procurará investigar quem são os convidados dos *plateaux* de informação e que estratégias de jornalismo participativo a televisão em Portugal está atualmente a desenvolver. Numa equipa liderada pela investigadora Felisbela Lopes, o projeto iniciou-se em setembro de 2010, com uma duração prevista de três anos, em torno de cinco tarefas principais: mapeamento da programação informativa dos canais generalistas e temáticos de informação, procurando reconstituir, num primeiro momento, o lugar da informação na respetiva oferta televisiva; análise da informação televisiva enquanto esfera pública plural e participativa, isto é, caracterizar os atores com direito à palavra, dos espaços que integram os espetadores nos conteúdos informativos e produzir um quadro anual com a caracterização socioprofissional dos comentadores e convidados dos programas informativos; observação do jornalismo em mudança, objetivo a partir do qual a equipa procurará sinais de eventual reconfiguração dos dispositivos de produção de informação televisiva, numa lógica de convergência dos próprios média; identificação das novas questões éticas levantadas pela participação ativa do público nos processos de *newsmaking* da televisão; e, finalmente, repensar a mudança no jornalismo, através de uma abordagem teórica sobre a produção do jornalismo participativo, de acordo com a identificação das diferentes modalidades da participação dos atores sociais na produção do discurso jornalístico na televisão portuguesa.

Entretanto, o projeto deu origem ao *e-book A TV dos Jornalistas*⁹, publicado em dezembro de 2011, onde se reflete sobre a realidade dos programas informativos da televisão portuguesa, num retrato pouco eufórico relativamente à informação televisiva dos canais

⁸ [<http://www.comunicacao.uminho.pt/cecs/publicacoes.asp?startAt=2&categoryID=672&newsID=2060> , acedido em 25/11/2011],

⁹ [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/tv_jornalistas/article/viewFile/548/511, acedido em 22/11/2011].

portugueses, assente na defesa de uma televisão informativa que precisa de ser mais do que o país e o mundo em cena. Ao longo do documento, afirma-se a necessidade de explicar o que se passa, montando palcos com interlocutores diversificados que acrescentem valor àquilo que é debatido nos estúdios de informação. Os investigadores sublinham a necessidade de instalar portas abertas à participação de todos aqueles que podem integrar de forma significativa o processo de produção da noticiabilidade. Alguns destes resultados apontam para o facto de, entre setembro de 2010 e julho de 2011 e após a análise de 1673 programas e identificação de 2158 convidados, ficou claro que Lisboa domina na origem geográfica dos comentadores (76,5%). Quanto à categorização profissional, constatou-se que 35% dos comentadores são jornalistas, seguidos dos políticos, que representam 22,6% das pessoas que fizeram comentário no período estudado. Por último, sublinhou-se a pouca presença das mulheres nos espaços de comentário analisados.

No fundo, existem ainda poucas movimentações no universo académico e científico português que se dediquem a investigar com propriedade a questão do envolvimento cívico nos média, tomado como premissa geral. Nesta breve descrição, fazemos referência a um conjunto diverso de projetos de investigação que constituem distintas formas de abordar os formatos disponibilizados pelos média orientados para o jornalismo para alcançarem os seus públicos. Cartas dos leitores, programas de opinião pública na rádio e na televisão, projetos de envolvimento dos cidadãos em torno da imprensa regional, formatos dedicados à auscultação de problemas, queixas, denúncias dos cidadãos, ou até um observatório vocacionado para interpretar a responsabilidade social da televisão como dinamizadora de cidadania constituem sinais positivos para a compreensão do papel dos públicos na atividade dos média. No âmbito das Ciências da Comunicação, parece ainda existir um *deficit* de produções científicas que ajudem a mapear as mais distintas formas de participação dos cidadãos. Seria, por isso, necessário elaborar uma espécie de tipologia de participação, um manual de apoio à interação com os média que pudesse ser aproveitado pelos cidadãos como ferramenta de instrução para todos os movimentos sociais que procuram desempenhar um papel mais ativo na esfera mediática. Investigar sobre aqueles que não participam, perceber os silêncios, as sombras desse fenómeno paralelo, através da investigação detalhada das razões que justificam essas ausências, podiam, na verdade, converter-se em eixos prioritários para futuras orientações científicas.

5. Percurso de um contributo desejado

Seria, por certo, desavisado pensar hoje a comunicação de âmbito social, e nela particularmente a prática jornalística, sem a perspetivar 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 alguns estudos contemporâneos 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: uma investigação sobre a nova realidade electrónica*) e de Manuel Castells (*A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*), por exemplo. Pelo menos desde as interpretações tornadas públicas pelo movimento da Escola de Frankfurt, habituámo-nos a olhar criticamente a cultura contemporânea e a experiência moderna. O que há, talvez, de original nos debates mais atuais é a extensão da crítica às ligações, ou, em última análise, ao tipo de ligações que, por via dos média, 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, *Crítica das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*) alerta justamente para a compulsão à ligação, o que, a nosso ver, reflete a propensão que parece existir nos média, de diferentes suportes, para a interação (que é também uma forma de ligação) entre aqueles que nos acostumámos a identificar no papel de emissores e de recetores. Considerar as novas ligações implicará necessariamente novos média e outras interatividades, como defende João Carlos Correia:

«através da observação do *WorldWideWeb*, pode-se verificar uma evolução importante do jornalismo *online* (também chamado por vezes de jornalismo eletrónico ou, ainda, por *webjornalismo*) que passa por uma autonomia crescente em relação aos média tradicionais. A adição de *hiperlinks*, motores de pesquisa e a possibilidade de selecionar 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 interatividade, designadamente no que respeita ao direito de resposta, à relação com as fontes e à investigação jornalística» (2001: 4)

Correia prolonga a discussão até a um outro tipo de ligações, na medida em que «através do prolongamento da discussão nos fóruns disponíveis abre-se um conjunto de

possibilidades que, eventualmente, poderão alterar rotinas e modos de tipificar próprios de cada médium» (*ibidem*). Este processo de abertura à participação cívica poderá eventualmente estar condicionado por constrangimentos, normas organizacionais e convenções narrativas de que dependem os conteúdos e a prática discursiva dos média. Se é verdade que a influência dos média na construção social da realidade é um dado incontornável, não será menos rigoroso admitir que cada vez mais parece ser obsoleto e irrealista opor os média aos agentes sociais, como se os primeiros ocupassem uma posição, desligada das interações concretas entre os homens (Correia, 2001). Pelo contrário, hoje abre-se a possibilidade de os agentes sociais recorrerem aos próprios órgãos jornalísticos através de uma intervenção cada vez mais direta na descodificação, receção ativa e até na produção de mensagens.

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 os motivos mais frequentes de exploração teórica e metodológica. Por sinal, foi neste contexto que se desenvolveram, exponencialmente no seio dos estudos jornalísticos, abordagens que situam o plano do cidadão nas novas aptidões e atrações dos média. Referimo-nos neste capítulo aos trabalhos que evocam a possibilidade do chamado ‘jornalismo do cidadão’, como o de Dan Gillmor (2008)¹⁰, 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 média’ um papel mais ativo e participante. Pretendendo reforçar a ligação entre os média noticiosos e a cidadania, esta corrente reforça a tese segundo a qual os órgãos de comunicação social têm procurado promover a capacitação dos públicos para a sua inscrição no espaço público. Numa análise de âmbito político, Peter Dahlgren (2006) refere, por exemplo, que uma das maiores dificuldades da democracia moderna é a falta de participantes, um afastamento progressivo dos cidadãos às questões políticas. Esta situação resulta numa expansão das fronteiras participativas aos circuitos em rede, na Internet. Para o investigador, espaços como fóruns, *networkings* e a chamada e-democracia, representam exemplos competentes das boas alternativas que sustentam o aumento da participação cívica. Dahlgren reitera ainda que estas plataformas digitais possibilitam a repetição de temas anteriormente debatidos no passado, na medida em que existe, teoricamente, uma elasticidade temática relevante e que decorre potencialmente do espírito

¹⁰ Gillmor, D. (2008) *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*, Cambridge: O'Reilly Media.

criativo dos cidadãos. Como observaremos mais adiante, a introdução da voz do público nas redações cristaliza um tema que está longe de reunir consenso entre a classe jornalística, sobretudo pela enunciação de diversas reservas e críticas de profissionais da área, mas também de certos estudiosos. Ora, se a capacitação do indivíduo em relacionar-se com os média emerge como umas principais preocupações para a literacia mediática, merece-nos todo o interesse estudar esta relação que poderá ser tanto conflituosa, como proveitosa. Seduzidos pela possibilidade de refletir sobre práticas mais potenciadoras do comprometimento do cidadão com a performance mediática, assumimos neste ponto a tomada de uma posição favorável à participação, isto é, tentaremos construir uma análise conceptual e prática que sinalize argumentos prestáveis a um entendimento pró-participação, ainda que pontuemos esta reflexão com dados que não se apresentam tão otimistas quanto à relação entre os jornalistas e o público.

Este objetivo obedece a um conjunto de pontos que compõem a estrutura organizativa desta investigação. Com efeito, em termos gerais, este percurso divide-se fundamentalmente em três partes, de inspiração distinta mas complementares entre si. A primeira parte surge de uma reflexão eminentemente teórica e reflexiva, na medida em que abordaremos de que forma a ideia de participação surge no enquadramento da política e da inscrição do cidadão no envolvimento de uma determinada sociedade. A cidadania representa, por isso, uma importante dimensão neste contexto, pelo que tentaremos procurar na antiguidade clássica os primeiros sinais que apontavam para o debate e discussão públicas. Ainda neste ponto, justificaremos, tanto quanto nos for possível, de que forma o conceito de cidadania induz à mobilização do indivíduo. Por outro lado, discutiremos criticamente as representações conceptuais sobre as estruturas organizativas de uma comunidade, como ‘sociedade civil’, ‘espaço público’ ou ‘esfera pública’, tentando perceber que debate tem vindo a ser promovido para perspetivar o agendamento de grupos sociais numa intenção clara de marcar presença nos média. Identificaremos igualmente traços de uma reflexão que denuncia conceções apologistas e pessimistas da relação entre os média e os cidadãos. De um ponto de vista teórico, analisaremos criticamente a introdução das tecnologias avançadas de comunicação no processo comunicativo entre os dois elementos estudados, antes de realizarmos, porém, uma revisão bibliográfica sobre o conceito de participação. Neste contexto, proporemos igualmente a nossa própria visão sobre o assunto, através de um possível mapeamento e tipologia de participação dos cidadãos nos média. A finalizar este ponto, uma abordagem sobre o significado social da

ligação dos participantes a formatos mediáticos, ou, se assim preferimos designar, de que modo a semiótica social, como disciplina autónoma, oferece entendimentos a esta questão e, ainda, a forma como a educação para os média, no plano conceptual e prático, se tem aliado à promoção da capacitação do público. A segunda e a terceira parte deste trabalho justificam-se sobretudo pela complementaridade à reflexão teórica, concretizada num plano empírico, onde esta investigação entra nas redações para retirar notas e apontamentos sobre determinadas formas de expressão popular que decorrem atualmente no jornalismo português. A partir de uma amostra de meios jornalísticos procurou-se identificar e caracterizar o público participante português e desenvolver estratégias de contacto entre o investigador e os próprios cidadãos.

PRIMEIRA PARTE

CAPÍTULO 1: CIDADANIA E PARTICIPAÇÃO NO ESPAÇO

PÚBLICO: COLOCANDO O HORIZONTE NOS MÉDIA

1. Sobre o envolvimento cívico na antiguidade clássica e a atualidade do público

Ao abrir o panorama das reflexões que pretendemos levar a cabo ao longo do presente trabalho, pareceu-nos justo procurar nos primórdios da sociabilidade clássica algumas práticas que denotam um sentido de um envolvimento cívico em torno de matérias consideradas de interesse público. Nomeadamente a partir da Grécia Antiga, os fóruns e as assembleias populares concretizavam de algum modo um dos primeiros momentos históricos onde se consultava o povo para o debate de temas prementes da *polis*. Com efeito, desde o período homérico (séc. XII-VIII a.C.), o rei contava com uma assembleia para conhecer a opinião e os argumentos dos seus súbditos sobre determinadas matérias que se colocavam à realidade quotidiana ateniense (Sinclair, 1999). Estes espaços, que posteriormente inspiraram os modelos democráticos que lhes foram consequentes, reivindicavam-se como verdadeiros momentos privilegiados ao debate e à opinião entre os cidadãos atenienses. Em anfiteatros naturais, templos ou noutros espaços amplos, aqui se consagrava o palco predileto para a discussão do poder na *polis*, de leis, rebeliões, entre outros temas. Em certo sentido, e tendo por base comparativa com o objeto de estudo que serve de pretexto a todo este percurso de investigação, poderíamos até pensar que este cenário como a ‘arqueologia’ dos espaços de opinião pública contemporâneos de que nos ocupamos neste trabalho.

1.1 Contributos para a consolidação de uma cultura participativa

De acordo com Sinclair (1999), a época mais emblemática da democracia grega teve lugar entre 322 a.C. e o século V d.C.¹¹. Neste período, Atenas vivia sob o regime de democracia direta que contava com a participação de milhares de cidadãos em assembleias, tribunais e outras instituições. Cynthia Farrar (2007) admitiu que a participação do cidadão comum no controlo da vida pública em diversas organizações ajudou a consolidar a democracia em Atenas. Para a autora, este modelo inclusivo inaugurou o entendimento moderno de democracia.

Neste contexto, Sólon assumiu-se como um das principais figuras no estabelecimento e consolidação do modelo democrático grego, ainda que alguns autores prefiram atribuir uma

¹¹ No entanto, as raízes da democracia parecem ser ainda mais remotas, uma vez que o primeiro registo de um cidadão aponta para 460 a.C., de um indivíduo chamado Demókrates (de onde partiria a origem do termo ‘democracia’), um nome inspirado dos vocábulos gregos *kratos* – autoridade ou poder – e *demos*, que significa povo [[http://www.infopedia.pt/\\$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga](http://www.infopedia.pt/$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga), acedido em 21/02/2010].

importância mais relevante ao rei Teseu¹² (Sinclair, 1999). De forma a acabar com os monopólios exercidos pela aristocracia na ocupação de cargos públicos, Sólon dividiu o corpo de cidadãos em quatro classes: os *pentakosiomedimnoi* (os homens que produziam, como mínimo, 500 *medimnoi* de cereais por ano), os *hippeis* (os que produziam por ano 300 *medimnoi* de cereais por ano ou mais); os *zeugitai* (os soldados que produziam 200 ou mais) e os *thetes* (os trabalhadores que produziam menos de 200). Para a consolidação do seu modelo político, Atenas beneficiou de diversos acontecimentos que reforçaram o seu poder enquanto centro de decisões administrativas¹³. Em 465 a.C. o conflito que existia entre os interesses atenienses e os de Tasos, numa ilha grega no mar Egeu, provocou a retirada de Tasos da Liga Délica¹⁴, uma associação marítima organizada por Atenas durante as Guerras Médicas. Numa época de profundas convulsões políticas entre Atenas e os restantes estados do território grego, uma das ruturas mais emblemáticas terá sido aquela que colocou frente a frente a *polis* ateniense com Esparta em 462: «durante bastante tempo considerou-se que Esparta era o estado grego mais poderoso. De facto, é à intervenção espartana que os atenienses devem a sua libertação em relação ao tirano Hípias no ano 510» (Sinclair, 1999: 23).

A democracia enquanto regime predileto para a efetivação da soberania de Atenas revestia-se de um espírito que valorizava as ‘massas’, a multitude. Um dos órgãos mais carismáticos da intervenção popular no sistema democrático grego figurava na *Ecclesia* ateniense, uma assembleia do povo constituída pela maioria dos cidadãos daquele território. A *Ecclesia* ou Assembleia¹⁵ decidia e tomava parte sobre uma enorme amplitude de assuntos, desde os mais altos do Estado até aos mais insignificantes pormenores administrativos, aberta a todos os varões adultos. Nos seus inícios, apenas os cidadãos com mais de trinta anos poderiam ser integrados neste órgão, apesar de posteriormente se ter decidido abandonar este critério, desde que o período de permanência num cargo não ultrapassasse um ano (Ehrenberg, 1960).

¹² Filho de Egeu, rei da Ática, e de Etra, sua mulher. Na mitologia grega Teseu «desceu aos infernos para ajudar Piríto a raptar Prosérpina, companheira de Plutão. Porém Plutão surpreendeu-o e mandou-o amarrar a uma rocha, onde sofreu até que Hércules o veio desamarrar e pôr em liberdade. Além disso, auxiliou Hércules a cumprir um dos seus doze trabalhos: vencer as Amazonas, mulheres guerreiras da Capadócia, de cuja rainha, Antiope, ou Hipólita, teve um filho de nome Hipólito. Foi mais tarde aprisionado pelos Epirotas, que o mantiveram em cativeiro e maltrataram até que conseguiu recuperar a liberdade. Logo em seguida recuperou os seus estados, invadidos durante o seu cativeiro, expulsou os invasores, retomou o trono e governou o seu povo na paz e na prosperidade». [[http://www.infopedia.pt/\\$teseus](http://www.infopedia.pt/$teseus), acedido em 01/02/2012].

¹³ A este propósito, Victor Ehrenberg (1960) sublinha diversos pontos fundamentais para a consolidação do estado grego onde inclui os tribunais populares.

¹⁴ Tinha como principal objetivo a defesa das cidades gregas de um ataque persa. Com sede na cidade de Delos, foi fundada pelo ateniense Aristides, o Justo, que organizou a força marítima da liga em 476 a.C (Sinclair, 1999).

¹⁵ A Assembleia, sobretudo no século IV, examinava escrupulosamente os conselhos dos seus cidadãos intervenientes em questões técnicas, como a construção de barcos, ou políticas (Sinclair, 1999).

Como refere este autor, estas sessões foram pensadas primariamente como um espaço de recurso a determinadas sentenças, para depois se tornarem num ato permanente do sistema jurídico grego. Presididas por um oficial judicial, as decisões relativas aos assuntos expostos eram votadas por todos os membros a exceção desse mesmo representante máximo.

Os tribunais populares de justiça¹⁶ constituíam outra plataforma de auscultação dos indivíduos para temas dedicados a essa área: «já Sólon implementara a possibilidade de um cidadão recorrer a uma assembleia de cidadãos para deliberarem sobre a sentença, exceto em casos de homicídio premeditado e então em casos por indicação expressa do Conselho de Areópago» (Sinclair, 1999: 42). A eleição das magistraturas revestia-se, de certa maneira, de um ato consagrado, realizadas através de sorteio e em regime de rotatividade de ocupação dos cargos¹⁷. A equidade legislativa e judicial respondia, portanto, ao princípio da soberania da assembleia popular em todas as matérias, sendo que os membros desta instituição, bem como nos restantes tribunais, conselhos e magistraturas, deveriam ver reconhecido o seu trabalho através de um determinado montante económico. No fundo, o que se pretendia residia na contradição do modelo oligárquico, num momento histórico em que os títulos da nobreza iam perdendo o peso tradicional no acesso a cargos públicos.

O reconhecimento do estatuto de cidadão assinalava, por isso, um momento particularmente importante na vida do jovem ateniense. A história da democracia grega toldou importantes alterações a essa identificação. Em 451 d.C., a *Ecclesia* aceitou a proposta de Péricles que previa a inclusão da ascendência ateniense por parte da mãe como critério definidor para a condição de cidadão. Por outro lado, a prestação de serviços relevantes para a *polis* e a necessidade de estabelecimento de relações comerciais, políticas ou económicas, viriam a constituir critérios para essa atribuição de cidadania: «inclusivamente poderia conceder-se a cidadania a grupos de gente, mesmo que apenas em circunstâncias extremas que levaram os atenienses a outorgar esse direito a grupos numerosos» (Sinclair, 1999: 56). Depois de cumpridos os seus 18 anos, o cidadão poderia registar a sua certidão, mas só dois anos mais tarde poderia assistir a todas as reuniões da *Ecclesia* e da Assembleia ou até mesmo participar nos debates e votar. A partir dessa altura, pensava-se que seria a idade ideal para adquirir experiência e conhecimentos políticos, após o cumprimento do serviço militar. No entanto, só

¹⁶ Onde se destaca a *Heliaia* – congregação – um dos tribunais mais populares de Atenas. O encontro destes cidadãos era normalmente realizado ao ar livre, o que permitia uma maior assistência e participação dos cidadãos nestes círculos (Sinclair, 1999).

¹⁷ Em relação a temas de justiça, não deveria ser executada a mesma magistratura duas vezes, sendo que o período de vigência dessas de curta duração (Sinclair, 1999).

aos 30 anos as possibilidades de participação efetiva na vida democrática ateniense viriam a conhecer uma outra plenitude: «teria direito a candidatar-se para eleição da *Boulé* e para os distintos cargos do Estado, como o de estratega e o direito a ser membro da '*dikasteria*', isto é, membro dos jurados» (Sinclair, 1999: 66). Oriundos de diversos pontos geográficos, a *Boulé* contemplava um mosaico de cidadãos pertencentes a todas as classes sociais, naquilo que Buckley (1996) definiu como a '*polis* em miniatura'. Este organismo servia essencialmente para auxiliar e supervisionar os oficiais públicos na consecução das suas tarefas. Dividida em diversos comités e apelando a uma certa rotatividade dos cargos ocupados pelos cidadãos escolhidos pelo Estado, analisava as reclamações apresentadas tendo a possibilidade efetiva de sancionar economicamente eventuais prevaricações à lei, bem como zelar pela correta aplicação dos dinheiros públicos. No entanto, não era possível que todos os cidadãos pudessem participar na plenitude dos órgãos de administração da *polis*. Os indivíduos que não tinham nenhum cargo oficial, nem eram oradores habituais na Assembleia, eram designados por *idiotai*, os 'cidadãos em geral'. Esta situação derivava dos requisitos públicos para pertencer a estes espaços, que se resumiam, em boa medida, a uma certa experiência e habilidade para fazer uso da palavra para cativar as audiências, num contexto propício para um cidadão se impor como figura de relevo numa comunidade.

Em traços gerais, poderíamos sublinhar algumas questões fraturantes relativamente à forma como os atenienses poderiam explorar as oportunidades de intervir na vida pública grega nos séculos V e IV. Num primeiro ponto, para além dos laços matrimoniais e familiares, as condições socioeconómicas assumiam, de facto, grande importância, na medida em que só os cidadãos que se identificavam com estes critérios poderiam aspirar a cargos no Governo ou então a outras posições de igual destaque na hierarquia política ateniense. No início do século V, os dirigentes políticos descendiam, na sua grande maioria, de antigas famílias aristocratas. No seio da cultura democrática ateniense, a questão familiar justificava-se pelo respeito que essa longevidade política representava. No entanto, a partir do último terço do século V este cenário alterou-se, na medida em que as qualidades herdadas, como a linhagem ou a riqueza, foram progressivamente desvalorizadas pela classe política. Neste período, Cleón insistiu nesta conceção fraturante, assegurando que no Governo deveriam estar representados os melhores, com mais conhecimentos ou maior «renome» (Sinclair, 1999). Por um lado, esta filosofia da democracia grega evitou a rigidez, as limitações e o imobilismo nas suas políticas, precavendo situações que pudessem originar conflitos violentos, revoluções ou outras manifestações de

desentendimento público. Daí que a obediência às leis se converteu num eixo estruturante da cultura ateniense, num valor que progressivamente alcançou níveis de implementação que confirmam igualmente o sucesso deste caso.

Neste sentido, o entendimento próprio da democracia ateniense atribuía à cidadania uma componente de intervenção cívica, baseada na participação efetiva nos órgãos deliberativos e judiciais (Rocher, 2006). O ideal da *polis* estaria relacionado com a composição maioritária de cidadãos de rendas médias e possuidores da virtude da humildade e discrição, características apreciadas pela sociedade ateniense. A conseqüente exclusão dos pobres, sublinhada pelo protagonismo das classes mais abastadas economicamente, viria a comprometer a credibilidade deste sistema político, em regimes subsequentes. Em Roma, por exemplo, a conceção de cidadania deslocou-se para a «separação absoluta entre o elemento político-jurídico (a igualdade) e a dimensão étnico-cultural (a possível diferença)» (Ansuategui, 2006: 207). De acordo com Martin Jehne (2006), a escala e a representatividade regiam boa parte do entendimento sobre a inclusão do modelo romano de cidadania, num esforço de reformulação e melhoramento do exemplo grego.

Contudo, o modelo ateniense viria a merecer alguns comentários e reparos por parte de outras personalidades que a História se encarregaria de trazer ao palco de alguns regimes políticos europeus. Um desses casos foi Nicolau Maquiavel¹⁸ (1469-1527), historiador, poeta e diplomata italiano do Renascimento. Reconhecido fundador do pensamento e da ciência política moderna, através da publicação de obras que refletiam sobre as condições indispensáveis a um bom funcionamento do Estado e governo, Maquiavel defendia que as repúblicas foram progressivamente ingratas para os seus cidadãos, embora sublinhasse que em Roma ou Atenas o caso não retratava exatamente esta mesma questão. Considerava que os romanos e atenienses tinham menos motivos para temer a ambição dos seus concidadãos, e menos razões para desconfiar deles. Este facto levou a que Maquiavel não conseguisse compreender a política de determinados legisladores gregos na coação de certas liberdades individuais, como no caso de Pisístrato: «a lembrança de ofensas sofridas e da escravidão tornou Atenas extremamente

¹⁸ Em 1498, foi chanceler da República de Florença e foi neste cargo, que ocupou durante alguns anos, que teve oportunidade de contactar com César Bórgia, em 1502 e 1503, para tentar que este não prejudicasse Florença e seus domínios. Ao conversar com Bórgia, Nicolau Maquiavel encontrou nele o seu ideal de príncipe. Uma inspiração decisiva, já que, entre 1513 e 1514, Maquiavel escreveria a obra *O Príncipe*, onde se propôs a ensinar ao príncipe a arte de bem governar e conservar o Estado, segundo a sua conceção de Estado forte, defendido por milícias contra as ameaças estrangeiras. Este livro, uma das suas publicações mais emblemáticas e imortais seria lançado apenas depois da sua morte, em 1532. [[http://www.infopedia.pt/\\$nicolau-maquiavel](http://www.infopedia.pt/$nicolau-maquiavel), acedido em 03/01/2012].

vingativa. Os cidadãos eram punidos não só pelos seus crimes, mas pela sombra de um equívoco. Daí a morte e o exílio impostos a tantos homens ilustres» (1994: 97).

Tomando ainda como exemplo algumas das rotinas das sociedades grega e romana, podemos observar algumas formas peculiares de envolvimento dos cidadãos em certos eventos públicos onde a voz do povo servia igualmente de reflexão, para a edificação de um sentimento de união ou comunhão social, pelo menos em alguns momentos pontuais no calendário anual. O exemplo romano terá eventualmente multiplicado estas possibilidades, comparativamente à realidade ateniense. De acordo com Simón *et al.* (2006), a participação em rituais simbolicamente conotados com a comunidade garantia a legitimidade da tradição reconhecida por todos os romanos. Nesta altura pré-industrial, os rituais assumiam um carácter absolutamente decisivo na consolidação de práticas, até nascerem os primeiros sinais que, com a evolução das décadas, se tornaram tradições imutáveis da agenda social, legitimando o poder e assegurando a obediência dos cidadãos. Uma das formas de envolvimento social mais populares na época romana consistiu na prática do evergetismo. Este procedimento resumia a vontade de um ou mais cidadãos em doar à comunidade a sua prosperidade, no sentido de consertar estradas, edifícios públicos, entre outros. O evergetismo tornou-se bastante popular e generalizado, até despertarem certas acusações de procura de prestígio e protagonismo que fizeram decrescer o fenómeno, que mais tarde viria a assumir outras formas, nomeadamente com a emergência do mecenato artístico e cultural. Na verdade, o evergetismo procurava promover um gesto de ética social, de apoio mútuo, dotando os cidadãos de responsabilidade comunitária. Contudo, como Plácido (2006) sublinhou, a posição evergética não se relaciona com o exercício da democracia, mas com uma forma de aristocracia dissimulada. Para Simón *et al.* (2006) as maiores manifestações de envolvimento cívico durante o Império Romano resumiam-se à cerimónia do *Triumphus*, ao festival pastoril da Lupercália, às procissões fúnebres, às danças dos Salians, ao grande desfile militar do 15 de julho e ao festival de cavalaria *Transvectio Equitum*, além da procissão e purificação dos *Argeans*. Paralelamente a estas manifestações, as liturgias, enquadradas num âmbito religioso, detinham um grande interesse pelo facto de proporcionarem a emergência de uma cultura social atenta aos oradores que lhes atribuía uma importância especial. Nestes palcos privilegiados da expressão individual nasceram os primeiros grandes mestres da oratória, marcados, ocasionalmente, por verdadeiros exercícios de retórica linguística tendo em vista a influência social. Contudo, este comportamento acabou por ser mais emblemático no espaço da *polis* ateniense, onde era possível observar

outro tipo de acontecimentos. Embora ressalvemos que as presentes manifestações não configurem propriamente exemplos de participação plena na sociedade daquela época, convém assinalar que estes momentos de encontro social possibilitavam, de algum modo, a cristalização de uma cultura em torno do significado da convivência em comum, ainda que muitos destes espaços estivessem vedados à entrada de mulheres, escravos e crianças, para além de estrangeiros, por exemplo¹⁹.

As assembleias populares constituam o exemplo mais fidedigno do envolvimento do cidadão nos assuntos públicos de Atenas. Tal como sugere Sinclair (1999), o comportamento nestes espaços pautava-se de acordo com um certo *status* económico. Deste modo, os menos favorecidos financeiramente «não faziam parte das honras, estavam dispostos a permanecer calados, desde que ninguém os tratasse com arrogância ou que lhes privasse algo da sua propriedade» (1999: 355). A boa disposição dos cidadãos mais pobres era igualmente uma imagem de marca destes indivíduos, afirma o autor, demonstrando igualmente preocupações bem definidas relativamente à classe escrava que não possuía qualquer propriedade e carecia de liberdade, reféns de uma aristocracia poderosa. Em oposição, os mais ricos ocupavam a maioria dos ataques nos tribunais de justiça popular. Os acusadores utilizavam normalmente as questões económicas para mover acusações pessoais, tendo em vista a simples confrontação. Em boa medida, esses comportamentos derivavam da ausência de um acusador público em Atenas, pelo que os infratores à lei apenas seriam confrontados por estes elementos (Sinclair, 1999). A agenda de encontros respeitava o compromisso pela necessidade de resolver uma determinada questão. Apesar de altamente popularizadas no sistema democrático grego, as assembleias não evitaram um certo desconforto social. A participação de um grande número de cidadãos provocava suspeitas relativamente à posição idónea que se pretendia seguir. Daí que tenham começado a surgir as primeiras dúvidas e casos de favorecimento de interesses e de corrupção nesses tribunais. As denúncias partiam do pressuposto de que a pobreza era um fator propenso à corrupção e que os recursos e apelações às decisões tomadas não serviriam mais do que um mero procedimento inconsequente, previsto apenas no plano teórico e com pouca expressão nos casos denunciados. Para além disso, as assembleias conhecerem períodos de autêntico descontrolo emocional, na medida em que grupos mais fervorosos tentavam provocar as reações dos especialistas em temas particulares, numa altura em que se instalou uma cultura

¹⁹ A *res publica* romana estipulava um reduzido número de organização política: os magistrados, o Senado e as assembleias do povo (Pereira, 1982).

de pouca tolerância para com oradores impreparados ou com manifesta propensão para o debate:

«os homens, e especialmente os atenienses, pensam que alguns devem oferecer conselhos sobre assuntos de excelência artística ou de uma boa construção de barcos (...), mas quando se reúnem para debater a capacidade cívica, onde se devem guiar desde o princípio até ao fim pela justiça (*dikaiosyne*) e pelo juízo razoável (*sophrosyne*) naturalmente permitem o conselho de qualquer um, porque todos devem ter presente algo desta excelência, caso contrário as *polis* [cidades] não poderiam existir» (Sinclair, 1999: 369).

Para Protágoras, a participação na vida da *polis* podia ser ensinada e desenvolvida e os atenienses «têm boas razões para aceitar o conselho de um ferreiro ou de um sapateiro sobre assuntos públicos» (*ibidem*). No fundo, estes espaços procuravam idealmente contribuir para a formação dos cidadãos, embora se reconhecesse as suas limitações. Como sublinhava Cícero em *Dos Limites Extremos*: «eu, por mim, uma vez que entendo que nos trabalhos e perigos do Fórum, não desertei o posto de defesa em que fui colocado pelo povo romano, devo sem dúvida na medida das minhas forças trabalhar para que os meus concidadãos se tornem mais instruídos, graças à minha atuação, estudo e obra» (cit. em Pereira, 1982: 117-118). Cícero defendia que a arte de persuasão possibilita o avanço da humanidade e da civilização, uma vez que o homem se distingue do animal pela capacidade de falar, de exprimir a sua *humanitas*.

Ainda assim, alguns investigadores advogam que a ação coletiva poderia ser um fenómeno dissimulador da tirania. Plácido (2006) recorda o caso de Alcibiades (450 a.C. – 404 a.C.) que pautou toda a sua vida pelo controlo da escravatura, impedindo rebeliões e conflitos que pudessem surgir desta classe. Neste sentido, camuflava-se por trás da aparente amizade e bonomia em relação ao povo para poder dispor de uma certa credibilidade, que lhe legitimava posteriores abusos de poder. A este propósito, Maquiavel recorda o caso de Ápio (340 a.C. – 273 a.C.), governador do território atualmente confinado à Macedónia, que «de modo imprudente, para preservar a tirania, procedeu a uma súbita mudança de carácter e conduta: a dissimulação com que enganou o povo, fingindo-se seu amigo, bem como a posição que adotou a respeito da renovação do decênviro [magistratura sem império]» (1994: 135). Neste sentido, o eventual (in)sucesso de determinado governo poderia depender da forma como um governo dedicava uma determinada atenção particular aos seus cidadãos. Como relembra Maquiavel, Paulo António Soderini (1448-1500) vingou em Florença porque defendia que o povo era seu amigo, sincero e deveria ter liberdade:

«a multidão, seduzida pela imagem de um falso bem, muitas vezes trabalha pela sua própria ruína. E se alguém que lhe inspira confiança não esclarece o que é nocivo e o que é vantajoso, ela expõe-se a graves perigos. (...) nada mais adequado para conter a multidão que se levanta, excitada, do que um homem sábio, que goze de respeito, e que se dirija a ela com a autoridade que lhe dá a sua virtude» (1994: 166-169).

Maquiavel considerava que, de um ponto de vista quase filosófico e psicológico, o Homem é por natureza egoísta e prefere criticar que elogiar. Em todos os sistemas políticos, sublinhou o autor, existem duas formas antagónicas de compreender o modo de funcionamento do sistema político, na medida em que os interesses do povo convivem e colidem com os da classe aristocrática. Em todo o caso, Maquiavel preferia não abordar esta tensa relação numa forma negativista, analisando-a até como natural e saudável, destacando que os discursos na praça pública serviam justamente para mostrar às instâncias competentes a verdadeira dimensão das questões do povo, nascidas frequentemente da opressão ou do temor. Defendia que, em nome do amor à pátria, o cidadão deveria evitar as ofensas a particulares, num exemplo que conduzia a um cidadão virtuoso.

Na verdade, o funcionamento da democracia ateniense dependia do apoio de um grande número de cidadãos que pretendiam marcar presença nas reuniões da Assembleia e atuar como jurados. De um ponto de vista genérico, a participação nestes contextos incitava e tentava comprometer os cidadãos, através da defesa de uma sociedade estável. Contudo, alguns grupos manifestavam a sua preocupação pela ausência de tomada de consciência ou por um certo comportamento passivo que encontravam em certos grupos de pessoas. Muitos não exerciam o direito de falar, desprezando, assim, o convite inicial do heraldo [moderador] das reuniões populares, que iniciava os debates com a pergunta «Quem quer falar?» (Sinclair, 1999). No seguimento desse suposto desinteresse, as justificações residiam igualmente na fraca preparação dos cidadãos para discutir assuntos públicos. Este panorama de um certo imobilismo intelectual contrastava com a impaciência demonstrada por certos grupos em desempenhar um papel ativo na vida pública da *polis*. A segmentação do interesse particular constituía igualmente um problema, difícil de gerir, uma vez que alguns se mostravam principalmente interessados nos seus próprios negócios privados. Os proprietários de grandes latifundiários, por exemplo, apenas se preocupavam por ganhar notoriedade ou simplesmente

cultivar terras²⁰. A questão da intervenção dos cidadãos na esfera pública ateniense, tal como entendemos aqui, merece-nos algumas reflexões sobre a forma como o sistema político lidava com o envolvimento cívico, tendo por base a ideia de uma democracia participativa. Ora, a exclusão dos já referidos grupos sociais não significava que muitas dessas pessoas não contribuíam para a consolidação de uma certa estabilidade social. Com efeito, as mulheres atenienses não gozavam de qualquer direito político, nem desempenhavam qualquer papel direto na vida política da cidade, contudo contribuíam de maneira decisiva para a manutenção do *oikos* (casa). Sinclair (1999) duvida que tenham sido dadas condições reais de participação aos mais pobres e idosos.

A exclusão destes grupos relacionava-se com uma certa descrença no seu potencial intelectual e conhecimentos específicos, devido ao facto de muitas apresentarem efetivamente um *deficit* na formação e instrução. Aliás, os conhecimentos especializados, decorrentes de uma educação rigorosa e de indivíduos com mais talento, apresentavam-se como uma situação bastante apreciada e valorizada no contexto social ateniense, pelo que a melhor formação individual garantia um acesso mais facilitado a cargos públicos, ainda que de um ponto de vista teórico. Em *Athenaion Politeia*, de Aristóteles, defendia-se que a participação ampla seria de maior utilidade aos vulgos cidadãos do que aos bons. Para alguns cidadãos, a participação em elevada escala não se apresentava como uma possibilidade real, nem minimamente motivadora. Existiam alguns setores que defendiam o ideal de Aristóteles de participação mínima ou de politização reduzida, numa perspetiva que ficou conhecida por ‘democracia agrícola’, isto é, como os lavradores não tinham tempo livre, aceitavam a lei como soberana e organizavam um número mínimo de assembleias necessárias (Sinclair, 1999).

1.2 Do entendimento difuso entre público e multidão à crise atual no envolvimento cívico

Cruzando algumas das reflexões anteriores com certos movimentos cívicos da atualidade poderíamos ser levados a pensar que existem alguns traços semelhantes. Pelo menos no ponto de partida que se concretiza na intenção de reunir a voz pública em torno de determinados espaços, visando temas pungentes da realidade social, esta herança simbólica e histórica levamos a refletir igualmente sobre o papel dos vários públicos. Em concreto, que contribuições ao

²⁰ Sinclair (1999) recorda, a este propósito, o exemplo do latifundiário que aparece em *Georgoi* de Aristófanes, disposto a pagar mil dracmas para obter a libertação dos cargos públicos que ocupava. As circunstâncias e preferências individuais e familiares constituíam um dos fatores fundamentais da participação na vida pública.

nível teórico podemos assinalar relativamente às origens e à evolução do enquadramento do público nos assuntos dominantes de uma comunidade?

O termo 'público' deriva do termo latino *publicus*, *poplicus* ou *populus* (o povo). De um ponto de vista primário, o público representava o encontro do povo num determinado local, aberto a todos²¹. Com a ampliação do direito de liberdade de expressão, também o conceito de público viria a ganhar solidez e relevância social sobretudo através da publicitação da expressão individual, dando a conhecer aos seus pares certas informações ao maior número possível de sujeitos²². Neste contexto existiam dois sentidos de povo presentes no termo 'público': por um lado, a ideia de acessibilidade através do acesso comum dos vários indivíduos ao mesmo lugar, palco do reconhecimento tácito da liberdade e igualdade, como bases políticas da participação cívica; e, por outro, o apelo ao bem e interesse comum, em matérias relacionadas com a administração pública (Antunes, 2001). O surgimento do espaço público relaciona-se igualmente com a implementação da democracia grega, por volta de 508 a.C.. Neste sentido, o público torna-se progressivamente num elemento dinâmico e integrante do espaço da *polis* grega, manifestando-se através da notoriedade (*aristoteia*) na *Ágora*, na palavra (*lexis*), na ação (*praxis*) da guerra (*polemos*) e da luta (*agonia*). De acordo com Habermas (1978), o público procurava fundamentalmente assegurar a continuidade da ordem doméstica e cívica na reprodução humana e no trabalho. Apesar de o paradigma cultural ateniense ter sido inspirador do romano, a verdade é que existiu, a partir de um determinado momento, uma certa complementaridade entre estes regimes políticos. Na verdade, foi o direito romano que movimentou as primeiras intenções de regulação legal de todos os setores da sociedade no espaço público de debate que, como já vimos, era bastante restrito no caso grego. A legislação romana consagrou, por isso, a oposição entre o *dominium* ou o *imperium* do *publicus* e o *privatus*, institucionalizando a figura do *pater familias*. Foi igualmente através do direito romano que a sociedade helénica partiu para a distinção entre *polis* (cidade) e *oikeios* (residência particular e familiar). O caso romano tornou-se emblemático pela criação da própria regulação da ordem feudal, em que era concedido o livre acesso do povo ao espaço público, ou seja, a *res extra commercium*, na qual se compreendiam as estradas, as praças, os rios, que ultrapassavam o domínio da apropriação privada (Rodrigues, 1985).

²¹ [[http://www.infopedia.pt/\\$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga](http://www.infopedia.pt/$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga), acedido em 24/11/2011].

²² [[http://www.infopedia.pt/\\$publico,2](http://www.infopedia.pt/$publico,2), acedido em 25/11/2011].

Ao longo dos séculos, o contexto medieval, cujo início normalmente se atribui a finais do século V e aos inícios do século VI (Le Goff, 2007), acabaria por ditar o surgimento da ideia de comunidade, como conceito de que emanava a crença de espaços comuns em detrimento da exclusividade do território que dominou parte do pensamento social até então. No âmbito privado passa-se a aplicar grande parte das regras da jurisdição coletiva, pelo que ao senhor é reservado o papel de representação coletiva, numa aceitação que derivava da consensualidade dos seus pares, pelos seus atributos e símbolos (Cardoso e Cunha & Bragança de Miranda, 1985). Começa, portanto, a disseminar-se uma certa ideia de que publicar era «requisitar para o senhor» (Habermas, 1978: 18). No entanto, o âmbito desta representação pública aproximava-se claramente do ritual religioso, em que a celebração da função representativa se resumia à catedral e à liturgia, espaços privilegiados para a obtenção de um certo reconhecimento público: «o religioso não só legitima toda a discursividade como institui a única ordem legítima do saber; os atores sociais inscrevem-se na ordem interpretativa do discurso sagrado, do Livro escrito nas paredes e nos vitrais das catedrais, da Sagrada Escritura» (Rodrigues, 1985: s/p). Nesta época, sobretudo a partir de 1400, a Corte Real torna-se no espaço primordial do desfile de senhores feudais e outros cortesãos que obtêm credibilidade junto do soberano. Com a ascensão da burguesia, o Estado passa a desempenhar o papel de organizador principal do mercantilismo, daí que o interesse público tenha passado para a divulgação de produtos e circulação monetária (Antunes, 2001). A estabilização deste modelo estender-se-ia até perto do século XVII, modificando apenas a sua aceção com a emergência do Iluminismo, no século XVIII. Neste momento, o público passaria a desempenhar a existência de um espaço crítico e racional, que ocupava salões, cafés, clubes e na imprensa, dando origem à tematização da opinião pública (Antunes, 2001). Nos períodos políticos confinados ao absolutismo, outra marca distintiva da época, o rei assumia a função de pessoa pública, unificador da sociedade. Posteriormente, nos séculos seguintes, sobretudo até ao século XIX, o termo público designaria igualmente um Estado com existência objetiva, exercendo influência sobre a pessoa que governa, pelo que o século XX inauguraria a existência de público de inspiração supraindividual, coletiva, através do agenciamento de cidadãos críticos empenhados na racionalização da sociedade (Antunes, 2001; Habermas, 1978).

Uma das personalidades mais influentes, provavelmente, sobre o estudo da história do público terá sido Gabriel de Tarde. Neste sentido, o entendimento peculiar do sociólogo francês revela-nos que antes do século XVI não se pode pensar no conceito de público. Em traços largos,

tal como cita Marco Antunes, «na Antiguidade, existiam coletividades que correspondiam aos auditórios dos filósofos ou que participavam nas atividades do Coliseu. Na Idade Média, existiam feiras e peregrinações, nas quais as multidões compartilhavam diferentes sentimentos» (Antunes, 2001: 7). Desta forma, o conceito de público começa a desenhar-se no século XVI, com o aparecimento da tipografia que alargou a amplitude dos debates dos públicos especializados. Como refere de Tarde (1986), os séculos XVII-XVIII trazem à luz da sociedade um maior protagonismo dos públicos, nomeadamente com a constituição de pequenos grupos de eruditos adeptos da leitura de gazetas e outros materiais pontualmente publicados, reunidos nos já referidos locais emblemáticos de discussão pública, entre salões, cafés e clubes, ainda que disputados por pequenas minorias intelectuais. As únicas manifestações do público, em termos transversais e aglutinadores da quase totalidade da população, ocorriam apenas em cerimónias dedicadas a em coroações, revoltas e festas, espaços limitados, esporádicos que concretizavam a ideia de uma massa social amorfa e sem grande reflexividade crítica. No entanto, na segunda metade do século XVIII começa a surgir um certo movimento de especialização dos públicos, com a emergência de uma classe pensante, pendente das questões filosóficas, científicas e literárias (de Tarde, 1986). A revolução francesa de 1789 potenciou o progresso do jornalismo, levando ao nascimento das primeiras figuras de comentário em publicações esporádicas. Na verdade, e tal como se pode sublinhar na contemporaneidade, as inovações técnicas contribuíram para o alavancamento das condições pelas quais o público conseguiu formar-se e constituir-se como marca distinta na sociedade. Neste sentido, de Tarde (1986) recorda que no século XIX e inícios do século XX, o desenvolvimento concomitante da imprensa, tipografia, do telégrafo e caminho-de-ferro concorreram de forma substantiva para a ascensão do público. Contrariamente ao defendido por Gustav Le Bon em diversas obras, de Tarde duvidava da crescente teorização de uma certa ascensão das multidões, na linha do que já defendera, isto é, a presença de indivíduos marcadamente regidos pela apatia crítica e reflexiva, propondo a substituição da 'era das multidões' pela 'era dos públicos' (1986). Admitindo casos pontuais na criação de públicos que se constituem multidão, potencialmente, ou seja, um conjunto de indivíduos tumultuosos, fanáticos ou reivindicadores de atitudes violentas Tarde defende que a desvantagem das multidões reside na vulnerabilidade dos seus elementos físicos e étnicos (Antunes, 2001).

Mais próximo do nosso tempo, Robert Ezra Park (1903)²³ alertava para os perigos que poderiam resultar da leitura descuidada que o público realizava a partir da imprensa, um meio de comunicação em franca expansão na época. Park exortava, por isso, à necessidade de um espírito crítico sobre essas mensagens, preocupado com os efeitos de uma apatia social. A multidão que se reunia à volta das folhas dos jornais desenvolvia características que Park identificara como propícias ao afunilamento da criatividade e interpretação pessoal e intersubjetiva, onde a discussão dos assuntos carecia de espaços mais amplos à comunidade e não mais se resumia à pontualidade ou inexistência de um tecido social interessado no debate dos temas públicos. O jornalismo praticado na época, entre finais do século XIX e no dealbar do século XX, recolheria, portanto, fortes críticas de Park. Os jornalistas representavam, para o sociólogo norte-americano e um dos fundadores da Escola de Chicago, uma classe quase oligárquica, habituada a escrever longe da agitação e das angústias das pessoas, num estilo marcado pela escrita demissionária de uma contribuição dos cidadãos.

O século XX daria, contudo, uma nova alma ao estudo sobre o público. A partir deste momento, diversos fatores confluíram para a emergência de uma nova disciplina no espectro dos estudos da comunicação e sociologia, por exemplo. De acordo com Antunes (2001), o aparecimento da *Mass Communication Research* e da *Public Opinion Research*, em vários contextos internacionais, acompanhou o exponencial desenvolvimento dos *mass* média de então, igualmente potenciados pela tendência de mensurar a opinião popular através de inquéritos e sondagens. Aliás, Marco Antunes sublinha a importância da publicação da obra de Gabriel de Tarde, *Le publique et la foule* (1901)²⁴, que se reveste de «grande importância para a Filosofia, Psicologia, Ciências da Comunicação, Sociologia e Criminologia. (...) Constitui uma análise sobre o público e a multidão enquanto coletividades sociais, cujos líderes de opinião são os publicistas, jornalistas ou simples líderes inspiradores» (2001: 5).

Uma das principais questões que se colocam à natureza e dimensão do conceito de público refere a sua intersubjetividade e subjetividade. Em relação ao primeiro termo, entende-se o momento especialmente dedicado ao pensamento individual independente, concretizado na atividade comunicacional. A subjetividade, por sua vez, sugere um processo eminentemente

²³ Formado na Universidade de Michigan, nos EUA, onde conviveu com John Dewey, filósofo pragmatista, Robert Park desenvolveria boa parte dos estudos superiores em Berlim, onde apresentou a tese de doutoramento que segue de base à análise, intitulada *Masse und Publikum. Eine methodologische und soziologische Untersuchung* (Massa e Público: uma abordagem metodológica e sociológica).

²⁴ *Le publique et la foule* foi pela primeira vez publicado em 1898, nos números de 15 de julho e 1 de outubro, da revista *La Revue de Paris*.

relacionado com uma dimensão particular da formação de uma opinião individual, pelo que se constitui como a primeira etapa de um processo comunicacional que poderá convergir na explanação e divulgação pública dessa visão fragmentária do mundo. No fundo, estas considerações atuam em sintonia com o pensamento de autores como Schütz (cit. em Antunes, 2001), onde podemos constatar que a subjetividade consagra o período em que as experiências, cogitações, motivos de um indivíduo concreto emergem da sua reflexão pessoal, de acordo com os valores e orientações filosóficas que norteiam a vida de cada um. A intersubjetividade resume-se à partilha desses mundos interiores e particulares junto de outras comunidades próximas ou afastadas do indivíduo, colocando pessoas em contacto umas com as outras, capazes de pugnar por uma compreensão mútua.

A obra de Gabriel de Tarde constitui-se, como já foi sublinhado, num marco para o entendimento dos públicos e da opinião pública, de um ponto de vista teórico, enquanto variáveis dos domínios da psicologia social. Para de Tarde, o público pode variar consoante o destinatário a que se reporta: «as relações entre público e multidão, público e corporações, público e Estados, público e dirigentes; os benefícios e malefícios do público e as suas formas de atuar» (Antunes, 2001: 5). Desta forma, o autor perspetiva o público no seguimento de outros conceitos eminentemente relacionados com a psicologia social²⁵. Na verdade, o autor sugere que o público emerge de uma formação mental e social mais avançada socialmente, uma espécie de configuração de sociabilidade mais sofisticada de uma grande massa em bruto onde todos se encontram num grau inicial que são as multidões. A plasticidade, associada ao conceito de público em de Tarde, explica-se pela possibilidade de inscrição individual em diversas esferas da vida social, um fator que diverge no que toca às multidões. O público será, por isso, «uma coletividade puramente espiritual, como uma dispersão de indivíduos fisicamente separados e entre os quais existe uma coesão somente mental» (Tarde, 1986: 43). A multidão representa, por outro lado, o estado bruto de algo animal, numa coletividade apática e indiferente, dominada por interesses materiais, onde, como indica de Tarde, impera o egoísmo, irresponsabilidade, a falta de bom senso ou intolerância. A este propósito, Marco Antunes (2001) recorda as palavras de Martin & Campoy (1994), nomeadamente na identificação de alguns critérios que podem contribuir para o reforço das diferenças entre estes dois grupos: regime de pertença, fatores de motivação, homogeneidade e semelhantes capacidades de ação livre. Quanto à margem de

²⁵ A massa – outro conceito sugerido por de Tarde – representa «o momento supremo da alienação do indivíduo, o qual nega o criticismo individual (razão egocêntrica) e coletivo (razão intersubjetivamente fundada), em favor de uma técnica: a adesão às representações linguísticas dominadas pelo espetáculo mediático» (Antunes, 2001: 20).

atuação, Martin & Campoy admitem que a extensão da ação dos líderes da multidão apresenta uma validade e amplitude diminutas, ao passo de que a do público cresce indefinidamente. Relativamente ao regime de pertença, o caráter exclusivista da multidão contrasta com a multiplicidade de públicos onde o indivíduo pode inscrever-se. As motivações que servem de base ao envolvimento destes grupos também são díspares: «os fatores que motivam a formação das multidões são em certo modo externos e primários (tempo, etnia...), enquanto os dos públicos são internos (isto é, apoiados num estado de espírito preexistente)» (Antunes, 2001: 6).

De acordo com uma certa problematização do público e das suas orientações como comunidade ideologicamente formada, de Tarde aponta, ainda assim, algumas limitações. Frequentemente, o público revestia-se de um certo caráter típico de uma clientela comercial, pelos órgãos de comunicação, que decidam utilizá-lo sem qualquer critério ou pertinência definida. As palavras de de Tarde (1986) correspondem a um certo sentido de atualidade, denunciando diversos autores a primazia de uma ideologia comercial e de *affair*, num termo caro a Moreno (2006), em que se utiliza a intervenção dos cidadãos nos média com objectivos que desprezam a racionalidade crítica do público, satisfazendo as necessidades pontuais dos jornalistas na procura de certas informações. Sobre o público, a análise de de Tarde não se traduz necessariamente no elogio da sua formação. Pelo contrário, o criminalista francês sublinhou os ‘males’ associados a este grupo, pela sua irracionalidade discursiva. Aparentemente, os aspetos negativos associados ao público, aponta de Tarde, revelam-se menos gravosos na sua intensidade do que nas multidões, por isso o autor atribui às correntes de opinião pública a expressão ‘comunicações de consciência intersíquica’.

Tal como sugere um artigo de opinião publicado na revista britânica *The Economist*²⁶, o comportamento das multidões orienta-se frequentemente por movimentações imprevisíveis e, no limite, o seu desordenamento pode conduzir à fatalidade. Contudo, existem razões para acreditar que o ‘governo’ das massas se rege por procedimentos básicos. A publicação esclarece que, de modo idêntico às moléculas de um líquido, as pessoas que compõem a multidão comportam-se de acordo com um regime bastante homogéneo. O trabalho que muitas vezes se coloca consiste justamente na tentativa de compreender que tipo de comportamento será expectável por parte destes indivíduos. Num extenso debate que dedica a este tema, a revista recorda o contributo de

²⁶ [<http://www.economist.com/node/18584096>], acedido em 20/08/2011].

Mehdi Moussaïd e da sua equipa na Universidade Paul Sabatier, em Toulouse²⁷. Desta forma, os autores sugerem que a multidão não deverá ser apenas entendida como elemento composto por moléculas, pelo que deve atingir um determinado objetivo através de um meio específico, numa perspetiva social e humanista. A equipa de Moussaïd defende, por isso, que, em multidões particularmente vastas, os indivíduos perdem a capacidade de controlar os seus próprios impulsos e comportamentos. Neste sentido, começam a atuar como moléculas, seguindo outras em ordem absolutamente aleatória.

Uma das obras que poderá responder à tentativa de compreender a multidão – ou massa – encontra-se em Maquiavel, em *Comentários sobre as primeiras décadas de Tito Lívio (1469-1527)*, que partia do pressuposto de que não se deve dar muita importância a tudo o que o povo diz, «desde que quando esteja bem-disposto seja possível aos governantes mantê-los assim» (1994: 177). Para Maquiavel, o povo tornava-se perigoso ou «maldisposto» (*ibidem*), quando sentia a ameaça de restrições da sua liberdade ou pela perda de um príncipe querido. Nestes casos, Maquiavel temia a multidão, entendida aqui como sinónimo de povo, que agregava os descontentes, num grupo sem líder a quem recorrer, embora sugerisse que quando o sentimento de exaltação desenfreada arrefece, todos acabam por desertar e regressar a suas casas. «esvai-se a confiança que a massa depositava na sua força; cada um pensa na própria salvação, decidindo-se a fugir ou a trair» (*ibidem*). Maquiavel convoca, assim, o entendimento de Tito Lívio (59 a.C. – 17 d.C.), filósofo e historiador italiano que procurou relatar a história de Roma desde o momento tradicional da sua fundação (753 a.C.) até ao início do século I da Era Cristã, para discutir com profundidade o conceito de multidão, como um segmento próprio e isolado do grande público. Com efeito, Lívio defendera que não havia nada de mais inconstante e ligeiro do que a multidão, ao passo de que Maquiavel sublinhava que a componente emocional instável da multidão não deve ser criticada de forma arrasadora, uma vez que «todos estão sujeitos aos mesmos erros quando não há freio que modere as paixões» (1994: 180). Por isso, Maquiavel afirmava que as multidões são sempre inconstantes, ingratas e ligeiras, embora esta massa social se apresente, na sua opinião, mais bem preparada para responder a épocas que exigem particular prudência e parcimónia: «não é sem razão que se diz que a voz do povo é a voz de Deus» (1994: 180). Nesta obra, parece, por isso, existir a defesa do povo como uma potência quase oculta para discernir o bem do mal.

²⁷ Como por exemplo o artigo publicado, em coautoria, na revista PLOSOne intitulado 'The Walking Behaviour of Pedestrian Social Groups and Its Impact on Crowd Dynamics', [<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0010047>, acessado em 28/08/2011].

Uma das formas de compreender, de algum modo, as limitações teóricas que se atribuem a alguns destes entendimentos anteriores reside nos receios e nas dúvidas quanto ao debate crítico e racional na esfera pública que Habermas propõe. Na verdade, esta sugestão conceptual convoca outras reflexões idênticas, como a Teoria da Ação Coletiva de Mancur Olson, que procura adensar ainda mais o terreno da racionalidade crítica dos indivíduos. Nesta perspectiva, Olson contradiz um pouco uma certa ideia generalizada de que os indivíduos em grupo se empenham com maior compromisso para alcançar os objectivos dessa comunidade, quando veem aí refletidos os seus objectivos e interesses pessoais. Para o autor, este facto está longe de ser suficiente. No livro *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, publicado em 1965 e considerado por muitos como uma das referências mais sólidas no âmbito da ciência política e economia, o escritor refere que um dos motivos pelos quais os grupos tendem a resultados insatisfatórios reside nos chamados ‘benefícios coletivos’, isto é, uma vez gerados pelo grupo podem ser usufruídos por todos os participantes, independentemente de terem contribuído ou não para gerá-los²⁸. Olson sublinha ainda que quanto maior o grupo for, existe uma elevada probabilidade de que os benefícios não sejam exatamente extensíveis a todos os membros. Tal situação justifica-se, para o investigador americano, não só pelo facto de não existir nenhum participante disposto a assumir a responsabilidade dos custos da operação coletiva, nas suas várias vertentes, mas também por uma certa psicologia de grupo. Olson sustenta que, em grupos de grande dimensão, os participantes não acreditam que a sua contribuição individual não terá grande importância para a coletividade onde estão inseridos. Quando todos os membros seguem a mesma via, o resultado será pouco promissor para o futuro de determinadas coletividades. O escritor utiliza a metáfora dos transeuntes que vagueiam pelas estradas pedindo boleia aos automobilistas. Na verdade, esses indivíduos não desenvolvem um grande esforço para chegar ao destino [benefício]. Aproveitam-se da generosidade de outros, tal como acontece nas multidões. Em grupos maiores, retrata Olson, a solução parece estar na criação de benefícios seletivos, de índole positiva ou negativa, que ajudem os participantes a tomar a decisão de cooperar e colaborar para o benefício coletivo. Paradoxalmente em grupos menores, os membros desenvolvem um contacto pessoal mais sólido, em teoria, logo a probabilidade de exercer

²⁸ A este propósito, o escritor recorda o exemplo dos sindicatos ou do Estado: os benefícios trazidos por essas organizações podem ser usufruídos por todos os membros, mesmo sem que tenham contribuído para tal. Os benefícios serão apenas gerados se houver algum tipo de coerção para que os membros participem, ou caso haja algum membro do grupo disposto a arcar com todos os custos.

controlo mútuo aumenta o que pode trazer benefícios globais de forma mais rápida e consistente. Após esta reflexão histórica e socialmente contextualizada no conceito de público, a verdade é que este continua a ser um tema densamente estudado na atualidade. Neste sentido, poderíamos convocar no seio das interpretações académicas, alguns enquadramentos sobre a atualidade e a importância do público.

Como já tivemos oportunidade de sublinhar, a ascensão da burguesia acabou por proporcionar uma certa especialização dos públicos (Correia, 2001). Quase como consequência, a existência de diversos públicos despertou as mentalidades e aguçou o apetite dos grandes e abastados proprietários que viram nas publicações especializadas uma forma de exercer influência política e social, além de retirar dividendos económicos. Deste modo, a partir dos finais do século XIX, boa parte das estruturas sociais do Ocidente dava os primeiros passos para a definição de públicos específicos, naquilo que Adriano Duarte Rodrigues (1985) designaria por 'atomização da sociedade e da esfera pública'. Este panorama social acabaria por inaugurar o entendimento moderno sobre o público, tornando-se numa instância de decisão e num verdadeiro sujeito do discurso, que se «arroga o direito e o dever de informar e de ser informado, situando para isso a sua legitimidade sob o modo do 'saber', em oposição à modalidade da legitimidade do soberano, à modalidade do 'querer'» (Rodrigues, 1985: s/p). Ora, numa época em que o público começava a desenvolver discursos objetivos e reivindicadores, a opinião pública emerge como uma «instância do saber, dos factos, da honestidade, da razão, em luta contra o querer, associado à corrupção, ao obscurantismo despótico do soberano» (*ibidem*).

Neste sentido, o público convive com a opinião pública, um termo abstrato e de conotação psíquica. O espaço público começa a perceber a movimentação destas esferas específicas da vida social e a especialização atinge níveis mais limitados, sobretudo com o repentino interesse que a escrita jornalística suscitara em determinados setores sociais. A ideia de circulação das mensagens, acompanhada pela tentativa de exercício de influência através da imprensa revela-se igualmente num alvo apetecível para as estruturas políticas, inclusive. Por isto, podemos sugerir que uma certa ideia de cultura de massas, no sentido do desejo, por vezes, obsessivo e compulsivo, pelo domínio e influência em terrenos próprios da sociedade, terá contribuído para a configuração deste contexto. Para Adriano Rodrigues (1985), este espírito de massificação, de certo modo ideológica, deve-se a uma certa privatização do pensamento

anónimo, em sintonia com a transferência da convivialidade para o domínio particular e restrito à individualidade²⁹.

Nesta perspetiva negativista do público que Rodrigues estende até à atualidade, o investigador responsabiliza o cidadão por ser «uma média estatística, anónima, de fraca instrução e de reduzida capacidade de intervenção, alvo das injunções que um exército de novos profissionais procura condicionar convenientemente através de estratégias retóricas adequadas» (*ibidem*). Ora, a opinião pública, enquanto constructo social fundamentalmente abstrato e de difícil mensuração, torna-se dependente, cada vez mais, do discurso produzido pelos (e através dos) média o que, em teoria, lhes deveria conferir uma maior responsabilidade. Nestes espaços mediatizados será possível observar o reflexo de água das outras esferas da vida social:

«[os média] são uma engrenagem embraiadora entre, por um lado, o domínio privado, doméstico, sedentário, onde a crítica incontrolada e desviante se desenvolve à margem das legitimidades dos campos sociais, e a racionalidade dos interesses autónomos escapa à dominação do poder regulador do Estado, e, por outro lado, a esfera pública, anónima e circulante, nómada» (1985: s/p).

Já nos inícios do século XX, Dewey (1927) sugeria o eclipse do público, motivado por uma série de fatores que vão desde a generalização da experiência humana, a deteiorização do pensamento e conhecimento humanos, a entrada em cena de competidores pelo espaço público, ou até mesmo a pouca reflexão sobre a delimitação do público como entidade flutuante, social e historicamente considerada. A especialização do público, superiormente aproveitada pela publicidade, conduziu eventualmente a um espaço público onde a natureza da realização do 'eu' parece assumir formas desproporcionadas. Parte destes entendimentos pode eventualmente ter condicionado académicos ou *bloggers* como Alfred Hermida, a denunciar uma crise factual do público, enquanto estrutura conceptualmente pensante³⁰. No premiado blogue *Reportr.net*, que versa temas sobre os meios de comunicação, a sociedade e tecnologia, o docente de jornalismo e média digitais sugere que a atualidade do público revela uma nova questão: de que forma a ação coletiva, concertada, assertiva e inteligente, pode operar em conjunto? Tendo em

²⁹ Relativamente às formas de convivência promovidas por novos processos comunicativos, Rodrigues destaca o papel da publicidade, como forma de transmissão de mensagens, símbolos, estereótipos, transformando o cidadão produtor de opinião pública em consumidor de interpretações publicitárias. Tal como a especialização do público, a publicidade seguiu parte desta inspiração, uma vez que potenciou a multiplicação de agências específicas que trabalham para segmentos muito próprios, criando uma massa «indiferenciada, de reduzida cultura, que passou a ser encarada mais como alvo da sua inculcação do que como verdadeiro público de cidadãos» (1985: s/p).

³⁰ [<http://www.reportr.net/2010/10/15/impact-crowdsourcing-journalism/>], acedido em 15/10/2010].

conta a dispersão dos públicos, refere que o paradigma sofreu uma alteração substancial: «as tecnologias *web* permitem aos cidadãos e a grupos da comunidade o desempenho de algumas funções comunicativas anteriormente controladas pelas instituições mediáticas». Ainda assim, por paradoxal que pareça, Hermida refere que a utilização das propostas dos cidadãos reside ainda num plano meramente artificial, tornando-se particularmente insistente apenas em determinados momentos em que a posição privilegiada dos sujeitos poderá ser decisiva para a recolha de material informativo³¹. À perspetiva pessimista de Hermida junta-se a de outros que, provavelmente, foram mais longe nesta questão. Com efeito, Dan Hind (2007) denunciava a ameaça das comunidades ‘irracionais’, que englobava comentadores mediáticos, intelectuais e políticos. Hind confessa-se dececionado com a postura dispersa, distraída e desligada da realidade do público, exemplificando com o caso da crise económica e financeira que se estava a formar na época. Para o autor, a forma como os políticos têm vindo a converter-se em legítimos financiadores de sonhos do público, desprezando os riscos corporativos que toda a lógica do discurso partidário pode sugerir, responsabiliza diretamente esta crise do público, não conseguindo ultrapassar a descrença, a desconfiança e a pouca coesão social que as suas atuações recentes têm promovido.

2. Reflexões conceptuais sobre modos de socialização e estruturação da vida pública

Depois de termos analisado algumas das possíveis questões que se colocam ao envolvimento cívico, numa perspetiva mais atual e outra mais distante historicamente, tentaremos observar a forma como o debate científico tem abordado alguns conceitos que, na nossa ótica, estruturam as relações sociais que podem relacionar-se com os média na sua dimensão de espaços participativos. As instituições jornalísticas, como espaços privilegiados onde decorre uma realidade social (híper)mediatizada, desempenham por vezes o papel aglutinador de vozes, discursos, tensões. Precisamente dedicados a estudar esses ecos,

³¹ Tal como Katz (2000) e Tarde (1986) defenderam, os líderes de opinião que surgem nos editoriais dos jornais contribuem para uma certa manipulação do público. De certa forma, podemos sugerir que os dois autores convergem na ideia de que a acomodação mútua de ideias, perante a tomada de opinião do comentador, pode conduzir a uma aceitação tácita do discurso do interveniente nos média, longe de uma reflexão crítica e personalizada de cada espectador/leitor/ouvinte.

circunscrevemos, portanto, a presente discussão teórica a um âmbito comunicacional, especialmente nos formatos jornalísticos suportados pela opinião do público. Os conceitos a seguir apresentados procuram, por isso, contribuir para um certo enquadramento conceptual e teórico relativamente à entrada da voz do cidadão nos espaços mediáticos.

2.1 A centralidade dos movimentos assumidos pela sociedade civil e pela esfera pública

Em certo sentido, poderíamos começar por convocar o conceito de sociedade civil como o agente macrossocial que serve de motivação à abertura dos canais participativos por parte dos média. Deste modo, este termo evoca uma interpretação mais complexa do que a generalidade dos movimentos sociais a que reporta, como por exemplo aponta a definição da London School of Economics:

«sociedade civil refere-se à arena de ações voluntárias em redor de interesses, valores e objectivos comuns. Em teoria, as suas formas institucionais são distintas das do Estado, família e mercado, embora na prática as fronteiras entre Estado, sociedade civil, família e mercado sejam bastante complexas, nubladas e negociáveis. A sociedade civil frequentemente abarca uma diversidade de espaços, atores e formas institucionais (...) e organiza-se em torno de instituições de caridade, organismos de desenvolvimento não-governamentais ou baseadas na fé, associações profissionais, sindicatos, grupos de autoajuda, movimentos sociais, associações de negócio, coligações e grupos de advocacia (Sousa & Pinto: 2005: 8)».

Como sugere Adriano Rodrigues, a sociedade civil é constituída pelos «proprietários de bens e/ou de saber, isto é, pelos detentores de um capital económico e/ou simbólico» (1985: s/p), de acordo com uma determinada ordem social pautada por projetos e jogos de interesses privados dos cidadãos. Por seu turno, João Carlos Correia sustenta que a sociedade civil pode ser entendida à luz de «uma arena de luta política e simbólica. A ideia de quotidianidade, que envolve a noção de hegemonia, confere-lhe presença real, uma efetividade que ultrapassa a noção eventualmente mais débil de ideologia» (2001: 4). No limite, poderíamos caracterizar a sociedade civil como um mecanismo de controlo, ordem e repressão, apesar de Correia sublinhar um aspeto distinto: «o que se defende hoje é um conceito de sociedade civil que se ofereça como esfera de interação social localizada composta pela esfera íntima, pela esfera das associações voluntárias, pelos movimentos sociais e pelas formas de comunicação pública»

(2009: 2). Numa abordagem teórica, ainda que superficial, a sociedade civil assume-se porventura como o agente capaz de mover diversas forças sociais e os média, neste sentido, dispõem da possibilidade de abrirem as suas portas à expressão e cristalização desses movimentos sociais.

Na verdade, o conceito de sociedade civil parece arrastar outras noções que sugerem igualmente a estruturação e a organização de um determinado envolvimento cívico. A este propósito, Sousa & Pinto consideram que a sociedade civil «incorpora a noção de esfera pública (...) onde atores sociais, grupos e organizações se relacionam entre si e lutam pelos seus interesses. A existência e a performance destes atores conferem vitalidade e densidade à vida individual e social» (2005: 8). O potencial dinâmico da sociedade civil determinará as condições pelas quais se estabelece o próprio destino de uma comunidade capaz de pautar as suas atividades pelo maior ou menor grau de ativismo, pela organização ou, até, pela luta. A sociedade civil não pode, porém, confundir-se com a totalidade do mundo da vida social, pelo menos a partir dos relatos de Arato & Cohen (cit. em Correia, 2009). Neste caso, são as estruturas de socialização e de associação que possuem o eixo definidor de institucionalização de uma determinada sociedade civil. No caso específico do objeto de estudo da presente investigação, poderemos sugerir que algumas dessas instituições que compõem a sociedade civil concretizam o seu dinamismo na presença em espaços de opinião pública. A sociedade civil seria, pois, o manto bruto onde as associações livres se formariam configurando as mais diversas esferas públicas. Como refere Chadwick, esta estratégia «traz à memória a democracia direta da antiga Atenas, mas atualiza-a para este período contemporâneo através da focalização da impossibilidade de não existir mediação» (cit. em Luque, 2009: 96).

Como já vimos, a questão relativa à esfera pública poderá ser introduzida neste entendimento, presumivelmente como um subconjunto de uma ideia de sociedade civil responsável pela abrangência de todos os movimentos sociais. Alguns entendimentos teóricos reforçam um pouco este sentido. A este preceito, Min (2009) sugere a existência de múltiplas esferas públicas, espaços comunicativos fora das plataformas comumente designadas por *mainstream*. Min cita ainda Downing (1984) para referir que o conceito de 'esfera pública alternativa', um espaço concebido para a formulação do debate radical e de reflexão sobre o dia-a-dia da sociedade, ao nível da tomada acintosa e vincada de ideias e posições, em movimentos afastados do percurso da maioria dos processos comunicativos quotidianos. Já Milliken (2008) acredita, por sua vez, que a esfera pública define a importância da democracia num espaço para

um público amplo e propenso ao debate e confronto sobre assuntos políticos. Seguindo autores como von Rautenfeuld (2005), Fraser (1996) e Habermas (1984), Milliken entende a esfera pública como um lugar típico da sociedade democrática que funciona como um organismo autónomo e exterior ao Estado, distinta, por exemplo, de agentes sociais como os ligados ao setor de pressão económica, onde existem fatores de toda a ordem que impedem a entrada e o envolvimento de todos os indivíduos que debatem matérias de interesse público. Milliken destaca, por isso, o *online*, na medida em que «mais do que um local de encontro, a esfera pública *online* se caracteriza pela ocorrência de discursos através de uma troca de fluxos preferencialmente baseados em diversos temas em detrimento do interesse individual» (2008:2). A propósito ainda das temáticas que devem percorrer a referida esfera pública *online*, Milliken relembra Gochenour (2006) para quem os padrões do discurso desenvolvidos a partir de interesses individuais – que não são mais do que nódulos no panorama global da rede de comunicações – potenciam um outro tipo de relações individuais e tornam o discurso realizado nestas plataformas meramente uma questão individual e com pouca substância e relevo coletivo.

Numa das várias obras que dedicou a pensar o tema da esfera pública, dos fenómenos e movimentos sociais associados, como por exemplo à opinião pública, Habermas (1984) constata que a esfera pública constitui o ponto mediador entre o Estado e a sociedade, pressupondo o acesso da generalidade da população, evitando barreiras e limitações na discussão de todos os assuntos³². Por outro lado, Habermas (2008) defende que o modelo comunicativo da política deliberativa está intimamente relacionado com a comunicação realizada na esfera pública, que facilita e legitima os processos comunicacionais por duas vias: por um lado, conta com um sistema mediático autorregulado que é independente e que se relaciona diretamente com o ambiente social; por outro, a existência de audiências anónimas e frequentes garante um *feedback* entre o discurso informado das elites e da sociedade civil responsável. De um ponto de vista histórico, a esfera pública promovida por Habermas tem as suas raízes mais profundas na sociedade ocidental europeia do século XVIII que adquire um impulso fundamental na segunda metade do século XIX e no início do século XX em que se vê inundada por um incremento da importância dos oligopólios mediáticos e pelo surgimento do estado burocrático burguês (Chadwick, cit. em Luque, 2009). A partir dessa referência temporal, Pierre Lévy (cit.

³² Ver, a propósito, Habermas, J. (1981) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona: G. Gili.

em Jenkins, 2006) admite que o crescimento e ampliação da esfera pública promoveram a consolidação e proteção da esfera privada, reservada à família e ao indivíduo, ao nível das práticas sociais e da regulamentação legal pensada para o efeito, num conjunto de esforços visíveis e transparentes que conferiram vitalidade à esfera pública, incentivando à participação dos sujeitos na vida comunitária

Ao longo desta reflexão percebe-se a ideia de uma atomização do conceito de esfera pública. Esta proposta recolhe o assentimento de José Manuel Mendes (2004), para quem a existência de diversos «públicos» responsabiliza os fenómenos de fragmentação do espaço público, como a multiplicação de personalidades, de papéis e de identidades sociais como fatores decisivos para a diluição de um entendimento uno e inequívoco sobre esfera pública. Neste sentido, Papacharissi introduz o termo «mini-esferas públicas» (2004: 280), embora tenha posteriormente vindo a desenvolver esta reflexão no interior do espaço *online*, o que não estará provavelmente distante do termo clássico de «*dispersedes publikum*», proposto por Maletzke e lembrado por Hans-Ullrich Mühlenfeld (2002: 104). Contudo, mantemos uma linha de orientação que segue basicamente os procedimentos descritos por Thompson, na medida em que a «esfera pública corporiza o que Habermas descreveu como um princípio publicitável: nomeadamente no qual as opiniões pessoais dos indivíduos podem evoluir para uma opinião pública através de um debate crítico-racional, num público de cidadãos que está aberto a todos e livre de dominação» (2005: 34). De certo modo fica implícita a ideia de democraticidade do debate, um dado igualmente observável em autores como Jane Singer *et al.* (2008), que definiram a esfera pública como um espaço democrático aberto, de versatilidade e relativa acessibilidade. Esta fragmentação parece encontrar uma paisagem amplamente densa no contexto *online*:

«em detrimento da esfera pública virtual, de acordo com Papacharissi (2004: 280), estes grupos *online* formam diversas 'mini-esferas públicas' distintas entre si no que toca ao seu poder e relevância, contudo servem para articular diversos interesses e preocupações coletivas. Embora o potencial da Internet para alargar a esfera pública seja limitado, existe ainda um potencial para promover a participação política em torno de grupos de discussão *online* (Polat, 2005: 452)».

De facto, os últimos anos têm sido pródigos para o debate sobre o relevo que a esfera pública terá eventualmente encontrado no mundo das redes *online*. Santiago Luque (2009), autor de uma tese de doutoramento justamente dedicada à democratização eletrónica, recupera

algumas das discussões que têm marcado este ponto. Para Luque, a esfera pública representa «o sítio onde têm lugar as deliberações sobre as necessidades civis e onde o consenso público toma forma» (2009: 92). A esfera pública surge como espaço deliberativo na busca cooperativa de soluções para os problemas políticos de uma determinada comunidade. O autor acrescenta ainda uma dimensão coletiva, substituindo a ideia de agregação de preferências privadas de determinados cidadãos. Seguindo ainda esta linha de pensamento, poderemos sugerir que a esfera pública, alheia ao território político onde se inscreve, atuará como uma espécie de sistema de intermediário entre as organizações formalmente instaladas e organizadas e as deliberações que são informalmente tomadas no terreno.

Poderíamos ainda questionar o lugar específico dos média neste quadro teórico. Rosa Moreno sugere que «nas sociedades modernas, os *mass media* são considerados como uma esfera pública nos quais os temas de interesse comum são apresentados e definidos, especialmente na televisão» (2006: 303). Ora, esta conceção de esfera pública poderia encaixar perfeitamente em muitos dos programas e formatos de opinião pública que os média procuram promover, sobretudo no papel equitativo que parece atribuir-se aos cidadãos. Em termos gerais, estes espaços evocam precisamente estes sentidos, igualdade, pluralidade, entrada livre de todas as opiniões (Dias, 2007; Moreno, 2006). Luque (2009) e Habermas (2008) coincidem num ponto. A margem de atuação das esferas públicas poderá colidir com a intervenção dos média. Habermas (1984) considera mesmo que os grandes meios de comunicação privatizam o discurso público, criando nichos temáticos e silenciando realidades prementes da vida comunitária. Para ambos os autores, a ação dos média reduziria a amplitude do debate promovido no placo das relações sociais. Westling (2007) reitera que a esfera pública se assume como um ambiente isolado da autoridade governamental e dos poderes económicos, da comunidade, prevalecendo como lugar privilegiado para a formação coletiva da opinião pública. Tendo em conta os apontamentos teóricos anteriores, podemos considerar a sociedade civil como o grande oceano por onde se movimentam organismos e forças sociais e onde marcam terreno diversas esferas públicas, isto é, as pequenas peças do *puzzle* social.

Não obstante as limitações e as críticas apontadas à conceção de esfera pública habermasiana, as reflexões que se realizam a partir deste assunto não conseguem afastar-se de alguns dos seus princípios. De qualquer modo, apesar de termos novamente observado o impacto conceptual que os novos média, especialmente os vocacionados para a comunicação digital e *online*, operam na possível reconfiguração de diversos dinamismos na sociedade civil,

algumas das questões mantêm-se em franco debate, nomeadamente em termos das políticas de regulação dos média, da expressão e representação dos cidadãos no discurso mediático, do papel e lugar da cidadania no enquadramento editorial noticioso, entre tantos outros. A disponibilização de novas ferramentas não induzirá forçosamente uma cidadania mais ativa, participativa e responsável, pelo que novos esforços terão de ser empreendidos para compreender e aferir as implicações de uma cultura que se desloca progressivamente para outros terrenos e medir, eventualmente, a articulação entre vida *online* e *offline*.

2.2 Origem e consolidação da opinião no espaço público

Após termos refletido, de um ponto de vista conceptual, diversos entendimentos que se prestam a enquadrar a realidade da vida pública, e que não esgotam essa questão, partimos neste momento para a reflexão específica em torno da opinião pública, como marca presente nos espaços participativos nos média. Por outro lado, somos tentados a acreditar que a própria opinião se poderá constituir como matéria de socialização de indivíduos na sociedade civil, um ponto a partir do qual redes, teias e ligações entre pessoas e instituições se podem desenhar. Que elementos concorrem exatamente para compreendermos uma opinião como pertencendo ao público, a uma massa? Que condições (inter)subjetivas se consolidam para legitimar este papel que se atribui a um juízo coletivo? Por outro lado, o que se pretende apontar quando se discute sobre o espaço público?

Este é, na verdade, um conceito cuja origem remete para um dos primeiros trabalhos de Jürgen Habermas, em 1962³³. De um modo genérico, o espaço público habermasiano retrata «a esfera de pessoas privadas que se reúnem como um público» (1989: 26). Historicamente potenciado pelo desenvolvimento do capitalismo mercantil do século XVI e com o aparecimento da imprensa de cariz político do final do século XVII e inícios do século XVIII, o espaço público agrupa essa realidade macroestrutural onde toma parte a sociedade civil. Neste sentido, James Curran, nos finais do século XX, acabaria por defender que o espaço público não seria mais do que uma zona neutral, «onde a discussão é livre do domínio do Estado e onde todos aqueles que participam no debate público o fazem numa base de igualdade (1991: 83)». Ora, se tomarmos como pretexto todas as considerações produzidas ao nível do discurso sobre a fragmentação do

³³ Na sua tese de doutoramento, em alemão, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, publicada duas décadas depois em inglês: *The Structural transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Burgeois Society*. Publicada em 1991, pela editora MIT Press de Nova Iorque.

espaço público ou do pluralismo (Karpinen, 2008; Dias, 2007), entenderemos que esta será apenas mais uma plataforma que experimenta e vivencia o palco mais genuíno das tensões fragmentárias existentes no nível social. A sociedade afirma-se hoje como um espaço de proliferação e complexificação, nela coexistindo várias culturas (Silveirinha, 2005).

Colocando de parte a figura da sociedade como um sujeito macro-histórico (Dias, 2007), observamos que alguns dos conceitos atrás debatidos podem ter, de facto, aplicabilidade prática no terreno das produções mediáticas relacionadas com a intervenção do cidadão nesses domínios. A esfera pública, entendida aqui como um átomo dessa macro organização social, consegue adquirir protagonismo em, por exemplo, formatos mediáticos de opinião pública, quando são convidadas determinadas organizações sociais, sindicatos e outros responsáveis e representantes dessas instituições a participarem nesse debate. Susana Sampaio Dias (2007) recorda que o conceito de espaço público se constituía entre o domínio privado da sociedade civil e o domínio público da autoridade do Estado, num comportamento considerado de sociabilidade que aspirava a moldar a intervenção política. O ideal de espaço público habermasiano convoca, portanto, o espírito da teoria crítica e de um projeto emancipador de formulação kantiana para criar um espaço baseado em normas de inclusividade e de universalidade, tendo como fator de emergência e impulso a arena de debate crítico e racional do século XVIII protagonizado pela burguesia que privilegiara o uso da razão no debate de questões de interesse comum. Na atualidade, as sociedades democráticas legitimam a existência de um espaço público que convoca a vida política, as relações entre as instituições e o sistema dos média:

«a evolução do próprio sistema democrático conduziu a que um maior número de atores se exprimisse acerca de um maior número de assuntos. Um alargamento do espaço público que resultou também no alargamento do papel desempenhado pelos média e pelo jornalismo, ou naquilo que Wolton chamou de espaço público mediatizado (Wolton, 1995: 167-168). Com o alargamento do campo da política, os média adquirem um papel central, tanto no domínio da produção como na difusão da informação» (Dias, 2007:10-11).

A existência destes grupos unidos em redor de interesses comuns poderá suscitar uma variedade de questões, que denunciam a possibilidade de a proliferação de múltiplos grupos resultarem numa fragmentação do espaço público. Para Dias, os sistemas de consumo contemporâneos, especialmente os consagrados através de dispositivos tecnológicos de mediação, responsabilizam esta mesma fragmentação:

«as pressões de mercado, com vista à emergência de novos segmentos de consumidores, aos fluxos emigratórios, às alterações dos costumes e do estatuto da mulher, ao aumento da mobilidade, à ênfase das diferenças identitárias em torno de temas como a religião, a região, o género ou o ambiente, etc. Lembrando uma frase de Marx, tudo o que é sólido se dissolve no ar, entende-se que as regiões, as classes e subclasses, as culturas e subculturas, os grupos de interesse e as minorias associativas são objeto de uma recomposição crescente, e que grande parte dessas transformações surgem associadas aos média (Correia, cit. em Dias, 2007:90-91).

Ainda a propósito do alargamento do espaço público, Dias sublinha a importância dos grupos minoritários que passam a constituir-se no espaço público democrático, construindo reivindicações políticas relacionadas com a sua diferença e representatividade dos destinos coletivos. Na verdade, a atualidade acaba por ser fértil na constatação dos mais distintos grupos de interesses, motivados pelas mais variadas ambições ou comunhões de interesses. A sociedade afirma-se, por conseguinte, «como um espaço de proliferação e complexificação, dado que nela coexistem várias culturas» (Dias, 2007:28). Por outro lado, Rosalía Winocur pronunciou-se igualmente sobre o «novo espaço público» (2003: 25-26). O que provavelmente será mais curioso e interessante verificar no entendimento desta autora consiste na tipologia que elabora a este propósito. Desta forma defende quatro vetores fundamentais: as sondagens de opinião, que concretizam a intenção de tornar o público num «novo ator num concerto orquestrado pelos políticos e pelos média que tem tido significativa importância no processo de formação da opinião pública e isto gradualmente concede um *status* de «representantes da maioria» (*ibidem*); a participação nos diferentes canais mediáticos e virtuais, isto é, as cartas dos leitores, contribuições através de *faxes*, Internet ou mesmo de chamadas telefónicas; a entrada dos comentadores ou grupos de interesses em programas de opinião pública, sobretudo os mais influentes, uma vez que conseguem deslocar a atenção do público para pontos específicos, «greves, protestos, demonstrações públicas» (*ibidem*); e, por último, a participação na chamada rádio comunitária, em estações de televisão ou ainda em formatos populares alternativos de organização mediática, como as rádios pirata. Por seu turno, Dora Navarro (2009) defende que este conceito se refere a várias formas de fóruns, entre os marcados pelo confronto direto ‘cara-a-cara’ ou aqueles que são dinamizados pelos média. Espaço público convoca, deste modo, «um espaço [...] interconectado ou individualmente, correspondendo a uma comunidade [...] que pode estar limitada geograficamente, por exemplo» (2009: 623). A dificuldade na definição de espaço público motivou uma ampla discussão entre académicos (Lopes, 2008; Dias, 2007; McQuail, 2003) sobretudo na clara separação entre as fronteiras entre o público e o privado.

Contudo, nem todas as interpretações procuraram fazer esta separação. Como refere de Miranda (cit. em Lopes & Loureiro, 2011), o espaço público nunca se reduziu à oposição entre público e privado, nem sequer à simples mediação entre sociedade civil e Estado, nem mesmo à representação. Na verdade, boa parte da discussão teórica divide-se entre o seu carácter ficcional ou a sua construção meramente operada e instrumentalizada pelo campo mediático.

Este espaço público que alberga diversas movimentações sociais convive quotidianamente com fenómenos opinativos, como já ensaiámos anteriormente. A origem e a implementação da opinião pública no espaço de destino das comunidades conheceram processos evolutivos e complexos. Com efeito, até perto do século XVIII boa parte das sociedades europeias viveram na dependência do controlo soberano e de regimes absolutistas, gerando poucos espaços e oportunidades para a auscultação da opinião pública. Contudo, o aparecimento da *Aufklärung*³⁴ haveria de institucionalizar um modo distinto de atribuir valor à razão humana, do público que não se deveria confundir com a razão do Estado. Este processo evoluiu a par da proliferação da imprensa especializada do século XIX, acompanhada de perto pelo aumento dos níveis de escolarização e alfabetização. Observava-se aqui a emergência de um gosto pelo «espaço privado da vida doméstica, cada vez mais confinada à habitação do esposo, da esposa e dos filhos à família nuclear, restrita» (Rodrigues, 1985: s/p). De certo modo é curioso verificar que mesmo no âmbito da intimidade familiar, as construções habitacionais desta altura consagravam já um certo respeito pela privacidade dos elementos de um determinado agregado, pelo que a família nuclear passa a reservar cada vez mais espaço para si própria. Desta forma, convivendo entre a polarização entre o domínio da vida privada e a pública, o estado burguês assume-se como intermediário dos projetos e interesses sociais que entretanto vão despontando na sociedade.

Em termos sumários, alguns destes acontecimentos terão contribuído para que a opinião do povo pudesse ser tratada de forma distinta, requerendo porventura uma análise cuidada, como observaremos de seguida. Allport (cit. em Noëlle-Neumann, 1995) defende que as convenções sociais, os costumes, as normas e as questões políticas resumem as ‘proposições de significação’ que explicam a multiplicação de posturas conhecidas que conduzem à formação da opinião pública. Para o autor, este conceito procura, na maioria das

³⁴ Termo relativo ao iluminismo, lembrado por Rodrigues (1985) ao designar a introdução desta corrente filosófica no espaço cultural alemão. A tónica anticlerical desta corrente filosófica germânica procurava uma reformulação das formas de religiosidade. Entre os seguidores mais conhecidos da *Aufklärung* estavam Immanuel Kant, Johann Gottfried von Herder, Moses Mendelssohn, entre outros.

situações, imprimir uma determinada autoridade, uma situação que por vezes sucede na tentativa de diversos governos, Estados e políticos de manipular a aparência de acontecimentos para influenciar a opinião pública, de acordo com os seus interesses. Daí que para Fraenkel (cit. em Habermas, 1981), a opinião pública não será mais do que uma conceção dominante e privilegiada para o governo, referindo até que é essa perceção genérica sobre a vida social que chega aos responsáveis máximos do Estado e é ele próprio quem se encarrega de a moldar à sua maneira para proceder à sua difusão. No entanto, Habermas discorda em completo desta visão. Para o autor, a opinião pública surge como uma autêntica ficção para o Estado de direito, ou seja, o comportamento real do público não supõe necessariamente uma ideia coletiva e um sentimento generalizado. Ainda que advogue que muitos desses traços ideológicos surjam dos cidadãos, seria difícil comprovar empiricamente as suas fronteiras e extensão concretas, naquilo que designa por falta de um «*pathos* positivista». Para Habermas, a opinião pública representa «uma instância crítica em relação à notoriedade pública normativamente lícitada do exercício do poder político e social ou uma instância recetiva em relação à notoriedade pública, «representativa» ou divulgada de forma manipulada, de pessoas ou instituições, de bens de consumo e de programas» (1981: 261).

Já para Schäffle (cit. em Habermas, 1981), a opinião pública pode ser compreendida como uma mera reação informal das massas ou como a expressão dos pontos de vista ou de juízos de valor, tendências voláteis de qualquer parte do público. Para de Tarde, a quem se atribui a originalidade de ter descrito, pela primeira vez, a ‘opinião de massas’, este conceito radica de um contexto funcional, passando a desempenhar um processo comunicativo entre as massas, afastadas da discussão pública e da dominação política³⁵. Por seu turno, Schimdtchen sublinha igualmente a necessidade de a opinião pública representar «todos aqueles modos de conduta de grupos, de qualquer população, que resultam apropriados para modificar ou conservar as estruturas, as práticas, e os objetivos da dominação (cit. em Habermas, 1981: 267). Numa perspetiva mais atual, Pierre Lévy (1999) sugere que a opinião pública continuará a ser formada progressivamente e em paralelo às marcas de discussão que se estabelecem nos fóruns, nos *chats* e nas conversações realizadas por intermédio das redes sociais, como mecanismos característicos das comunidades virtuais, num cenário onde os média clássicos serão relegados para um plano secundário perante uma opinião pública organizada em comunidades linguísticas unidas por afinidade. Como refere Susana Sampaio Dias (2007), a

³⁵ Tarde, G. (1986) *La Opinión y la Multitud*, Madrid: Taurus.

opinião pública poderá levar a dois fenómenos diametralmente opostos entre si: refletem e emergem de um debate social, racional e crítico, *à la Habermas*, ou então desembocam na chamada pseudo-opinião pública, em que nesta etapa as preocupações com a racionalidade crítica do discurso estão seriamente afetadas pelo desinteresse ou intenção dos protagonistas nesse debate. Outra das dimensões estritamente teóricas que nos parece conveniente assinalar nesta discussão está relacionada com as questões do eventual papel da cidadania neste contexto da entrada da voz pública na atividade dos média.

Um dos importantes contributos neste contexto poderá ser observado na teoria da opinião pública de Yankelovich (1991), nomeadamente a partir da formulação de três etapas que conduzem a forma como se estabelece o julgamento público sobre uma determinada matéria:

«o primeiro passo consiste no despertar de consciência onde o público aprende sobre um assunto e se torna consciente da sua existência e significado. Esta é uma etapa onde os cidadãos utilizam os média para se informarem sobre um tema. O segundo passo é o chamado 'trabalhar em conjunto' onde os cidadãos confrontam a necessidade de mudança. [...] O terceiro passo é o chamado 'resolução'. É o ponto onde os cidadãos fazem escolhas. [...] num nível cognitivo, emocional e de resoluções morais. Aqui os indivíduos confrontam os seus próprios sentimentos, procuram a melhor clarificação possível dos temas e pensam, lutam para tomar uma boa decisão por eles próprios e pela comunidade» (cit. em Kurpius *et al.*, 2009: 8-9)

Yankelovich aproveitaria igualmente a oportunidade para destacar a importância dos 'líderes de opinião', a partir de personalidades com acesso privilegiado ao território mediático que conseguiram articular os seus discursos com importantes efeitos na sociedade. Contudo, algumas interpretações denunciam a dificuldade em mapear com clareza as fronteiras da opinião pública. Por exemplo, Lazarsfeld (cit. em Habermas, 1981) lamentava o facto de o senso comum ter rapidamente apropriado a opinião pública como um constructo sociopsicológico, sem ter entendido convenientemente as frequentes manipulações políticas. Habermas, por sua vez, apontava algumas justificações a este propósito, sobretudo na vertente emocional da opinião, as disposições intersubjetivas e os conflitos de interesse que tornam pouco nítida a perceção popular, como se fosse «um barco a baloiçar» (1981: 262). De qualquer modo, o autor adverte para a inevitabilidade de considerar estes fatores para a formação de uma opinião pública.

Para Page (1996), a opinião pública apresenta-se, geralmente, «consistente, coerente e estável», o problema consiste, na esteira de Susana Sampaio Dias, no facto de, «mesmo que o público seja capaz de atingir um alto nível de racionalidade e de bom senso, a opinião pública

depende, em grande parte, das ideias e informações políticas que são dadas a conhecer» (2007: 74). Neste ponto, os média contribuem porventura para a formação de, pelo menos, correntes de opinião, sobre um determinado assunto, ao nível do discurso mediático ou, como seria mais adequado aos propósitos desta investigação, através da intervenção do cidadão nas mais variadas plataformas públicas³⁶. A dúvida poderá residir ainda no enquadramento da opinião pública como um elemento coerente e estável, evocando, de certa forma, que na generalidade dos casos a voz e o entendimento uníssono sobre um assunto possam, de facto, ser assumidos como condutores de verdade.

À semelhança de Habermas, que se destacou na reflexão sobre a esfera pública, entre outras matérias, a Walter Lippmann pode ser reconhecido um papel importante nas discussões teóricas realizadas sobre o tema da opinião pública. Um dos pontos mais interessantes na perspetiva de Lippmann reside porventura no seu entendimento multidisciplinar sobre este conceito, a partir de um ponto de vista psicológico, social, biológico ou até filosófico, o que lhe confere algum carácter de singularidade, alheio a enumerações meramente descritivas e centrando-se na génese do próprio termo. Na verdade, o vencedor do prémio Pulitzer em duas edições (1958 e 1962) partilha da crença de que a opinião pública é a superfície por onde navegam as nossas vidas. Neste sentido, elabora uma curiosa metáfora, referindo que todos nós vivemos e trabalhamos numa pequena parte da superfície terrestre, pelo que estamos, por conseguinte, enredados num pequeno círculo. Quando os grandes acontecimentos surgem, sobretudo os públicos e de larga escala e impacto, constatamos que apenas reservamos para nós mesmos uma pequena parte ou fatia desse conhecimento. Este limitado conhecimento sobre a grande quantidade de informação desconhecida cria opiniões que «abrangem um espaço vasto e um período amplo de tempo e um grande número de situações» (1922: 43). Um dos contributos peculiares de Lippman consiste na formulação de diversas variáveis que interferem, no seu entendimento, na formação de opiniões:

³⁶ *Framming* ou enquadramento, é um e um termo utilizado nos estudos sobre os média, a sociologia e a psicologia que reflete sobre a construção social de um facto que parte das fontes mediáticas, tendo por base os movimentos e organizações sociais. Para além de se constituir igualmente numa técnica, nascida das teorias do jornalismo, refere-se à forma como se entende uma realidade, fragmentada, espartilhada, subjetiva. Por isso, reconhece-se a inevitabilidade deste processo seletivo, tendo em conta o poder que desempenha na influência dos outros, através das linguagens escritas, imagéticas ou simbólicas que se constroem em redor de um acontecimento. Um *frame* ou momento fotográfico de uma realidade define um elemento teórico que, de certa maneira, promove o encorajamento de determinadas interpretações e discursos (Fiske & Taylor, 1991).

«a nossa opinião pública está num intermitente contacto com complexidades de todo o tipo; com ambição e interesse económico, animosidade pessoal, preconceitos raciais, sentimento de classe, entre outros. Estes distorcem a nossa leitura, o nosso pensamento, as nossas conversas e o nosso comportamento numa grande variedade de formas» (1922: 42).

O autor refere, por conseguinte, que a formação de opiniões dependerá, em traços genéricos, da privacidade ou censura que imprime a fonte de informação acedida, as barreiras físicas e sociais, a escassa atenção que se dedica a um determinado tema, a pobreza da linguagem, a distração, a rede inconsciente de sentimentos, o vestuário, a violência ou monotonia. Não obstante a pouca clarificação do escritor sobre como cada elemento poderá eventualmente agir em conjunto ou isoladamente em matéria de influência da opinião de um indivíduo ou grupo, no fundo aproveita para sintetizar que todas estas condicionantes «ameaçam a clareza e justiça da nossa percepção, substituindo ficções enganadoras por ideias trabalháveis e privam-nos de uma verificação adequada sobre aqueles onde recaem os nossos julgamentos erróneos» (*ibidem*)³⁷. Relativamente à formação destas opiniões, o autor norte-americano resume o processo a uma regra, isto é, «para a maior parte do que não conhecemos, primeiro definimos e logo vemos» (1922: 43).

Recorrendo a uma certa análise enquadrada numa perspetiva eminentemente psicológica, Lippmann explica – ainda que metaforicamente – que perante um assunto nebuloso e por vezes confuso, os indivíduos preferem utilizar as «formas»³⁸ (1922: 45) dos estereótipos referentes às suas culturas. Ainda numa abordagem que se aproxima bastante da psicologia, o autor acredita que perante um tema desconhecido, normalmente os indivíduos optam por uma interpretação baseada em dois pressupostos: se o assunto se aproxima da realidade do indivíduo, este terá uma maior propensão a aceitá-la e tomá-la como realidade ou como parte da sua vivência social; por outro lado, se a situação que estiver a ser debatida se distanciar daqueles que são os seus valores e orientações, rotinas de vida, existe uma tendência para acreditar na interpretação baseada nesses mesmos valores. Para contornar algumas destas

³⁷ O escritor americano cria, neste sentido, o conceito de 'Tribunal da Opinião Pública', numa análise do ponto de vista metafórico, que serve, segundo o autor, para explicar que está «aberto de dia e de noite» (1922: 192). Na realidade, as portas deste fórum de julgamento da opinião pública, como poderíamos assim designar, nunca fecham, estão sempre em cogitação. Por outra parte, sublinha que «a não ser que seja possível classificar, medir, dar forma, tornar específico um determinado evento, a interpretação dele pode desmoronar [...] nos acidentes e preconceitos da observação» (*ibidem*).

³⁸ Curiosa esta expressão de Lippmann, derivada de *form stereotyped*, uma linguagem visual que trata justamente de conformar a ideia de que os estereótipos configuram, de facto, os nossos pensamentos através da metáfora caixas ou formas.

questões, Lippmann defende uma aposta continuada na educação, como elemento indispensável à criação saudável de uma opinião pública, uma vez que

«a educação é o remédio supremo e o valor desta educação dependerá da evolução do conhecimento. E o nosso conhecimento das instituições humanas é ainda extraordinariamente escasso e impressionista. O conjunto de conhecimentos sociais é, no seu todo, ainda construído sob o acaso. [...] a educação cívica pode tornar-se na preparação para lidar com um ambiente desconhecido» (1922: 215).

Na sua interseção com os média, a opinião encontra aqui espaço para o seu desenvolvimento e afirmação contundente. No âmbito da comunicação social, e mais concretamente no jornalismo, Walter Lippmann refere os editoriais, como género jornalístico especialmente vocacionado para influenciar a opinião do público, pois revelam a presença de figuras fortes, algumas reconhecidas socialmente ou com relevo político, económico, desportivo, entre outros: «aqueles que são peritos são-no apenas em alguns tópicos. [...] Por vezes, o exagero na demonstração de conhecimentos sobre um tópico poderá simplesmente comprimir o nosso sentido humano de tentar reduzir tudo a uns estereótipos» (1922: 64). Para Curran, «os média facilitam este processo ao fornecerem um campo para o debate público e ao reconstruírem os cidadãos privados como um corpo político sob a forma da opinião pública» (1991: 83). A tónica da responsabilização dos média no alargamento do espaço público consagra um certo triunfo da informação ou, como defendeu Dominique Wolton, promoveu uma dupla mudança: «o alargamento do campo da política, associado à vitória da democracia, e os progressos no plano técnico, que se refletem na produção, na difusão e na receção da informação a uma velocidade crescente» (cit. em Dias, 2007: 10-11).

Uma das dificuldades na assunção clara desta realidade premente da vida social reside no seu âmbito abstrato e de difícil medição apurada, uma vez que se excluem necessariamente outras 'opiniões' que poderiam igualmente ter sido levadas em consideração na construção de um entendimento sobre uma determinada realidade. Provavelmente este será um dos sumos paradoxos das democracias modernas e dos próprios políticos, que tão frequentemente apelam às massas. No entanto os atores e vozes discordantes são remetidos, por vezes, ao esquecimento ou nas palavras de Manuel Pinto (2009), ao «silêncio» ou à «noite social»³⁹.

³⁹ Glosando termos do investigador na crónica do jornal *online Página 1*, do Grupo Renascença: [<http://mediascopio.wordpress.com/2009/12/28/sobre-o-silencio-dos-media/>], acedido em 28/12/2009].

3. A predominância do discurso político sobre o conceito de participação

Neste ponto particular da nossa discussão, pretendemos retratar o facto de o conceito de participação – entendido num sentido lato, apesar de posteriormente o virmos a enquadrar numa perspetiva que define um envolvimento dos cidadãos nos média – se apresentar como um constructo teórico, social e academicamente conotado com uma ideia de política (Carpentier, 2011; Dahlgren, 2006; Gomes, 2005). Neste sentido, a democracia surge como sistema político privilegiado e apologista do envolvimento civil nas matérias públicas. Por outras palavras, se um dos baluartes da democracia consiste na tentativa de integração total dos indivíduos de uma determinada comunidade em torno de assuntos considerados de âmbito público, então poderíamos sugerir um idêntico paralelo na questão da participação, como um dos vetores ou eixos centrais que preconizam essa ideologia. A democracia, enquanto figura estatutária do regime político e constitucional do mundo ocidental *grosso modo*, conseguiu perceber, desde cedo, a integração dos indivíduos no espaço público (Silverstone, 2004). Esta atração encontra expressão em interpretações recentes:

«a opinião pública baseada na participação de diversos atores reconhecidos, incluindo o cidadão deveria ser deliberativa, relacionar-se com a representação do voto, procurando o consenso e dissenso, ser pautada pela informação e com um diálogo ativo com as estruturas de poder, através de múltiplas linguagens e finalmente com a noção de que a atualidade está para lá das notícias» (Moreno, 2006: 304).

Moreno sugere a ideia de uma nova democracia marcada por um papel preponderante da reflexividade e participação elevada do público. Este entendimento denota simultaneamente uma crença robusta no poder dos cidadãos na construção da sociedade comum. Esta referência encontra alguma ressonância no pensamento de John Dewey (cit. em Papacharissi, 2004), para o qual a sociedade democrática se baseia no inquérito e na comunicação. Em boa medida, a intervenção que se espera do público em espaços de expressão popular percorre justamente este dois últimos vetores analisados, pelo que aqui já podemos observar a forma ideológica como os média e os regimes democráticos perseguem idênticas formas de atuação. Na verdade, os indivíduos são convidados a participar, a interagir, no sentido de estabelecerem, através da comunicação, as bases do dinamismo desses formatos participativos. O que acontece nos fóruns e noutras plataformas dedicadas ao mesmo fim não será mais do que a constatação de

que a sociedade democrática tem, de facto, mais uma esfera pública para se manifestar e se exprimir. Moreno estende inclusivamente esta ideia, referindo, de modo acintoso, que «o que os cidadãos sabem sobre a democracia é apenas através dos média» (2006: 301), responsabilizando os políticos por uma certa apatia de comunicação para com os seus eleitorados, atribuindo a primazia da esfera mediática no acesso aos principais debates políticos que decorrem em boa parte das sociedades.

3.1 A democracia como narrativa política propicia ao conceito de participação

No âmbito das reflexões levadas a cabo pelo pensamento em comunicação, certos posicionamentos teóricos concretizam a aproximação entre estas duas áreas. Como refere Paulo Serra (2012), a democracia entendida nas suas múltiplas vertentes – liberal, republicana ou deliberativa – apela inevitavelmente a uma ou outra forma de participação dos cidadãos. Held (1996) propõe três formas de organização da política democrática: todos os cidadãos devem participar na discussão dos assuntos e estar crucialmente envolvidos nos processos de decisão; os governantes devem ser responsáveis entre si e ser eleitos pelos seus governados; os governantes devem atuar em representação dos eleitores e num quadro de um processo macro-comunicativo. Para além de alguma análise redutora que poderíamos atribuir a esta análise que enquadra o que comumente se entende por democracia, no segmento particular com os cidadãos, uma das realidades mais prementes da atualidade pode estar porventura relacionada com uma certa desafetação dos indivíduos pela política, isto é, o pouco interesse que manifestam pelas incidências de índole política e partidária que ocupam o espaço mediático e pela pouca participação cívica nessas matérias (Dahlgren, 2006). No fundo, estes dados podem concorrer para um certo sentido paradoxal. Provavelmente vivemos numa época em que a política nunca foi tão importante para o desenvolvimento das nossas vidas e do progresso social, uma vez que estrutura a forma de posicionamento de uma comunidade em todas as suas vertentes, da cultura à educação, da economia à ciência.

Em termos sintéticos, a democracia fundou-se na base da promessa de soberania popular (Gomes, 2005). Ainda que possamos discutir sobre a aplicabilidade prática deste horizonte teórico, a opinião do povo torna-se, por isso, determinada na condução dos negócios de interesse comum. A maturação dos regimes democráticos que se estabeleceram por toda a Europa por volta dos séculos XVIII e XIX teve o efeito de reconhecer os eventuais benefícios da

integração do indivíduo na política. A integração de membros considerados excluídos do capital social e cultural da comunidade, dotando-os de possibilidade efetiva e real de tomada de consciência e participação cívica, terá sido provavelmente um dos maiores êxitos da ideia de democracia que germinava nessa época (Silverstone, 2004). As campanhas que visavam o compromisso político, desbloqueando um certo marasmo reinante provocado por uma iliteracia e analfabetismo preocupantes, concorreram para a cristalização de uma ideia de democracia que procurava abolir as fronteiras naturais entre classes económicas.

Com efeito, a incidência da política nos estudos em comunicação contribuiu para, entre outros aspetos, a definição de uma tipologia de democracia: a ‘democracia participativa’ «prevê o envolvimento dos cidadãos na tomada de decisão relativa a problemas específicos e de preocupação geral» (Dias, 2007: 1); a ‘democracia comunicacional’ representa a conversação marcada pelo respeito mútuo e no reconhecimento das diferenças entre as posições ocupadas pelos intervenientes (Dryzek, 2000; Young, 1996); e a ‘democracia mediada’, que exorta ao papel ativo dos média como impulsionadores de práticas deliberativas, ou como sublinhou Page (1996), parte do princípio de que a deliberação pública é essencial na democracia ao assegurar que as preferências políticas do público se encontrem plenas de informação, esclarecimento e autenticidade⁴⁰. Neste sentido, poderíamos ainda sublinhar a ‘democracia deliberativa’ que «tem por base a justificação das posições mútuas em diálogo» (Dias, 2007: 1), e que Gutmann & Thompson sustentavam no sentido de que «os cidadãos devem aspirar a um tipo de argumentação política que é mutuamente justificável» (1996: 52-53). No fundo, a ‘democracia deliberativa’ propõe a realização de uma análise das diferenças de posicionamento ideológico no processo discursivo, propiciando uma esfera de debate intersubjetivo que favoreça o diálogo aberto entre intervenientes. Mais do que reconhecer as discrepâncias nos entendimentos sociais, sensíveis ao primeiro tipo de democracia aqui apresentado, aponta-se, portanto, a um entendimento comum, negociado e partilhado.

A compreensão do sistema democrático como regime predileto para a inscrição do cidadão nas práticas e decisões governamentais não pode dissociar-se de uma breve reflexão sobre a figura da democracia deliberativa, um aspeto importante para a história da teoria política. De acordo com Susana Sampaio Dias (2007), esta formulação terá as suas raízes em

⁴⁰ A introdução do termo ‘mediada’ relaciona-se com um ponto já destacado por Moreno (2006), na medida em que os órgãos de comunicação social desempenham um papel central na informação dos cidadãos sobre a política e os políticos em geral. Por fim, referência sumária ainda à «democracia digital», proposta por Gomes (2005) como uma oportunidade de superar as deficiências do estado atual da democracia liberal.

pensamentos tão longínquos como os de Aristóteles, Rousseau, Kant, passando por Dewey e Hannah Arendt. De acordo com Carreira da Silva (cit. em Dias, 2007) só na década de 80 do século XX esta tendência ganhou um lugar de destaque na agenda da teoria política democrática⁴¹. A questão da deliberação associava-se, por isso, aos locais onde tradicionalmente o povo tomava lugar, através dos seus representantes legítimos, tal e como as premissas democráticas assim o evocavam. Surge, neste contexto, o parlamento, como «assembleia deliberativa de uma nação, com um interesse; onde não devem prevalecer objectivos ou preconceitos locais, mas sim um bem comum, resultante da razão geral de um todo» (Burke, cit. em Elster, 1998). A «governança através da discussão» (Dias, 2007: 32), um termo caro a John Stuart Mill, previa justamente a crença na confiança humana, como elementos capazes de contribuir para a missão de promoção do bem-estar social comum.

A multiplicidade de rostos e vozes convivía, por isso, com o ambiente político típico da democracia deliberativa, onde a representação das minorias se constituía igualmente num importante desiderato. Em termos básicos, a democracia deliberativa aponta para a concretização do debate crítico e racional, a troca espontânea, aberta e pública de considerações, concorrendo lado a lado para a promoção da igualdade de todos os participantes junto dos temas de interesse público (Dias, 2007). Tal como adiantámos, a teoria deliberativa propõe, por isso, uma conceção das diferenças entre os diversos atores como dinamizador de discussão, apesar de, no fundo, perceber as reservas de uma intervenção plena do cidadão na atividade política como limitada ou indireta. O conceito de cidadão utilizado neste âmbito resume-se à ideia de obtenção do seu protagonismo, junto das entidades governativas, a partir de um reconhecimento tácito legal. Desta forma, «Michael Pimbert & Tom Wakeford estudam a democracia deliberativa aplicada à área da agricultura e desenvolvimento sustentável. Os autores consideram que a democracia sem deliberação e participação dos cidadãos é um conceito vazio e sem sentido» (cit. em Dias, 2007: 34). Aliás, os mesmos autores referem que a teoria da democracia deliberativa se apresenta como uma estratégia da implementação de desafios, através de três pilares: proporcionar as (re)inovações que concretizem movimentos de participação pública que mobilizem os indivíduos deslocados e excluídos socialmente até níveis de maior interação social; construir condições para a auscultação da voz do cidadão, descentralizando o poder central; e, por último, privilegiar valores como a ética, responsabilidade

⁴¹ Na verdade, a ideia de democracia deliberativa remonta à sociedade grega do século V a.C., mais concretamente a Atenas, onde «os homens públicos, além da política, têm os seus assuntos privados, e os cidadãos comuns, apesar de ocupados com as dificuldades da indústria, são ainda justos juizes dos temas públicos» (Elster, 1998: 1).

e intencionalidade «sem diferenciação entre sexo ou origem, o direito à autorrepresentação e autonomia, e ainda o direito à autodeterminação política, económica e cultural (soberania)» (*ibidem*) para o fortalecimento genuíno do poder do indivíduo. Um posicionamento idêntico ao apresentado por John Elster (1998), em que as decisões dos grupos deveriam depender da troca de argumentos (*arguing*), da negociação de um acordo (*bargaining*) e da votação (*voting*).

Na realidade, este modelo de democracia motivou interpretações positivas e negativas relativamente à sua implementação prática. Neste sentido, Gambetta (1998) lembrava que a perda de tempo se assume num dado extremamente importante a ter em conta, uma vez que os indivíduos não estarão dispostos a ocupar um período razoável superior à sua disponibilidade. Além de Benjamin Constant (cit. em Dias, 2007) ter alertado para o eventual risco de manipulação discursiva pela retórica e eloquência, sobretudo junto de pessoas mais influenciáveis, Roberto Gargarella (1998) denunciava a dificuldade na concretização da representatividade, bem como na expressão e defesa de interesses particulares. Provavelmente o que a teoria da democracia deliberativa coloca na sombra das suas interpretações reside na forma como se processa a consolidação da integração social do indivíduo, uma vez que não parece legítimo sugerir que apenas a existência de um sistema político que permite a entrada de todos os cidadãos possa desencadear mecanismos que acionem o seu interesse em assuntos do domínio público. Ao longo das diversas interpretações sobre este tema fica sempre a ideia subliminar de que os excluídos socialmente, não obstante os fenómenos que os levam a isso – outro trabalho que fica por realizar – conseguem atuar, a partir de si próprios, para tentarem alcançar um determinado envolvimento social. Ora, nada disto é perfeitamente líquido, uma vez que as circunstâncias sociais, históricas e culturais de uma comunidade ditam frequentemente as orientações futuras de envolvimento cívico, um fator que configura um enquadramento indispensável para compreender as diferentes sensibilidades democráticas.

Por outro lado, os discursos que aplaudiam as sugestões positivas deste entendimento destacam a efetiva possibilidade de inscrever empiricamente os seus princípios. Deste modo, a distribuição da informação, cruzando as diferentes redes de perspetivas e interesses, emergiu desde logo como um aliciante importante para a efetivação deste modelo. A presença de um ambiente político mais transparente e aberto ao diálogo pode resultar numa ideia conciliadora entre participação e compromisso cívico (Dias, 2007). Conhecendo as preferências particulares poderá igualmente contribuir para prever as consequências de uma determinada decisão pública, ao mesmo tempo que a racionalidade limitada – eventualmente um dos problemas

colocados no processo de deliberação – consegue ter condições para ser ultrapassada, com a redução de dúvidas e expandindo conhecimentos. De acordo com Fearon (cit. em Dias, 2007), o debate público, de um ponto de vista teórico, permite a tentativa de encontrar um resultado que seja favorável à maioria dos indivíduos, dirimindo questões que o egocentrismo possa suscitar. As decisões que se extraem de um grupo tendem, por isso, a uma avaliação mais positiva e tornam-se mais legítimas no processo de julgamento público. O investigador não esquece, contudo, os efeitos psicológicos do debate «isto é, dando voz a um grande número de pessoas, faz com que todos os membros envolvidos na discussão apoiem a escolha final, mesmo que esta não corresponda às suas preferências particulares, dado que existe um sentimento de maior justiça» (cit. em Dias, 2007: 45-46). Em suma, a discussão potencia um certo «exercício de desenvolvimento de virtudes humanas e cívicas. (...) escolher a via do debate é que através da discussão se age corretamente, independentemente das consequências da decisão. (*ibidem*).

Um dos exemplos mais recentes e provavelmente mais curiosos na aplicação desta forma de relação intersubjetiva no âmbito político pode ser encontrado no caso de uma aldeia espanhola. Tal como demonstrava uma reportagem do jornal espanhol *La Contraportada*⁴², a participação dos cidadãos, na esfera política, assume-se como a força principal de autogoverno em certas regiões. Em Madracos, nos arredores de Madrid, onde residem 55 pessoas, os interessados reúnem-se no primeiro sábado de cada mês no chamado Conselho Aberto. Nestes encontros o alcaide, Juan Carlos García, debate com homens, mulheres, jovens e idosos, relativamente a contratações, atividades culturais, entre opiniões, propostas, solução de conflitos, por exemplo. Uma das residentes, Maika Salvatella, que reside em Madarcos há poucos meses, confessou ao jornal que «noutros lugares votamos a cada quatro anos e o resto do tempo não temos acesso à informação que merecemos. Aqui a tua opinião conta e sentes-te parte do povo». Fran Sueiro também se identifica com a filosofia de abertura à discussão popular, nos assuntos de interesse público da aldeia: «participar não significa apenas estar presente, mas cumprir ativamente as políticas que se acordaram». O Conselho Aberto funciona sob o ponto de vista da participação comunitária, em que se defende que a ausência nestes espaços retira legitimidade ao cidadão em influenciar os líderes políticos⁴³. A partir deste

⁴² Assim escrevia o jornal na sua capa: «A participação cidadã nas decisões políticas ainda existe». O jornal define-se como um agente promotor do «jornalismo social». Dados recolhidos na edição impressa de abril e maio de 2012, n° 12, pp. 4-5. Um projeto do Gabinete de Educação para o Desenvolvimento, financiado pela Agência Asturiana de Cooperação Internacional.

⁴³ Recorde-se que em Espanha, até 2011, havia mais de 100 mil conselhos, ainda que após a Lei Orgânica do Regime Eleitoral Geral, de janeiro de 2011, o panorama tenha sido substancialmente alterado. Em 2012, eram

exemplo, podemos inferir que a ideia de participação assenta no processo em que o povo aceita reeducar-se, a defender as suas opiniões, aprender e confrontar pontos de vista distintos, respeitando os seus parceiros.

De acordo com algumas interpretações, as mutações que o espaço público sofreu com a evolução dos séculos obrigaram a pensar de novo o lugar da deliberação nas estruturas sociais. Com efeito, a utilização dos média, acompanhada da crescente influência que conseguiram operar junto da sociedade, consolidou a deslocação de uma certa cultura de deliberação para outros terrenos, instalados agora num plano afastado dos terrenos políticos (Dias, 2007; Dryzek, 2000). Deste modo, os média têm concorrido para servir de albergue de determinadas movimentações que ora nascem no seio de uma necessidade popular de expressão interpessoal, ora germinam de uma vontade própria dos órgãos de comunicação social para se ligarem aos cidadãos, para além das fronteiras da estaticidade recetiva. Contudo, a questão do verbo 'deliberar' assume aqui uma especificidade própria, uma vez que os média não possuem o poder do Parlamento e das Assembleias, sem que isso revele um desprezo ou menor capacidade de impacto. Neste sentido, as diversas plataformas que se organizaram para compreender e receber a opinião do público, quer pelas vias tradicionais, quer pelas mais recentes, prestam-se justamente à promoção do diálogo e informação, configurando a participação como uma oportunidade de dar a conhecer uma perspetiva.

3.2 O paradoxo de uma democracia que oferece reduzidas possibilidades de participação cívica

Seguindo algumas das ideias apresentadas anteriormente, ficou a sensação de que os governos democráticos concedem poucos espaços para auscultar permanentemente os cidadãos. Tal como aponta Serra (1999), o conceito de democracia parte de dois princípios basilares: a transparência (da coisa pública) e a participação (política). De forma bastante esporádica, os média organizam formatos que servem de contacto à interpelação frontal entre políticos e o público, constituindo ações raras e com pouco seguimento. A participação na vida política da comunidade encontra-se, provavelmente, reduzida a poucos momentos,

pouco mais de cem associações deste género. Este conceito de gestão pública inspirou-se no modelo inglês de *Community in Transition*, nascido em 2005, que nasceu da mão de um estudante que, depois de assistir a uma aula de permacultura (desenho de *habitats* sustentáveis), decidiu pôr em prática esta ideia na sua terra natal, Totnes, a pouco mais de 300 km, de Londres.

intensificando-se em épocas eleitorais, ao mesmo tempo que parece improvável o contacto direto entre os responsáveis governativos e os seus concidadãos. Pelo menos será porventura esta a linha principal das considerações que retirámos da realização de um conjunto de entrevistas exploratórias, de um conjunto de personalidades com responsabilidades nos média e na academia.

Esta aparente falta de proximidade foi igualmente sublinhada por Josep Capdevilla⁴⁴, à data editor executivo *online* do diário desportivo catalão SPORT: «um dos principais problemas dos políticos consiste na proximidade com as gentes. De fazer com que as pessoas acreditem nos políticos, que são pessoas de carne e osso». Para Capdevilla, a implementação de formatos que coloquem os políticos a dialogar com o público poderá ter resultados positivos: «ainda que estejamos de acordo ou não com as ideias deles, há pelo menos uma resposta da figura política. Os políticos também já perceberam estas oportunidades de aproximação aos votantes. E, na verdade, acho que beneficiam muito destes formatos». Para Lídia Herédia⁴⁵, na altura jornalista da estação pública catalã TV3, «o problema é que os partidos são herméticos, fechados, tomam as suas decisões e depois o cidadão tem pouca relevância. (...) Nesta sociedade democrática a forma de participação atual está um pouco esgotada». Um dos exemplos desta interação entre políticos e cidadãos é lembrado por Núria Llop, então editora *online* do diário El Periódico, da Catalunha, com as eleições para a *Generalitat de la Catalunya*, em novembro de 2010, um órgão que define a estrutura política que rege a comunidade autónoma da Catalunha⁴⁶:

«[a campanha eleitoral] foi muito forte neste sentido: além de todos os espaços dedicados à participação, desde debates, pequenos-almoços como candidatos, debates com participação cidadã, os *tweets* destas pessoas, os convidados enviavam-nos o que nós chamámos de 'a ideia do dia'. Enviavam, por dia, quatro *tweets*, que eram quatro ideias, cada um deles. E a história dependia de quem enviava em primeiro o seu *tweet*. Com por exemplo a cara de Arturo Mas e o *tweet* «hoje vai ser um dia e peras, vamos fazer isto e aquilo...» e depois aparecia Sánchez-Camacho, logo Herrera... E isto funcionou porque os políticos não paravam de colocar coisas no Twitter. Foi divertido».

Por outro lado, Carlos Manteca, que no momento da entrevista ocupava o cargo de diretor de programas da estação pública TV3, sublinhou o facto de um dos programas de opinião

⁴⁴ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 1.

⁴⁵ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 2.

⁴⁶ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 3.

pública mais emblemáticos do canal, o *Banda Ampla*, não convidar políticos⁴⁷: «preferimos recorrer a líderes de opinião pública que podem contribuir de uma maneira muito mais positiva. Contudo, sou da opinião que os políticos gostam destes formatos, gostam de ouvir as pessoas que estão contra as suas ideias». Para Manteca, «é lamentável que a nossa formação latina não contemple a participação, isto é, que ninguém nos ensine a escrever e falar bem. Seria necessário que o nosso poder argumentativo fosse um pouco melhor». A valorização desta relação tem efeitos positivos para a esfera pública, a avaliar pela opinião de Mireia Mallo, exjornalista da Catalunya Ràdio⁴⁸:

«penso que sim, que estamos a começar a valorizar, apesar de que estaremos a despertar um pouco tarde para este tema. Quanto mais rápido possamos aproveitar esta relação, tanto melhor. No nosso país [Espanha] creio que há uma distância muito grande entre o cidadão e os seus políticos, não há implicação. De um cidadão que tem a perceção de que os seus problemas nunca serão resolvidos pelos políticos de uma maneira muito clara ou direta. Existe uma distância abismal».

Uma opinião partilhada por António Casado⁴⁹, na altura da entrevista realizador de programas na estação pública espanhola TVE, que teve uma experiência particularmente interessante com o programa *Tengo una pregunta para usted* (2007-2009), em que os cidadãos confrontavam em direto personalidades públicas da sociedade espanhola, nomeadamente alguns políticos:

«[os políticos] estiveram cómodos, inclusivamente perante perguntas complicadas e foi interessante dar essa imagem de proximidade. Sempre temos imagens estereotipadas. A minha experiência diz que todos os políticos que passaram pelo programa se sentiram bastante cómodos perante os cidadãos e com as perguntas difíceis que lhes foram colocadas».

De certo modo, a experiência de introdução do público no discurso jornalístico pode atuar como forma alternativa de interação entre a política e os cidadãos. Entende-se que os espaços mediáticos que auscultam os cidadãos sobre matérias públicas contribuem para a promoção de uma cultura participativa que pode questionar diretamente os decisores políticos. Tal como nos sugerem estudos mais recentes (Moreno, 2006; Dahlgren, 2006), as democracias enfrentam um drama comunicativo consolidado na fraca participação dos cidadãos na esfera

⁴⁷ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 4.

⁴⁸ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 5.

⁴⁹ Consultar entrevista exploratória completa no Apêndice 6.

pública e política, não obstante a multiplicação de canais onde a expressão popular pode manifestar-se, num paradoxo evidente das sociedades democráticas. Aliás, como sugere Dias (2007), existem dúvidas sobre a informação que abunda, provavelmente em excesso, no jornalismo e os conhecimentos extraídos sobre política, uma vez que reconhecidamente se atribui aos média a responsabilidade quase exclusiva na transmissão de conhecimentos sobre política, junto dos cidadãos e eleitores (Dias, 2007; Moreno, 2006; Entman, 1989).

A nossa investigação não pretende aferir a eventual concretização desta hipótese aventada por um conjunto cada vez mais significativo de investigadores. Pontuá-la-emos com as naturais reservas que merece, referindo, algumas das explicações que podem justificar esse enquadramento social e político. Ora, se atentarmos, a partir de um ponto de vista meramente teórico, na baixa participação cívica e política dos cidadãos, em oposição ao número de possibilidades comunicativas que existem no espaço mediático, podemos sugerir algumas explicações, como as referidas por Blumler & Gurevich (1995), que atribuem este facto à crise da comunicação pública, associada à diminuição da qualidade do jornalismo político, para os quais concorre a aposta numa abordagem jornalística próxima do sensacionalismo e da comercialização da atividade mediática. O aparecimento e o crescimento da importância dos assessores contribuiu igualmente para a construção de barreiras para a clarificação do discurso político. A centralidade dos média na vida quotidiana pauta-se porventura pelo monopólio que detém na mediação da informação entre os partidos políticos e os cidadãos, o que demite certas entidades políticas de estabelecer programas de comunicação pública longe do aparato mediático. Moreno (2006) considera até que os média trabalham melhor a comunicação política do que os próprios partidos.

Tendo em conta este cenário paradoxal, como já foi sublinhado, Miralles (2000) sugere a aposta numa participação cívica junto dos média que possa contribuir para o reconhecimento efetivo dos atores sociais como elementos integrantes da cidadania. Deveria, por isso, ser deliberativo, trabalhar em cooperação, num diálogo ativo com as estruturas de poder. No fundo seria uma ideia de democracia transformadora afastada da «agregação de preferências» (Dias, 2007: 3). A importância da democracia convive, por isso, com um registo contraditório que assinala a ausência de um conjunto infalível de opções para a obtenção social dessa consciência, «um esforço desprovido de consentimento e uma agenda própria de objetivos» (Lewis, 2006: 308). A democracia atual, inspirada por um conceito político que a relaciona com a comunicação, o Estado e a sociedade (Carvalho, 2005) assume a sua legitimidade na

assunção de uma tentativa de coesão social, em paralelo com a promoção de um debate público onde a informação, num plano teórico, deveria constituir-se como um dos seus objectivos políticos. Zizi Papacharissi sugere que, onde os méritos das deliberações sociais concorrem para a promoção da autoridade do público, numa «democracia comunitária, onde os indivíduos se encontrem juntos para criar e preservar uma vida saudável em comum. O termo ‘público’ é conotado com ideias de cidadania, comunhão e objetos não privados, mas acessíveis e observáveis por todos» (2002: 10). De facto, a ideia que aponta para uma nova forma de interação entre cidadãos e as instâncias sociais, entre elas as mediáticas e políticas, começa a encontrar traços cada vez mais recorrentes (Rheingold, 2008; Benkler, 2006). O abandono das fronteiras da mera recetividade das opiniões para a tentativa de manifestação de uma certa opinião consiste num dos dados eventualmente mais importantes na análise que se realiza no âmbito da mobilização cívica em torno de diversos contextos sociais. De acordo com os mesmos autores, a amplitude de tais intervenções continua, porém, longe de uma difícil medição e de um rigoroso estudo, numa lógica em que leitores, espectadores e ouvintes se tornam agentes minimamente ativos e interessados na ideia de participação cívica nos mais variados espaços por onde percorre a ação social.

A valorização da democracia como regime político propício ao incentivo da participação prende-se não só com razões eminentemente históricas, decorrentes de uma evolução que conduziu o povo a governar coletiva e organizadamente, mas também com o exercício de designar os seus representantes (Wong, 2007). A igualdade jurídica em convivência com a liberdade, o saber e a fraternidade consolidaram a conceção de regime político apoiado na promoção da liberdade de ideologias, não obstante a sua diversidade. Com efeito, estas considerações retiradas de um enquadramento teórico politicamente construído ao longo de vários séculos, com o protagonismo de personagens com maior ou menor relevo, encontram algumas limitações, devido, em boa parte, à especificidade social onde decorreu a aplicação efetiva deste modelo político. Neste sentido, a defesa da liberdade no acesso ao conhecimento contrasta com a falta de instrumentos democráticos para promover o saber, tal como sugeria Lippmann (1922). Por outro lado, o mesmo autor refere que um dos fundamentos principais da teoria democrática assenta no reconhecimento das insuficiências naturais e limitadoras dos indivíduos enquanto produtores de conhecimento que não se revestem, em determinados setores da sociedade, de níveis escassos de raciocínio lógico. Lippmann denuncia que a diferença entre a teoria e a prática dos governos democráticos reside justamente neste ponto, na

percepção de que as opiniões baseadas no indivíduo podem efetivamente não ser as melhores e mais saudáveis. Ainda no segmento das limitações apresentadas à experiência democrática atual e que, no limite constitui um desafio futuro, relaciona a ausência ou afastamento da esfera pública do tecido político que a envolve, um dos sintomas de descrédito social perante esta ideologia: «[os partidos constituem] agentes em dedicação profissional e integrantes de corporações de controlo e distribuição do capital circulante nesta esfera» (Gomes, 2005: 3).

Posto isto, sintetizemos alguns dos desafios colocados à democracia na atualidade. Como se relata em *Informing communities, sustaining democracy in the digital age* (2009), uma publicação do centro de investigação norte-americano The Knight Commission, em democracia não se pode aceitar uma ideia de uma segunda classe de cidadania. A igualdade de oportunidades de participação, intervenção social, nos mais diversos domínios resume um direito que assiste a sociedade democrática, pelo que os média podem desempenhar um papel essencial na amplificação de espaços onde a voz do público pode encontrar expressão. A igualdade de acesso aos espaços mediáticos de livre expressão individual contrasta com os alertas referidos por Habermas (cit. em Dias, 2007), na medida em que prevê que o aumento das desigualdades sociais entre os diferentes estratos económicos proporcione o abandono desse ideal republicano para passar a desempenhar o papel de uma perigosa hipocrisia social. No conjunto de desafios que se atribui ao regime democrático da atualidade, o sociólogo alerta para a necessidade de repensar a forma como se lida com o racismo, o colonialismo, o sexismo e as outras discriminações. Habermas critica, por isso, o papel hegemónico que as nações mais prósperas económica e financeiramente desempenham junto dos países que se encontram no extremo oposto, limitando as condições pelas quais se observa a participação igualitária e democrática dos cidadãos desses países. Na tentativa de solucionar boa parte destas limitações, Jürgen Habermas (2008) considera que o caminho das estruturas políticas e sociais deverá passar pelos seguintes eixos:

«uma autonomia privada aos cidadãos em que cada um deles possa seguir com a sua vida; uma cidadania democrática que permita a inclusão dos cidadãos livres e iguais na comunidade política; uma independência da esfera pública que opera como sistema intermédio entre o Estado e a sociedade» (cit. em Luque, 2009: 92-93).

Tal como sustentamos ao longo deste trabalho, os média, através da operacionalização de espaços mediáticos que permitam a inclusão individual, pautados pela participação social da esfera pública e da sociedade civil, podem concorrer para a promoção de um ambiente democrático mais transparente. Numa era marcada por um profundo e crescente descrédito das populações junto das instituições políticas e partidárias, tais espaços configuram oportunidades fundamentais para o destaque de problemas sociais que frequentemente requerem uma certa demissão e desinteresse das estruturas competentes eleitas em sede de voto popular.

4. O exercício da cidadania e a definição do espaço público

A apologia de uma cultura cívica atenta e crítica em relação ao trabalho desenvolvido pelos média encontra ligações recorrentes com o conceito de cidadania. Deste modo, procuramos neste ponto desenvolver uma abordagem que ofereça alguns dados à esta reflexão. Com efeito, partimos motivados pela natureza de certas considerações sobre o conceito de 'cidadania' que induzem, direta ou indiretamente, a um envolvimento cívico. Cientes de que a cidadania encontra na atualidade amplo terreno de possibilidades performativas, tentaremos justificar de que modo participar nos média pode, à luz dos entendimentos teóricos considerados, constituir-se numa motivação que radica num sentimento próprio de ser cidadão.

4.1 A cidadania como sentimento de pertença e implicação à participação

Um dos traços mais distintivos sobre a ideia comumente partilhada de 'cidadania' aponta para a cristalização de um sentido de pertença comum entre pessoas no mesmo estado, na mesma condição. Aliás a conotação legal e jurídica precede formulações mais densas sobre este conceito, como é visível, por exemplo, nas definições propostas por certos dicionários: «[a cidadania representa a] qualidade de cidadão, vínculo jurídico-político que, traduzindo a pertinência de um indivíduo a um estado, o constitui, perante esse estado, num conjunto de direitos e obrigações»⁵⁰. Este sentido moderno da palavra exprime uma relação particular entre o cidadão e as entidades políticas que o rodeiam. Contudo, esta definição não parece ser consensual. Um dos primeiros tópicos para a compreensão desta matéria reside no facto de a

⁵⁰ [<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/cidadania>, acedido em 30/10/2012].

cidadania ser obrigatoriamente uma dimensão teórica profundamente veiculada com os princípios políticos defendidos pela democracia, no âmbito de uma atividade social marcada pela pluralidade, diversidade e participação (Hermes, 2006). Contudo, importa compreender, por isso, alguns esboços da linha temporal do conceito de cidadania, analisando a sua natureza e orientações presentes.

Segundo Ulrich Press (2003), os primórdios de um sentimento de unidade dentro de uma determinada coletividade dependeram, numa primeira instância, dos grandes latifundiários, de classes abastadas economicamente, líderes militares, tribos poderosas, clãs, ou de famílias poderosas. A estes grupos era atribuída a condição de líder natural da comunidade. Paulatinamente, o rendimento individual deixaria de ser critério definidor de liderança, uma tarefa que consistia na obrigação de reunir coletivamente todos os membros de um determinado grupo. Aliás, em Atenas assistiu-se ao nascimento não só de uma ideia política revolucionária e profundamente inspiradora até para os dias de hoje, como igualmente outros factos decorrentes desta ideologia. A manipulação política, como estratégia de fidelização de massas, ter-se-á estreado neste contexto em particular, de braço dado com a demagogia e os sofismas (Dias, 2007). A democracia ateniense permitia, por isso, um regime de eleição direta, em que qualquer um dos cidadãos tinha à sua disponibilidade a possibilidade efetiva de tomar a palavra e apresentar propostas. Como destaca Elster (1998), os oradores procuravam exercer influência sobre os outros, demonstrando a fragilidade dos argumentos dos respetivos companheiros, moderados pela presença de um juiz. No entanto, a forma como o público recebia as propostas apresentadas acabaria por condicionar o entendimento do elemento neutral na discussão, pelo que os cidadãos se convertiam no verdadeiro barómetro da opinião daqueles fóruns.

Em termos macro-históricos, o conceito de cidadania conviveu com diversas realidades políticas, desde a antiga conceção de *polis* grega até à emergência do Império Romano, passando pelas cidades medievais europeias, pela renascença italiana até a uma versão mais moderna proposta pela Revolução Francesa. Não será por isso controverso assumir que o conceito de cidadania tem vindo a sofrer sucessivas alterações de sentido. Neste contexto, autores como Press (2003) reconhecem que a *polis* grega contribuiu para, pela primeira vez, a qualificação de quem poderia realmente governar no sistema democrático. Aliás, a própria conceção de Aristóteles sobre cidadania, ao longo do *Livro III*, segue em linha com a ideia primitiva de liderança, na medida em que o filósofo grego defendia que a capacidade para governar dependia de uma matéria de *status*, mais do que competência para tal, propriamente

(Press, 2003). Se atualmente a cidadania apela à cooperação numa comunidade, sob o ponto de vista da obediência civil e da reconhecida moral, o exemplo ateniense mostra um exemplo paradoxal no exercício do direito democrático de cidadão, uma vez que as mulheres, crianças, os escravos e estrangeiros ficavam, à partida, excluídos das cogitações políticas da época. Provavelmente a maior inovação da democracia ateniense, não obstante as reconhecidas limitações, terá sido a definição do seu enquadramento legal. A criação de uma comunidade de iguais, de estabelecimento de vínculos entre os cidadãos contribuiu decisivamente para a formação de uma consciência arraigada no conceito de cidadania, em que os valores da mutualidade e ética estavam claramente previstos pela lei (Press 2003). A especificidade da cidadania ateniense consistiu igualmente em proporcionar a criação, embora numa lógica indireta, da demagogia e dos sofismas, tal como podemos observar na obra *A Retórica*, de Aristóteles. Susana Sampaio Dias lembra que os oradores «tinham como objetivo persuadir a audiência e não a eles próprios, ou então apontar as fraquezas dos argumentos dos demais. (...) O público funcionaria assim como um árbitro último, ajudando a separar falsidades ou inconsistências (...)» (2007: 31)

A verdade é que o caso de sucesso grego inspiraria, posteriormente, outras realidades que se iam estabelecendo pela Europa, sobretudo no Império Romano. Neste caso, a cidadania estruturou-se de modo a distinguir entre os romanos e os habitantes de outros territórios anexados ao domínio de Roma. Tal como afirma Press (2003), a extensão territorial do Império Romano obrigou à consideração de realidades extremamente heterogêneas, pelo que a atribuição do estatuto de cidadão viria a ser progressivamente democratizada a outros pontos geográficos do território em expansão, sobretudo depois do Édito do Imperador Caracala, de 212 d.C. Para além disso, assistiu-se à promoção de um *status* legal, naquilo que atualmente se designa por inclusão política. Em termos genéricos, o direito romano passou a prever a consolidação da cidadania de acordo com diversas expressões latinas: o *ius gentium* ou *ius gentium* (direito das gentes ou direito dos povos) resumia as normas aplicáveis aos estrangeiros. A legislação romana previa que este grupo invocasse o direito romano de modo a facilitar as relações comerciais com outros povos, desenvolvendo-se sob a influência do pretor peregrino, o *ius civile*, isto é, o conjunto de instituições jurídicas aplicáveis aos cidadãos romanos. Em tempos mais correntes, a expressão acaba por ser utilizada como sinónimo de direito internacional; o *ius commercium* permitia aos latinos possuírem quaisquer territórios dentro do espaço romano, estabelecendo contratos legais com os cidadãos; o *ius connubium* permitia a atribuição da

cidadania latina aos indivíduos depois de contrair matrimónio com residentes nos espaço romano⁵¹; o *ius migrationis* possibilitava a aquisição da cidadania num outro estado latino a um cidadão que pretendesse adquirir residência permanente nesse território.

Na Idade Média, o estatuto de ‘cidadão’ passou a ser utilizado pelos membros de uma burguesia nascente, com a finalidade de contrariarem o poder dos senhores feudais. Deste modo, observou-se de que forma o desenvolvimento do comércio entre grandes cidades, a transição política do feudalismo para o Estado-Nação, promoveu substanciais alterações, com o alargamento da cidadania a terrenos nunca antes considerados como o acesso à cultura, por exemplo (Touraine, 1992). No entanto, recuando ainda um pouco na linha temporal, este conjunto de direitos produziu uma novidade no enquadramento jurídico e legal da época, ao estabelecer a promoção dos primeiros passos para o agendamento de um sentimento comum, de envolvimento social. Ora, se posteriormente Maquiavel (séculos XV-XVI) marcaria a rutura com o modelo paradigmático de Aristóteles, através de uma proposta que consagrava «a aspiração humana de integrar normativamente uma vida de qualidade na sociedade, num entendimento realístico como a arte de ganhar e manter o poder» (Press, 2003: 6), Jean Bodin⁵² rejeitaria a tradicional visão de que a política reside na contratualização da lealdade mútua e proteção entre regulador e regulado, numa ideia de justiça. O jurista francês do século XVI propôs, assim, o conceito de *Commonwealth* como uma ordem governamental diretamente vocacionada para as famílias e os seus principais interesses, através de um poder soberano.

O sentido moderno de cidadania impõe-se no século XVIII, com as revoluções americana e francesa, que marcam a transição, para a maioria das sociedades, de um estatuto de sujeito (do monarca) ao de cidadão. Por isso, a cidadania manifesta-se, até hoje, como a assunção teórica da igualdade de estatuto social, além de se constituir como um direito fundamento. A cidadania implica mais do que um vínculo de natureza política e jurídica do indivíduo ao Estado:

«além do gozo de direitos, direitos civis primeiro (dimensão civil, que data do século XVIII), direitos políticos ou cívicos depois (dimensão política, que data do século XIX), o conceito de cidadania abrange, desde o século XX, uma dimensão social: o direito a um nível de vida e a uma partilha das riquezas da sociedade (‘herança’ da sociedade)⁵³».

⁵¹ Ver uma referência a este propósito, num artigo *online* da revista semanal inglesa The Economist, que aborda justamente a face moderna do casamento multicultural: *International marriage Herr and Madame, Señor and Mr.* [<http://www.economist.com/node/21538103>, acessado em 14/11/2011].

⁵² No contexto da obra de 1576, *Six Books of the Commonwealth*. Publicado em 1955, Oxford: Basil Blackwell.

⁵³ [[www.infopedia.pt/\\$cidadania](http://www.infopedia.pt/$cidadania), acessado em 30/10/2012].

Mais próximo dos nossos dias, Marshall contribuiria para o enquadramento da cidadania como uma matéria de igualdade entre cidadãos, em particular no Reino Unido. O legislador inglês reconheceria, a partir do século XVIII, os direitos civis (liberdade de associação, religião, aquisição e posse de propriedade), num movimento que acabaria por anteceder a disseminação dos direitos políticos e do voto, como consolidação máxima da intervenção popular na esfera política (Press, 2003). Segundo Joke Hermes (2006), Marshall procurou inscrever legalmente os direitos civis, de liberdade e igualdade, numa abordagem já próxima dos ideais que viriam a marcar a Revolução Francesa ou do movimento independente norte-americano. Esta nova perspetiva de cidadania haveria de marcar uma nova era na sua definição, pelo que posteriormente se incluíam os direitos sociais e políticos nesta aceção: «a relação entre o cidadão individual e o Estado-nação das duas últimas décadas é central neste argumento» (Hermes, 2006: 300). Neste sentido, a herança da igualdade acabaria por percorrer parte das inspirações democráticas europeias que entretanto consolidaram os seus processos democráticos. Provavelmente o mais surpreendente e inédito residiu na abrangência do olhar da cidadania consagrada contratualmente pelos diversos documentos legais. A partir de Inglaterra surgiram movimentações que tentaram equilibrar o peso social com uma atenção mais cuidada aos trabalhadores rurais e fabris, além dos setores menos destacados economicamente, como as reformas *Poor Law* (1834) e *Factory Acts* (1844) (Press, 2003).

Ora, as conceções mais modernas de cidadania acrescentariam a este debate os princípios do *ius sanguinis* (vínculos de sangue, relativos a graus de parentesco) e o *ius soli* (termo latino que significa direito de solo, através do qual uma nacionalidade pode ser reconhecida a um indivíduo de acordo com seu lugar de nascimento), realidades decorrentes dos mais expressivos movimentos migratórios europeus que tiveram o seu apogeu a partir do século XIX até aos nossos dias (Hermes, 2006). Atualmente, numa conjuntura marcada pela volatilidade dos movimentos de pessoas, mercadorias e bens (i)materiais, resultam diversos conflitos na obtenção da cidadania, embora aqui perspetivadas sob um ponto de vista meramente legal. Estas situações merecem a atenção de Margaret Somers que responsabiliza diretamente os efeitos corrosivos das políticas de mercado governamentais, pelo que sugere que seja «a sociedade civil, a esfera pública e o estado social a exercer uma força compensatória» (2008: 1). Somers critica a burocracia, os jogos de interesses, os *lobbies* instalados, entre outros fatores que impedem a obtenção da cidadania em diversos pontos do mundo, por parte de certos regimes democráticos.

A sociedade global representa, assim, um agente em profundo desequilíbrio: «com os Estados Unidos da América na vanguarda, estamos numa era que o fundamentalismo do mercado, que conduz toda a nossa vida social e esfera pública aos mecanismos de mercado, tem vindo a prevalecer como regime ideal» (Somers, 2008: 2). A multiplicação e o cruzamento de fronteiras configuram, na contemporaneidade, obstáculos à integração plena de indivíduos que recorrem à tentativa de obtenção de uma determinada cidadania, frequentemente barrada pelos diversos acordos diplomáticos e políticos⁵⁴.

Posteriormente assistiu-se à introdução das questões relativas às minorias étnicas (Soysal, 1994) ou à alteração de paradigma nos estudos sobre cidadania que transitaram da designação de ‘direitos para ‘obrigações’, como o pagamento de impostos, votar, fazer parte de um júri ou informar-se, tal como sugerem Etzioni (1993) ou Janoski (1998). Neste contexto em que se discute a eventual alteração no paradigma da cidadania⁵⁵, podemos lembrar o trabalho de Lance Bennett, que desloca o «ideal tradicional de educação cívica para o cidadão obediente *versus* a emergência de uma nova experiência de auto-atualização de cidadania» (2008: 14). O ‘cidadão obediente’ (CO) e a ‘auto-atualização da cidadania’ (AC), termos definidos pelo próprio autor, diferem substancialmente no conteúdo a que ambos se referem. Por um lado, o modelo mais tradicional (CO) aponta para uma obrigação em participar nas atividades promovidas pelo Governo, em que a possibilidade de voto é considerada a essência do ato democrático. Em sentido contrário, a AC refere a diminuição do sentido de obrigação individual perante as instâncias e atividades governamentais, aumentando o nível de consciência de que o cidadão só participa nos eventos que pretende. O voto, defende Bennett, é tido como «ato pessoal como se de consumismo se tratasse, ou até mesmo de voluntarismo comunitário ou ativismo transnacional» (*ibidem*). O sentido mais tradicional da cidadania consiste, ainda, no acompanhamento de assuntos sobre a atividade governamental, através dos *mass media*, bem como na adesão a organizações de interesses políticos e sociais. Paralelamente, a AC defende não só um sentido geral de perda de confiança no sistema político, devido ao ambiente negativo desencadeado pelos média, mas igualmente um enfraquecimento dos laços corporativos e

⁵⁴ A globalização acaba por servir de justificação para a multiplicidade de entendimentos contemporâneos sobre cidadania. Veja-se, a este propósito, Milliken *et al.* (2008), Hermes (2008) ou ainda Bryan Turner (1994).

⁵⁵ Joke Hermes (2006) aponta as resoluções do Tratado de Vestfália (1648) como decisivas para a compreensão da cidadania moderna, sob o ponto de vista da consolidação do Estado-nação. Este tratado começou por ser assinado em Münster e Osnabrück e encerrou a Guerra dos Trinta Anos, reconhecendo determinadas províncias e a Confederação Suíça. *Grosso modo*, este tratado aceitou, pela primeira vez, o princípio de soberania estatal, decorrentes de um longo período de conflitos generalizados. [[http://www.infopedia.pt/\\$tratado-de-vestefalia](http://www.infopedia.pt/$tratado-de-vestefalia), acedido em 25/10/2009].

sindicais, agora mantidos através de relações enfraquecidas, de amizade ou pelas ferramentas tecnológicas interativas.

Tal como Rivoltella (2006) sugeriu, o carácter instável do conceito de cidadania e a sua fluidez substancial, associada a uma componente política, tornam particularmente complicada uma definição consensual. Ulrich Press entende que a cidadania procura configurar no cidadão um sentimento particular de um 'nós cívico', circunscrito a um tempo e espaço. Por isso, afirma que a cidadania é um espelho dessa 'coletividade':

«esta nova construção social de um 'nós' fica como marca de água da cidadania até aos nossos tempos. É um 'nós' muito específico, não apenas um que confere expressão para algo de posse, algo muito usual no desenvolvimento das tribos e das famílias. É um 'nós' baseado no sentimento de igualdade, mutualismo simétrico e responsabilidade da comunidade como tal» (2003:3).

Provavelmente o ponto mais interessante da discussão realizada por Press reside no paradoxo essencial de compreendermos a ideia de cidadania na atualidade, ao sublinhar a tendência para, por vezes, os Estados procurarem uma homogeneidade de comportamentos que pouco se adequa à fragmentação de idiosincrasias indissolúveis. Esta antítese entre homogeneidade e heterogeneidade não escapou à análise de Kari Karpinnen, ao introduzir a ideia de 'cidadania heterogénea':

«como as teorias dos média e da democracia nos lembram, a cidadania heterogénea está exposta aos gostos e visões dos outros. Isto também significa acesso a um novo e aliciante desafio, em oposição à satisfação das necessidades pré-existentes. Por outras palavras, os debates sobre o pluralismo dos média precisam de reconhecer outros objectivos do que a responsabilidade de responder apenas ao consumidor» (2008:17).

No que toca às representações teóricas sobre 'cidadania', recordemos ainda o contributo de Margaret Somers (2008), que entendia este termo na base de um compromisso entre cidadão e um Estado, um direito de ter direitos, em que o primeiro direito político é precisamente o da inclusão social. Citando Étienne Balibar, para quem «o Homem não cria a cidadania, mas é a cidadania que faz o Homem» (2008: 7), Sommers discute com algum pormenor o conceito de cidadania na atualidade, nomeadamente no enquadramento da cidadania sob um balanço equilibrado entre Estado, mercado e sociedade civil. O estado constitui-se, para Somers, no elemento responsável pela criação de uma esfera pública, forte e

coesa. A sociedade civil deverá, por isso, atuar como um conjunto que se deve mostrar contra «o movimento perigoso de organizar a sociedade exclusivamente por princípios de mercado» (2008:4). A cidadania para Somers joga-se, portanto, nestes três tabuleiros, numa espécie de jogo político.

Laurent Thévenot (1997) sublinha o *ethos* pouco nitido do conceito de cidadania. José Manuel Mendes (2004) considera que ainda não existe um vocabulário cívico consistente, ou seja, um dicionário a nível global sobre aquilo que deveríamos ou não incluir no conceito de cidadania. Mendes, por exemplo, lamenta este facto referindo que «sem esse vocabulário, não podemos pensar formas alternativas de ação e de intervenção cívicas» (2004: 1-2). Mendes recorre aos conceitos de comunidade de destino e de cidadania imperfeita: «a comunidade de destino implica a prevalência de situações de incerteza e da conflitualidade, que não a violência, das condições do político. (...) A cidadania imperfeita é constituída, assim, por práticas e processos e não é tanto uma forma estável ou pré-definida» (2004: 2). Numa definição particularmente inspirada por Étienne Balibar, Mendes rejeita as definições simplistas e perfeitas de cidadania, responsabilizando associações e outros movimentos da sociedade civil pela obrigação de desconstruir e criticar as narrativas hegemónicas políticas. Por outro lado, Esparza (2009) refere que a cidadania se implementa através de movimentos de inclusão, erosão, afastamento e expansão. Kiwan (2007) acrescenta à questão da cidadania o envolvimento da comunidade, a moralidade e a literacia política. A verdade é que a posse de informação de qualidade e usada de forma crítica – um dos pressupostos dos estudos da chamada *media literacy* – resume um fator crucial para um certo *civic engagement*, ou envolvimento cívico. A forma como a comunidade política procura ser um organismo ativo dessa mesma literacia também não deixará de ser um dado importante.

No entanto, nem todos seguem a mesma linha sobre as eventuais etapas que o conceito de cidadania poderá sugerir. Bart Cammaerts, por exemplo, enquadra a cidadania como «uma forma de estruturar a sociedade, de fortalecer as suas fronteiras que permitam a cidade ou estado incluir mas também excluir» (2007: 1). Para o investigador, esta forma de associação comum obriga os cidadãos a certas expectativas de cumprimento das normas sociais vigentes. Marshall (cit. em Cammaerts, 2007) refere justamente o mesmo, através da tipologia tripartida de um indivíduo: cívico, composto pelos direitos necessários para obter a liberdade pessoal; político, que consagra o direito de participar no exercício do poder político, como um membro contratualmente capacitado para intervir no tecido político; e social, que engloba todo um

conjunto de atividades que procuram atingir o bem-estar económico e de segurança, numa vida civilizada e de acordo com os valores comumente defendidos por uma sociedade. Já Chantal Mouffe (1992) considera que a cidadania se apresenta sob a forma de uma identificação, optando por colocar a tónica da personalização política neste âmbito, num conceito em permanente edificação. A cidadania poderá, por isso, ser a constante re(negociação) entre os laços sexuais, culturais e étnicos entre subculturas, num mercado de ideias eventualmente postas em tensão (Cammaerts, 2007). Peter Dahlgren (2006) sugere três eixos fundamentais: liberalismo, comunitarismo e republicanismo, além do fator cosmopolita e pós-nacional.

Distante destas abordagens poderíamos incluir o entendimento de Hartley (1996) que propõe uma cidadania assente numa cultura mediática baseada na intenção de contrariar uma certa ideia de uma classe intelectual *vis-a-vis* um processo que poderá servir para aproximar consciências sociais mútuas, recíprocas e interdependentes que contribuam para a produção do conhecimento. Neste contexto e glosando um termo caro a Joke Hermes (2006), a ‘cidadania cultural’ representa a consequência das ações e debates no espetro da agitação social da esfera pública, pelo que o autor defende que nunca deveremos subestimar o poder da ciência política nem do entretenimento popular. Fantin (2011) defende que as práticas do mundo corrente desembocam num duplo exercício de cidadania: de pertença (a original do indivíduo) e de instrumentalização (em que se utilizam os benefício próprios).

Em suma, se para Roger Silverstone (2004) a cidadania exige responsabilidade para um exercício pleno, através de uma consciencialização social, o que, a nosso ver, levaria a um outro tipo de reflexões – como por exemplo, perceber de que forma as populações na atualidade compreendem esta situação ou mesmo como as políticas democráticas envolvem os cidadãos nas suas decisões, para além das épocas eleitorais –, João Ricardo Carvalheiro reflete sobre o papel dos média para a promoção da cidadania⁵⁶. De acordo com o autor, «os dados sobre as atitudes políticas em geral indicam, ainda, que não existe uma correlação linear entre os consumos de informação e as práticas de cidadania, designadamente a participação eleitoral e o associativismo» (2005: 15). No contexto deste trabalho procuraremos deslocar o nosso foco até

⁵⁶ Em termos gerais, a ideia de cidadania comprometida com um certo apelo de envolvimento cívico encontra as suas raízes em determinados autores clássicos já abordados. Também John Stuart Mill, considerado um dos maiores defensores da filosofia utilitarista, explicou convenientemente que a base de uma vida política ativa e saudável assenta nos ideais de participação, para os quais concorriam a capacidade crítica da informação e do acesso (cit. em Kiwan, 2007). Daí que para Mill deveria existir um esforço decisivo das autoridades para promoverem uma atividade comunitária, em que todos cidadãos deveriam mostrar a sua voz. A este aspeto Mill atribuía um fator decisivo para promover a liberdade individual em todos os domínios, como forma de promover um sentido mais elevado do caráter nacional.

à esfera mediática e tomá-la como pretexto de um ensaio mais específico, na medida em que se irá debater a eventual promoção ou demissão do papel das organizações mediáticas em trabalhar sobre as questões cívicas que afetam a quotidianidade dos indivíduos, entre abordagens que ora visam o potencial promotor de uma cidadania mediática atenta, crítica e reflexiva, ora denúncias sobre a rarefação do discurso destes agentes, reflexo de uma despreocupação pelo tratamento das questões e dos eixos fraturantes de uma sociedade.

4.2 A contribuição dos média para o exercício da cidadania hoje

A reflexão anterior já questionou de algum modo a promoção que eventualmente os média desempenham no reforço dos valores cívicos, partilhados no seio de uma determinada comunidade. Neste sentido, a questão coloca-se ao nível do que deverá ser feito para reforçar o próprio papel da cidadania. João Carlos Correia defende que «todas as transformações que hoje se fazem sentir no seio dos média só têm sentido quando são encaradas como possibilidades de transformação das condições de deliberação coletiva, no sentido do aprofundamento da cidadania» (2009: 7-8).

Esta aparente ‘nova cidadania’ merece igualmente a atenção de Dagnino que alerta para a intromissão dos movimentos sociais que, pelo menos a avaliar pelo caso brasileiro na década de 80, conseguiram dotar a consciência social de uma atitude mais reivindicativa, entre a exigência de determinados bens essenciais tais como, «equipamentos urbanos como moradia, água, luz, transporte, educação, saúde, etc. e de questões como gênero, raça, etnia, etc. Inspirada na sua origem pela luta pelos direitos humanos (e contribuindo para a progressiva ampliação do seu significado)» (2004: 103). A investigadora defende, pois, que esta nova aura da cidadania representa um momento crucial para a exigência de «ter direito a ter direitos (...) que inclui a invenção/criação de novos direitos, que surgem de lutas específicas e de suas práticas concretas. Nesse sentido, a própria determinação do significado de ‘direito’ e a afirmação de algum valor ou ideal como um direito são, em si mesmas, objetos de luta política» (2004: 104). Justamente neste contexto, Kiwan refere que as teorias tradicionais sobre o conceito de cidadania souberam desenhar com clareza as fronteiras desta categorização, ainda que atualmente «a relativa expansão recente da cidadania em incluir todos os membros da sociedade tem recolhido o interesse de uma cidadania na linha da diversidade mais explícita e integrada» (2007: 223-224). Aliás, Kiwan sugere que boa parte do entendimento atual sobre o

significado de cidadania se deve em grande parte à luta das feministas, num movimento que teve o seu período mais notório de contestação social ao longo do século XX (Walker, 2001).

No fundo, se a característica distintiva da atualidade, no segmento da nossa análise, reside na globalização, no multiculturalismo ou na constante geração de fluxos, podemos considerar que a cidadania se tornou igualmente num dos termos fundamentais para o debate político e democrático. Esta interpretação refugia-se, na verdade, numa certa dedução lógica a partir do entendimento de diversos autores, onde poderíamos incluir Lucas & Hoff: «a transformação desse conceito apresenta-se como um desafio frente a acontecimentos como a globalização que intensifica o deslocamento, seja físico-geográfico, de ideias e princípios ou de estilos de vida» (2007: 4). Já para Esparza (2009), por exemplo, a o posicionamento da cidadania na base do multiculturalismo oferece aspetos interessantes em casos como o japonês ou coreano, além da situação paradigmática que se viveu no território Palestino, onde em 2011 se reconheceu a sua independência territorial junto da ONU. Aliás a globalização que, no limite, pode desembocar na ideia de uma cidadania global, levou Esparza a criticar estes dois conceitos, utilizados com uma velocidade tal, de forma indiscriminada, que já se perdeu muito do seu real valor e sentido. Posto isto, e tendo por base o contributo de diversas orientações fundamentalmente teóricas que se prestaram ao conceito de cidadania, poderemos questionar que caminhos futuros, abordagens ou sugestões poderíamos acrescentar a esta análise, tendo em vista a promoção de uma cidadania mais responsável para com os diversos factos sociais. Para Rosa Moreno (2006) os média representam, em definitivo, um dos agentes favoravelmente posicionados para operar ao serviço da cidadania, pela sua dedicação a temas fundamentais para o progresso das comunidades. Do lado dos indivíduos, Moreno sugere o conceito de *self empowerment*, um conjunto de apropriações políticas e simbólicas indispensáveis para moldar a disponibilidade individual para participar em diversos contextos. A investigadora sul-americana acredita que a responsabilidade e o trabalho conjunto poderão despertar consciências sociais mais próximas de um sentir comum, típico da cidadania: «não precisamos de sermões políticos, precisamos, isso sim, de engendrar uma ação coletiva» (2006: 312).

A cidadania relacionada com a ideia de ‘sociedade de informação’ responsabiliza o jornalismo como uma atividade indispensável para separar o pertinente do impertinente, do útil do inútil, do verdadeiro e do falso (Del Moral, 2012). Como recordou recentemente o Papa Bento XVI, a ‘infopobreza’, a ‘infoética’ conduzem a um panorama em que as disparidades digitais

suscitam a ignorância, mentira, escravidão conceptual e metodológica⁵⁷. Por isso, parece pertinente a questão levantada por Del Moral: «continuaremos a falar de tecnologias da informação e comunicação sem falar de Ciências da Informação e da Comunicação?» (2012: s/p). Ora, os média simbolizam, de certo modo, um palco importante onde a ação coletiva pode iniciar-se, pelo menos ao nível da mobilização social. É certo que a atualidade tem sabido demonstrar que tais organizações já não ocupam o monopólio neste segmento, no entanto, se os estados modernos concretizam a atribuição de uma experiência comunicacional aos indivíduos (Sá, 2000), não será igualmente menos correto sugerir que os novos média, intimamente relacionados com fenómenos tecnológicos recentes, podem introduzir novos contributos para a experiência social. Além de multiplicar as plataformas de escolha do utilizador para expressar-se ou reunir-se em torno de uma matéria, a comunicação atinge um potencial de alcance global. A este propósito, Alexandre Sá alertava para «um deslumbramento anestesiante, um otimismo superficial ou um messianismo de vistas curtas» (2000: 11).

Reconhecendo igualmente que a multiplicidade de plataformas não garante, em exclusivo rigor, resultados imediatos e líquidos, consideramos, por isso, que nem o sentimento social e cívico se automatiza, por si só, com a disponibilização de tais ferramentas ou, como sugeríamos na primeira análise, não dependerá da atividade mediática, por si própria. Deste modo, defenderemos que a auscultação da voz pública em circuitos jornalísticos pode servir de megafone coletivo para a mobilização, em que as instituições jornalísticas, em sede dos programas e/ou formatos consignados para a expressão popular, se aproximam dos seus leitores, ouvintes ou telespectadores com temas sugestivos, apelativos. Especialmente nestes momentos de depressão económica, poderemos indagar se as populações se sentem mais disponíveis a participar nos média, uma matéria que, aliás, irá compor algumas das orientações de contacto com estes intervenientes nessas esferas mediáticas. Discutindo o enquadramento da cidadania e envolvimento cívico, Lucas & Hoff (2007), justificam que o cidadão ativo e envolvido promove o

«desenvolvimento de soluções que transformam minorias simbólicas em agentes discursivos, capazes de produzir 'linhas de fratura' nos valores dominantes e nas condições de transformação de sua própria realidade material. Este empoderamento, por sua vez, se dá, em geral, em um ambiente propício à escuta ativa, o que só é possível quando a comunicação se desenha como processo, como relação com a alteridade» (2007: 13).

⁵⁷ [http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/peace/documents/hf_ben-xvi_mes_20111208_xlv-world-day-peace_po.html, acedido em 12/08/2011].

Com efeito, pensamos este envolvimento cívico como uma espécie de afluente da cidadania, aqui considerada a montante de todo o processo e, muito possivelmente, um correlato próximo da designação básica de participação. De acordo com Coleman *et al.* (2008), o envolvimento cívico concede oportunidades, entre a melhoria das condições pelas quais a cidadania se estabelece, o agendamento e discussão dos assuntos públicos e a criação de oportunidades reais de intervenção na esfera social para solucionar problemas sociais. Seguindo Yankelovich (1991) existem três níveis no envolvimento cívico: em primeiro lugar, através da necessidade de despertar a consciência do público para determinados assuntos, compreendendo a sua pertinência e o seu significado; em segundo, a formação de uma sinergia de trabalho conjunta onde cidadãos se encontram para resolver as necessidades de mudança; e, por último, a resolução efetiva dos problemas, pela luta e reivindicação como formas de obtenção de uma solução para as questões evocadas pelo grupo. Como admite Yankelovich, os meios de comunicação social desempenham um papel vital na teoria de envolvimento cívico, através do poder que detêm quer no despertar da consciência social, quer na criação de forças conjuntas de trabalho e na resolução dos problemas da comunidade. Para Coleman *et al.* (2008), diversos autores já tiveram oportunidade de analisar e caracterizar ações que radicam num compromisso social, em diversas áreas. Ladd (1998) estudou o envolvimento dos americanos nas associações religiosas e em clubes de futebol, além de Sirianni & Friedland (2001) que encontraram numerosos exemplos de trabalho voluntário em diversas associações sociais, considerando que os cidadãos dispõem de capacidades inovadoras que apontam claramente a um futuro que pode ser explorado na linha de uma ação coletiva pendente da resolução de problemas e criação de políticas.

Na verdade, estes são apenas exemplos que atestam algumas das esferas sociais onde a intervenção popular encontra expressão. Referindo-se ainda a uma certa conotação simbólica com a sociedade civil, Correia considera que este elemento se predispõe a uma ligação entre a experiência cívica e a experiência comunicacional⁵⁸. Os média, neste entendimento, representam somente uma dessas alternativas, constituindo-se como campos de ação com especificidades próprias. Por isso, convocamos novamente as considerações de Coleman *et al.* na medida em que a disponibilização, por parte do setor político ou de outras organizações, de maiores oportunidades para o envolvimento cívico, podem criar condições para uma maior participação

⁵⁸ João Carlos Correia defende que a sociedade civil é um dos veículos cruciais para a obtenção de um determinado consenso social, um «conceito intimamente ligado à possibilidade de assegurar a coesão social em face das tensões introduzidas pela reflexividade moderna» (2001: 6).

dos cidadãos, numa escala global: «as oportunidades para melhorar o envolvimento e ativismo podem conduzir a uma participação melhorada» (2008: 183). Deste modo, sustentam que uma relação saudável com os média pode igualmente proporcionar um sentimento de coesão social mais sólido e vincado: «através da literatura sobre média e envolvimento cívico, existe uma assunção implícita que sugere que uma experiência positiva com os média pode, de certo modo, ser traduzida numa participação cívica» (*ibidem*).

Num contexto político e social, pelo menos a avaliar na atual conjuntura de boa parte das sociedades ocidentais, marcado por uma certa tensão entre política e sociedade – e sendo o conceito de cidadania tão fortemente conotado com a atividade política. Partimos, por isso, de um ponto de vista teórico que denuncia basicamente a pouca confiança dos cidadãos junto das suas instituições políticas representativas (Luque, 2009; Dahlgren, 2006). Provavelmente, a resposta estará de acordo com o desenvolvimento de um esforço permanente e insistente na educação cívica, como um todo, e na formação sobre os média que as organizações sociais e até mesmo as mediáticas, eventualmente, consigam promover. Repensar a educação cívica para a democratização das sociedades (Torney-Purta *et al.*, 1991) corresponde provavelmente ao entendimento académico e político de sociedade livre e da cidadania de exercício pleno. No fundo, se a cidadania se resume a um determinado espaço físico e fronteiriço, podemos também pensar que a globalização obriga a um novo enquadramento desta realidade, uma vez que a proximidade com realidades tão distantes geograficamente estão sujeitas ao nosso contacto e vivência quotidiana. O aparente conhecimento de realidades longínquas configura perceções que podem concorrer para uma certa ideia de «cidadania mundial» (Lucas & Hoff, 2007: 5). Para estes investigadores, a abrangência de um sentimento comunitário – que, no fundo, pode resumir o âmago da cidadania – amplia-se na observância de três condicionantes, isto é, através de um «espaço de negociação para os mais distintos grupos sociais, abertura para criação de novos direitos e constante reatualização da invenção democrática» (*ibidem*). De acordo com Bart Cammaerts (2007), as movimentações pós-fordismo, acompanhadas de alterações culturais decorrentes da evolução política e social, levaram à criação, até aos nossos dias, de uma cidadania que não se satisfaz apenas com o grau de amplitude que comporta, mas que absorve e se especializa em diversas áreas, daí que se discuta em torno de uma cidadania ecológica, *netcitizenship*, cidadania transnacional, cosmopolita, entre outras.

5. Entre discursos apologistas e pessimistas de uma relação entre os média e os cidadãos

A introdução dos contributos dos cidadãos na esfera mediática, sobretudo no jornalismo, tem motivado uma discussão alargada no seio da comunidade académica em Ciências da Comunicação. Estes entendimentos plurais na sua essência denunciam as potencialidades e virtudes de uma relação próxima entre o público e os jornalistas, ao mesmo tempo que sinalizam os riscos associados a esta relação. Ao longo deste ponto, procuraremos dar conta da extensão de algumas destas reflexões, numa análise desprovida de uma intenção em colocar, frente a frente e de modo opositivo, correntes de pensamento incompatíveis entre si. No fundo, procuraremos fazer destas diferenças a reflexão sobre o valor e o significado de uma cultura cívica no contexto dos média.

5.1. Interpretações positivas sobre a inclusão do público nos média

A implicação do público no discurso mediático motivou uma reflexão promovida pelo Papa Bento XVI, no Dia Mundial da Paz, a 1 de janeiro de 2012. Sob o mote «Educar os jovens para a justiça e a paz», o responsável máximo da Igreja Católica sublinhou a necessidade de os meios de comunicação de massa atuarem num espírito dialético permanente entre informação e formação dos seus destinatários: «não posso deixar de fazer apelo ainda ao mundo dos média para que prestem a sua contribuição educativa. É importante ter presente a ligação estreitíssima que existe entre educação e comunicação: de facto, a educação realiza-se por meio da comunicação, que influi positiva ou negativamente na formação da pessoa⁵⁹».

Na verdade, 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: 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

⁵⁹ [http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/peace/documents/hf_ben-xvi_mes_20111208_xlv-world-day-peace_po.html, acedido em 01/01/2012].

sensação de desamparo» (2010: 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 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.

Ainda seguindo a ideia que aproxima os jornalistas do tratamento de assuntos que se inscrevem na rotina da sociedade, José Manuel Mendes defende que os média são «operadores práticos de experiência identitária e de identidades narrativas» (2004: 4), que podem engendrar formas de mobilização coletiva que a sociedade civil considera importantes e decisivas para o seu futuro enquanto comunidade de interesses. O investigador sugere, assim, uma postura cidadã que aposte numa cultura vigilante, referindo que a figura do direito de resposta deve ser reconhecida amplamente, como forma de proteção dos seus direitos:

«os grupos diretamente visados pelos discursos destes profissionais devem exigir o direito consagrado de resposta. As contradições do campo jornalístico poderão ser potenciadoras da possibilidade de outras vozes falarem e de se tecerem novos laços ou novas definições de cidadania, a partir da alteridade de práticas e de posicionamentos políticos e ideológicos, produzindo contradiscursos e contrapúblicos» (2004: 11).

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»⁶⁰.

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: 301), para inventariar algumas das reflexões que têm expressado um certo otimismo relativamente a este assunto. Para Rivoltella (2006), a função social dos média concorre para a promoção de três fatores: uma alfabetização crescente (como símbolos da interação social e transmissão cultural, a educação pela linguagem, o conhecimento e uso); uma utilização metodológica (um *habitat* cultural que ordena as práticas cívicas); e um utilização crítica (mais do que utilizar, dispor de reflexão assertiva e responsável sobre os conteúdos mediáticos). Inscrita, pois, numa sociedade, a relação entre a participação nos média e cidadania pode ser analisada através de determinados posicionamentos teóricos e ideológicos que sugerem um papel ativo dos sujeitos no envolvimento cívico. A importância do trabalho realizado pelos média fica exposta, segundo Mercedes Oraisón (2011), à existência de uma cidadania débil e restringida, em que o Estado desempenha uma atividade neutral, de proteção das autonomias individuais, sobretudo em regimes políticos onde os atores que a compõem utilizam interesses estatais para socorrer a sua própria felicidade, contribuindo para um desmoronamento do ideal de cidadania homogénea e partilhada. Oraisón posiciona-se, assim, ao lado de um debate que potencie a ‘cidadania social’ – uma terminologia que nos parece redundante, mas que a autora retoma a partir de Marshall & Bottomort (1998)⁶¹ – nos termos de uma incorporação dos direitos sociais do cidadão para dirimir as erosões do entendimento falacioso sobre a igualdade cívica. Por isso, Oraisón defende que os direitos políticos são insuficientes para completar a estrutura de atuação que deverá proporcionar aos cidadãos. Para a autora, os mitos que se construíram em torno da apatia dos cidadãos, do seu egocentrismo natural, o seu desconhecimento e ignorância dos mecanismos e problemas políticos concorrem para a conceção de uma cidadania republicana que o homem deverá, a todo o custo, reprimir e contornar. A atividade mediática, pela sua abrangência e amplitude, esteve sempre relacionada com um particular objetivo de gerar consenso e coesão social:

⁶⁰ [<http://blogs.journalism.co.uk/2012/01/24/mail-online-publisher-if-you-dont-listen-to-your-users-then-youre-dead/>, acedido em 24/01/2012].

⁶¹ Nomeadamente a partir da obra *Citizenship and Social Class*, de 1992, editada em Londres pela Pluto.

«durante décadas as reflexões críticas acerca do papel dos média insistiram na sua função de integração social e fabricação do consenso. Acreditava-se que os média desempenhavam uma função de manutenção das regularidades estruturais do sistema. A noção de consenso era essencialmente centrada na coesão social» (Correia, 2001: 1).

Ao recordar Michael Schudson, José Manuel Mendes (2004) contraria a ideia de um poder absoluto dos média sobre a sociedade: «o poder dos média é sobrestimado, pela razão simples, (...) de que eles são a ponta visível de um icebergue de influências sociais no comportamento humano» (Mendes, 2004: 5). Nesse mesmo texto, Schudson lembra ainda que a delimitação negativa da esfera mediática neste contexto não deverá abstrair-se da conjuntura informacional que conforma a estruturação dos eventos sociais que dão origem às notícias. No entanto, o autor acredita que mais do que privilegiar as estruturas da atenção mediática, o foco deverá residir na «infraestrutura cívica e a permeabilidade do quotidiano aos rituais e símbolos da cidadania» (*ibidem*). A centralidade dos média na vida quotidiana projeta-se na representação narrativa e de imagens mediáticas a que ela reporta (Silverstone, 2004; Hamelink, 2000). Neste sentido, Rosa Moreno (2006) defende a presença de um ambiente mediático que promova uma educação cívica, acompanhada pela legitimação do poder:

«as elites políticas legitimam-se, juntando discursos recorrentes nas suas interações com jornais, revistas, rádios e televisões. As noções de autoridade política, valores políticos e senso comum de uma nação política e institucional são consolidadas através dos programas diários dos *média*, particularmente pelas notícias» (2006: 303).

Chang Woo-Young (2005) estudou com detalhe esta questão, nomeadamente a participação cívica em fóruns *online* em momentos eleitorais na Coreia do Sul, como as presidenciais de 2002. Ao longo desse trabalho, demonstrou de que forma as discussões públicas em salas de conversação na rede desempenharam um papel fundamental na subida ao poder do presidente Roh Moo Hyun, através da elaboração de ações de autêntica campanha política e partidária, por parte dos *netizens*, como o autor define. Neste contexto, a comunicação apoiada na Internet e nos telemóveis concorreu para uma ampla difusão das mensagens políticas, numa escala quase sem precedentes, pelo menos a avaliar pela reação mediática a essa vitória *suis generis*. Depois da vitória de Hyun, a 3 de fevereiro de 2003, o jornal inglês The Guardian escrevia: «O primeiro presidente na era da Internet faz *login*: a *web* já desenha a nova política sul-coreana». Por sua vez, o norte-americano The New York Times assinalava a 6 de

março de 2003: «Jornal *online* abana a política coreana». Woo-Young (2005) defende que o *site* de notícias geradas pelos cidadãos *Ohmynews*⁶² ocupou um lugar decisivo na promoção de ideologias políticas, sobretudo de apoio e difusão dos cadernos governamentais de propostas do presidente então eleito.

De um ponto de vista mais genérico, Kurpius *et al.* (2009) defendem que a investigação em ciências humanas comportamentais tem vindo a demonstrar, seguindo estudos de Norris (1996) ou de (Shah *et al.*, 2001), que a utilização dos média, relacionada com a obtenção e difusão de informação, pode desenvolver o envolvimento cívico num sentido mais abrangente, por várias esferas sociais. McLeod *et al.* (1999) sugeriu a correlação positiva entre a leitura de jornais locais e a participação em atividades comunitárias, como por exemplo a política, na medida em que a participação seria tanto maior, se fosse acompanhada pela leitura de notícias sobre política e governo. Por outro lado, estudos como os de Anderson *et al.* (1991), Kaniss (1991) ou Friedland (2001) exprimem a ideia de que o discurso mediático ajuda a definir as comunidades, através do desenvolvimento de um sentimento particular de identidade. Deste modo, parece que a uma ideia de exposição aos média corresponde a uma linha intuitiva de mobilização social e cívica. Ora, se os meios de comunicação contribuem para a edificação de uma identidade comunitária, podemos ser levados a pensar que, num plano mais individual, essas mesmas organizações consolidam as visões particulares de um mundo subjetivo, profundamente arraigado às vivências, tensões e experiências pessoais. A presença dos média nas telas da vida quotidiana contribui para aquilo que Marina Vujnovic *et al.* definiram como «parte intrínseca da economia do conhecimento» (2009: 1). A própria 'efervescência' da troca de informação, numa expressão cara a Babe (1995), acaba por demonstrar a relevância e significado dos média, junto das perceções individuais.

O sentido de envolvimento cívico nos média, promovido pelas próprias instituições jornalísticas, encontra duas possíveis explicações a partir do entendimento de Kurpius *et al.* (2009). Por um lado, a expansão do agendamento dos assuntos de interesse público às televisões públicas, um fator que foi acompanhado pela disseminação de uma cultura bastante

⁶² O *OhmyNews* é uma agência de notícias da Coreia do Sul, cujo princípio de publicitação de conteúdos reside na disponibilização de jornais e estações de televisão para esse site. Vários órgãos de comunicação já marcam presença num *site* que pode ser entendido como agregador de notícias. Sob o lema 'Cada cidadão é um repórter', o *OhmyNews* decidiu aceitar, editar e publicar artigos dos seus leitores, num estilo aberto de reportar notícias. Disponível em: [<http://www.ohmynews.com>].

sensível ao denominado jornalismo do cidadão ou ‘jornalismo público’⁶³ que contribuíram decisivamente para a emergência de uma comunidade mediática interessada em desenvolver esforços coerentes para envolver os cidadãos. Tendo em conta a facilidade com que os média conseguem despertar a consciência histórica e social, Yankelovich (1991) sustenta que a aposta pela interatividade deve assumir-se num eixo decisivo. Partidárias de uma conceção pró-ativa dos média, Auferdheide & Clark defendem que «as limitações dos antigos *mass media* não devem constranger mais a nossa imaginação» (2008: 4). As autoras acreditam inclusivamente que se perdeu um pouco a ideia de estaticidade dos média, pois «intervêm num complexo e flutuante ecossistema comunicacional. Podemos agora criar média públicos, gerados pelo e para o público» (2008: 7). Na opinião das investigadoras, os média devem entregar a responsabilidade da criação de certos conteúdos à criatividade, energia e paixão das audiências.

5.2 A desacreditação de uma esfera mediática atenta às contribuições do público

Após uma análise que procurou sublinhar algumas das referências teóricas que se mostram favoráveis a uma relação proveitosa entre os média e os cidadãos, tomamos agora este pretexto para uma reflexão sobre as dúvidas e receios partilhados por investigadores que não acreditam nos efeitos positivos de uma eventual cultura participativa.

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

⁶³ Relembramos a distinção realizada por Rui Couceiro (2009) a este propósito. O autor defende que, no final dos anos 80, começa a perceber-se, nos Estados Unidos, o aparecimento de uma nova forma de encarar o jornalismo, numa abordagem a que hoje nos habituámos a designar por jornalismo cívico «ou, com ligeiras variações, jornalismo público, jornalismo comunitário» (2009: 4347). Esta corrente ideológica opõe-se à «tradicional ideia de que a objetividade e a neutralidade são as marcas essenciais do jornalismo – e, por isso, sempre recebeu grandes críticas – e terá surgido «em jornais de cidades de pequena e média dimensão» (Cascais, 2001, cit. em Couceiro, 2009: 4347). O compromisso com causas sociais, a luta por soluções enquadram-se, por isso, na lista de motivações plausíveis que orientam as práticas do jornalismo cívico.

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 perspectiva 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»⁶⁴.

Um estudo publicado na Coreia do Sul sobre a participação cívica registada no universo *online*, que questionava o envolvimento político que dali se poderia induzir, Chang Woo-Young reconhece que os média são eficazes na transmissão de mensagens e significados sociais, mas que falham na promoção da cidadania por uma «aparente incapacidade de fomentar a discussão pública, através da exposição das opiniões sociais divergentes» (2005: 925). John Kelly, por seu turno, recorda as palavras do jornalista e escritor Eric Alterman na revista *New Yorker*, ao mostrar-se absolutamente descrente numa relação saudável entre os média e os cidadãos norte-americanos: «mais depressa os americanos acreditam em pires voadores e conspirações sobre o 11 de setembro do que na objetividade dos média» (2009: 7). De acordo com Rosa Moreno, no caso da América Latina, os jornalistas encontram-se preferencialmente focados nas movimentações governamentais, demitindo-se de um contacto assertivo e permanente com os cidadãos. A investigadora desacredita, por conseguinte, o processo interativo entre as organizações jornalísticas e as pessoas, levando a investigadora a denunciar um «processo hermenêutico» (2006: 300), de fraca auscultação do cidadão ou pouco enraizamento de uma cultura cidadã junto dos média. Na linha de uma inexistente interatividade, Francisco Marques, a partir de experiências que conduziu no território brasileiro, sobretudo com os níveis de participação dos cidadãos na internet, sugere que «a televisão e o rádio não são interativos o suficiente para promover uma participação forte e factível aos cidadãos» (2007: 4), além de denunciar o funcionamento de certos média como instrumentos políticos, ocultando interesses privados, longe dos princípios de democraticidade idealmente defendidos para órgãos de comunicação inseridos em espaços de liberdade de expressão e pluralismo político.

⁶⁴ [<http://www.ionline.pt/mundo/presidente-el-pais-imprensa-ja-nao-influencia-opinio-publica>, acessado em 24/04/2012].

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: 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: 7).

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: 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.

Contudo, parece ser claro que estamos na presença de dois problemas distintos e que, no limite, um decorre da ação do outro. Estamos em crer que se os média se demitem da cobertura e foco por assuntos considerados relevantes para uma sociedade, desde a economia, a política ou a cultura, tal facto poderá logicamente desencadear numa comunidade desinteressada por esses temas, seguindo um argumento relativo ao poder de influência mediática junto dos cidadãos. Nesta relação dialética, os *mass media* parecem conformar um poder suficientemente intenso para moldar os hábitos sociais. Ora, justamente a partir das lentes críticas que denunciam esta demissão dos média em reproduzir a voz do público, Manuel Pinto considera que as opções editoriais jornalísticas se estruturam com frequência desprovidas de um interesse em conhecer a agenda e amplitude dos assuntos que os cidadãos gostariam de ver tratados: «os contributos dos cidadãos para os fóruns e espaços do tipo *chat* raramente são objeto de leitura e análise no meio de comunicação que os alberga. Fica, assim, a impressão de que a voz do cidadão comum, que se procurou escutar, continua a não ter valor, por falta de (con)sequência» (2003: 4).

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: 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.

No quadro destas críticas, recordemos ainda uma das interpretações de Elihu Katz (2000) ao denunciar que a relação simbiótica entre a estrutura dos média e a estrutura da sociedade assenta na ausência de uma arena comum de discussão dos temas prementes de uma dada sociedade. Para Dominique Wolton (1994), que se especializou sobre o meio televisivo, a atuação demissionária da auscultação do público pode colocar em perigo o papel tradicional da televisão como difusora de uma cultura comum, de capitais públicos, numa política de aproximação dos diferentes grupos e interesses sociais. Para Habermas (1984), o problema reside fundamentalmente na sociedade civil, que denota fraqueza, pouca consistência. O filósofo e sociólogo alemão acredita que só os sistemas políticos podem, de facto, capacitar os cidadãos, desprezando assim o papel que já foi aqui atribuído aos média, de ferramenta decisiva para o envolvimento cívico. Em estudos recentes vários têm sido os relatos (Pinto, 2009; Kelly, 2009) que apontam para uma certa ausência da voz pública nos média, como consequência de anos de silêncio participativo.

A este propósito, José Manuel Mendes propõe a emancipação do público:

«os públicos só existem em contextos concretos e bem definidos e a sua mobilização como públicos políticos exige todo um trabalho político, social e simbólico que os inscreva na tessitura das discussões públicas e lhes dê voz, que os faça falar e apontar perspectivas alternativas e desconstrutoras das hegemonias gramaticais sobre determinados temas ou problemas» (2004: 7).

Howard Rheingold acredita que a voz pública é um conceito sempre em regeneração, aprendizagem: «é uma matéria de envolvimento das consciências com um público ativo mais do que pela transmissão a uma audiência passiva. A voz pública dos indivíduos, agregada e em diálogo com as vozes dos demais, é um dos fundamentos principais da opinião pública» (2008: 100). Cefai & Pasquier (2003) acreditam que esta relação não faz muito sentido, uma vez que os públicos não são entidades essenciais, pré-existentes, apenas surgem devido à existência de certos problemas sociais, no seguimento de uma política, obra, programa ou espetáculo. Neste sentido, a relação entre média e cidadania pode ficar prejudicada pela ausência de um público

coesos, fortes e dinâmicos. Ainda no campo do negativismo associado à relação entre mídia e cidadania, Elihu Katz (2000) sugere que a crise ou perda de confiança no sistema público e político gerou a ausência de uma estrutura da sociedade suficientemente sólida para se esperar padrões altos de participação cívica.

CAPÍTULO 2:
A PARTICIPAÇÃO COMO IMPERATIVO
DOS MÉDIA PÓS-DIGITAIS

1. Tecnologias avançadas de comunicação ao serviço da participação nos média

Neste capítulo procuraremos desenvolver uma questão que, embora se possa inscrever num novo quadro referencial de análise da cultura contemporânea, ameaça tornar-se num clássico na compreensão da realidade mediática da atualidade. Na verdade, termos como ‘global’, ‘transnacional’, ‘internacionalização’, ‘regionalização’, ‘fragmentação’ constam nos dicionários modernos desde finais do século XX (Velooso & Paéz, 1999). Suportados por diversos horizontes teóricos, tentaremos debater de que formas as modalidades integrantes das ‘novas tecnologias’ – uma terminologia que nos merecerá outra curta reflexão – estarão eventualmente a concorrer para a emergência de uma nova cultura participativa nos média. À luz do que se tem escrito e refletido desde o ponto de vista conceptual, entre académicos, jornalistas, etc., tentaremos compreender de que forma o digital tem, no segmento da promoção da participação dos cidadãos, levantado diversas questões, como o acesso às possibilidades performativas de interação entre os média e os cidadãos, ou à qualidade do jornalismo *online* que, frequentemente, serve de mote a um movimento participativo⁶⁵. De acordo com Paulo Serra, «com a Internet, esses limites à participação dos cidadãos são ultrapassados – todos e cada um podem falar, dos temas que quiserem, com a extensão que quiserem (pelo menos em potência) (2012: 130).

Precisamente inspirada por este enquadramento que define uma atitude mediática promotora de uma relação permanente com os seus públicos, a mobilização disciplinada dos dias de hoje (Lillie, 2005) contribuirá para aquilo que Bragança de Miranda (2002) já denunciara como o perigo e os condicionalismos que as ligações técnicas podem desencadear na relação entre cidadãos e os média. Incluiremos algumas reflexões sobre as considerações que têm sido realizadas mais especificamente em relação ao papel da comunicação na produção de mensagens mediáticas para os públicos, ao nível do apelo à participação dos indivíduos na sua atividade. Provavelmente esta modalidade de comunicação assente no *online* sublinha o «sonho utópico da comunicação humana», proposto por Santiago Giraldo Luque (2009: 60), como grande tópico ou desafio que a entrada dos cidadãos no radar mediático implicará no futuro.

Ora, este fenómeno, que poderíamos catalogar sob o ponto de vista da interatividade, não tem, contudo, apresentado o nível de interesse nos estudos académicos: «um dos

⁶⁵ Em Espanha, mais concretamente na Catalunha, o dicionário catalão decidiu incorporar, a partir de 22 de junho de 2012, conceitos como *blogger*, *chat*, *friki SMS* e *tablet*, entre outros: [http://www.ara.cat/societat/diccionari_matrimoni_homosexual_0_723527773.html, acedido em 22/06/2012].

problemas pouco falados e teorizados nos novos média e na sociedade – (...) a interatividade – consiste em perceber como influencia e é influenciada por outros aspetos da vida contemporânea líquida» (Bauman, cit. em Deuze, 2006: 691). Cientes de que o panorama pode conviver com ligeiras alterações, decorrente de um certo caminho evolutivo da sociedade que aparentemente começa a observar e valorizar a interatividade com os média com particular atenção e interesse, parece igualmente que este facto se cruza, num sentido básico e de senso comum, com a ideia de ligação à tecnologia, à técnica contemporânea. Neste sentido, Mark Deuze acredita no potencial renovador das tecnologias de comunicação: «em relação aos processos de produção dos média, vamos continuar a ser testemunhos do aumento exponencial de conteúdos *down-top*⁶⁶ para audiências mais amplas» (2006: 697). A propósito desta ritualização de um movimento comunicacional cada vez mais acelerado e difuso, David & Foray (2003) indicam que a velocidade no processamento do conhecimento apresenta relevância e valor económico, que faz igualmente parte de uma lógica associada a um progresso tecnológico.

Em certa medida, estará em causa um debate sobre esta recente 'ecologia' dos média, aliás tendo em conta até a sua própria raiz etimológica⁶⁷, nos termos do estudo (*oikos*) da casa (*logos*) dos órgãos de comunicação social. Reconhecendo, portanto, este carácter recente das rotinas jornalísticas no *online*, Deuze compreende aqui uma lógica «onde o consumo se tornou sinónimo de produção. Na nomenclatura industrial definem os conteúdos que circulam nesta esfera como intercambiáveis: gerados (Intelliseek, 2005), controlados (Shih, 2001) e direcionados (Pryor *et al.* 2003) para o consumidor» (2005: 3). A ecologia mediática que se aproxima do universo da digitalização transita para um dos entendimentos básicos de Hwang *et al.* (2007), na medida em que esta configura uma nova oportunidade para os cidadãos construírem as suas próprias opiniões a partir das análises feitas pelos média. O modelo em que esta relação se estabelece parece não subsistir apenas deste entendimento interpretativo pelos indivíduos, na medida em que se afiguram cada vez mais auspiciosas as promessas de uma interação assente na ideia de abertura generalizada às possibilidades de participação nos formatos jornalísticos.

De acordo com Robert Kubey (2004), ainda que se associe à década de 90 o maior fluxo da entrada dos cidadãos nos espaços *online*, este conjunto de *netizens* atuais – expressão que

⁶⁶ Inversão do círculo natural da produção de notícias, em que são os próprios cidadãos a promover tópicos para discussão, numa metáfora que concretiza o *top* (topo) com os média e *down* (fundo), com os leitores, ouvintes ou espectadores.

⁶⁷ [[http://www.infopedia.pt/\\$ecologia](http://www.infopedia.pt/$ecologia), acessado em 12/02/2011].

retrata a ideia da deslocação do cidadão para o *online* – não conseguiu ainda provar que o avanço tecnológico resulta efetivamente em maiores níveis de participação nas mais variadas esferas por onde se desenrola a vida social de uma comunidade (Kubey, 2004). Neste sentido, Rabia Polat (2005) junta-se a um grupo de investigadores que defende a inexistência de provas definitivas de que a Internet possa apresentar-se realmente como uma ferramenta promotora da participação cívica. Para a investigadora, a quantidade de informação não multiplica o processamento cognitivo, uma vez que o fator chave reside na motivação, como veremos mais adiante, uma sugestão igualmente apresentada por Kiwan (2007), na medida em que só cidadãos motivados poderão contribuir para maiores índices de intervenção popular não só nos média, mas também nas outras áreas do espaço público.

A comunicação *online* é horizontal, isto é, estabelece-se de uma forma relativamente homogénea, tentando atrair e abranger o maior número de leitores na rede. Com a intervenção da Internet no espaço mediático, contribuiu-se, de certa maneira, para dar mais um passo rumo à abolição das fronteiras entre a produção e a receção de mensagens, num nível mínimo. Contudo, a abertura ao espaço mediático *online* só poderá ser uma realidade na verificação de condições dignas de acesso, um tema que configura preocupações sérias, ao ritmo da expansão de cobertura de redes a que se assiste um pouco por vários países. Neste contexto, a entidade britânica reguladora dos meios de comunicação social, a OFCOM, no relatório de setembro de 2009, alertava para os riscos da exclusão digital dos cidadãos relativamente a «conteúdos potencialmente importantes, recursos e poupanças de gastos» (2009: 28). A questão relativa ao acesso, além deste nível básico, pretenderá dotar a sociedade de condições plenas para a inclusão dos seus grupos, apoiadas neste fenómeno. O grupo de investigação norte-americano The Knight Commission, que trabalha com alguma insistência as questões da literacia digital, do envolvimento cívico, do jornalismo local e dos serviços públicos de média, entre outros assuntos, revelou, em outubro de 2009, que os espaços *online* estão a criar um renascimento da informação e da comunicação, insistindo na ideia de que na democracia digital não faz sentido existir uma segunda classe de cidadãos, com menores recursos e potencialidades de acesso e de competência digital.

Na verdade, o entendimento sobre a incorporação do cidadão numa sociedade eminentemente digital conserva a crença de alargamento do espaço público (Shah, 2005), ainda que frequentemente a falta de (in)formação sobre os meandros específicos destes contextos, como sublinha igualmente o relatório da OFCOM, suscite um olhar atento a esta realidade,

desprovida de uma mera constatação factual sobre o acesso. Por outro lado, as limitações económicas e sociais de certos setores sociais podem ser igualmente origem e resultado deste mesmo acesso enviesado (Dutta-Bergman, 2006).

Neste sentido, esta investigação procura, fundamentalmente, sugerir que a tecnologia consiste porventura num ponto de partida em que será possível reunir a atenção dos cidadãos para os assuntos considerados de interesse público, além de que as possibilidades de mobilização social podem ser incrementadas com o advento de redes sociais *online* para possíveis redes efetivas, visíveis no terreno e na ação política, social ou mediática. Contrariamente àquilo que Polat (2005) refere, e ainda com maior expressão no que toca à mobilização social, parece-nos justo assinalar que a informação que circula na rede *online* poderá conseguir suplantar as até agora vias tradicionais de comunicação entre as instituições públicas e os cidadãos. Começam a surgir, com maior entusiasmo, estratégias de comunicação, baseadas no fenómeno binário, nas mais variadas entidades públicas.

1.1 A qualidade do jornalismo perante a democratização do acesso à Internet

Embora possamos interpretar algumas variações de ritmo no que à apropriação técnica pelas diversas sociedades diz respeito, a verdade é que os vocábulos ‘digital’, ‘multimédia’ e ‘interatividade’ configuram apenas alguns elementos que têm vindo a associar-se a uma paisagem tecnológica capaz de redimensionar o sentido e a existência da vida social. O enquadramento dos fenómenos digitais associados ao setor do emprego, das telecomunicações ou até do chamado *e-government*, constituem apenas exemplos evidentes onde a tecnologia digital inscreveu o seu lugar próprio na vida humana. Ora, pensando o jornalismo como palco privilegiado no quadro das relações quotidianas, importa provavelmente refletir sobre a utilização da tecnologia no panorama específico das relações com as audiências.

O termo ‘tecnologia’ remete etimologicamente para o «conjunto dos instrumentos, métodos e processos específicos de qualquer arte, ofício ou técnica»⁶⁸ e evoca uma natureza bastante mais ampla do que, por vezes, se lhe atribui. Com frequência, os discursos atribuem ao sentido desta palavra uma conotação essencialmente restrita ao domínio das técnicas e modalidades que a Internet proporcionou. A tecnologia, a par do digital, multimédia, interativo,

⁶⁸ Do grego *tekhnología*, «tratado sobre uma arte»: [<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/tecnologia>, acedido em 02/05/2012].

convive não menos vezes com uma utilização indiscriminada e pouco reflexiva do que efetivamente estes processos e artes escondem e revelam. Tal como sugere Luís Pereira (2012), estes termos pretendem muitas vezes dar a sensação de aumento da quantidade de informação, de velocidade de processamento e distribuição, permitindo a distribuição indiferenciada, ausente de obstáculos, perante uma receção individualizada e interativa. Sugerem novas linguagens e formas de comunicar, caminhos alternativos de conhecer e pensar. Para além do que se entende pelo termo em si próprio, a entrada na tecnologia associada ao domínio de computadores e Internet imprime um uso da técnica por obviedade e não pelo seu uso crítico, numa utilização motivada apenas pela escolha facilitada de caminhos de aprendizagem (Pereira, 2012). A natureza destes vários caminhos, por onde se concretiza a experiência humana *online*, levou Umberto Eco a defender recentemente em entrevista⁶⁹ à revista brasileira *Época* que a abundância desregulada da informação na *net* provoca a amnésia nas pessoas, tornando-se eventualmente perigosa para o ignorante e útil para o sábio, uma vez que não existe uma filtragem do conhecimento, produzindo um congestionamento da memória:

«A Internet não seleciona a informação. Há de tudo por lá. A Wikipédia presta um desserviço ao internauta. Há dias publicaram fofocas a meu respeito, e tive de intervir e corrigir os erros e os absurdos. A Internet ainda é um mundo selvagem e perigoso. Tudo surge lá sem hierarquia. A imensa quantidade de coisas que circula é pior que a falta de informação. O excesso de informação provoca a amnésia. Informação demais faz mal».

A abundância dos conteúdos *online* e a aparente disseminação de uma certa democraticidade no acesso dos cidadãos à Internet surgem num cenário paradoxal de estudos que denunciam os baixos índices de uso continuado destas ferramentas. Tal como refere o projeto 'Inclusão e Participação Digital', financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e apresentado a 4 de novembro de 2012, os portugueses parecem estar mais conscientes do acesso às novas tecnologias de comunicação radicadas na Internet, ainda que isso não sugira o seu uso frequente⁷⁰. A investigação revela que Portugal «progrediu muito nos últimos anos no que se refere a infraestruturas tecnológicas e no acesso a meios digitais», uma situação que «não se traduziu num uso frequente da Internet por parte das crianças, jovens e suas famílias». Através da recolha de dados junto de famílias portuguesas, os investigadores evidenciaram não

⁶⁹ [<http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2011/12/umberto-eco-o-excesso-de-informacao-provoca-amnesia.html>, acedido em 03/12/2011].

⁷⁰ [http://www.jn.pt/PaginalInicial/Tecnologia/Interior.aspx?content_id=2090949, acedido em 30/10/2012].

só disparidades por idades, mas também diferenças entre o acesso a meios digitais e o seu uso frequente, sendo que os pais portugueses estão entre os que menos usam a Internet e, entre os que a usam, apenas um terço o faz com frequência.

Com efeito, a Internet apresenta-se como um motor de expressão da liberdade e do poder de determinados utilizadores, numa rede que se pode expandir aberta e livremente (Deuze, 2001). A atividade mediática e o jornalismo, em particular, souberam perceber as potencialidades deste meio e desenham continuamente modelos que consigam compatibilizar as diferentes agendas editoriais com modelos de negócio que consigam rentabilizar o produto *online* das notícias. Embora não pretendamos discutir de que forma os monopólios mediáticos devem possivelmente realizar os seus encaixes financeiros através destes negócios, importa, para nós, debater a forma como o jornalismo tira (ou não) partido da teia cibernética, apoiada numa portabilidade de dispositivos, por entre a sua expansão e redução dimensional de telemóveis e computadores pessoais, entre fenómenos mais recentes como os *smartphones* ou *tablet*.

Contudo, o lugar do jornalismo no quadro destas novas possibilidades comunicativas atinentes a uma época de inspiração digital permanece sob escrutínio. Com efeito, para José Vítor Malheiros⁷¹, o jornalismo está pior desde o advento da Internet, uma vez que «há elementos industriais que se tornaram mais fortes. Cada vez mais o jornalista é um operário e a Internet veio dar força a essa ideologia tecnocrática⁷²». Malheiros, que começou as primeiras experiências de publicação *online* ainda em 1994, refere que a informação, à boleia das ondas *online*, melhorou substancialmente o espaço público já que «teve como efeito promover a cidadania. As pessoas podem espreitar para qualquer sítio e exprimir-se para o mundo inteiro. Isso é maravilhoso. Mas o jornalismo, em geral, piorou com o aparecimento da Internet». A revolução que este meio sugeriu provoca igualmente uma alteração de paradigma no que significa ‘fazer notícias’, uma atividade que transitou do domínio exclusivo do jornalista para uma partilha progressiva com o cidadão:

«quando comecei a fazer jornalismo, há 30 anos, disseram-me que fazer notícias era a parte mais nobre do trabalho do jornalista. Hoje, isto é mentira. Notícias toda a gente faz. Há quem diga que toda a gente

⁷¹ Profissional com várias décadas de experiência profissional no jornalismo português, entre a imprensa e a rádio, e que se dedica à data da produção desta investigação à atividade docente na Universidade Nova de Lisboa e a trabalhos de consultoria científica de comunicação no Ciência Viva, entre outras tarefas.

⁷² [<http://www.publico.pt/Media/o-jornalismo-piorou-com-o-aparecimento-da-internet> -1457083, acessado em 21/09/2010].

faz, mas só os jornalistas fazem bem – mentira. As pessoas que gostam de desporto, por exemplo, vão aos *sites* das federações, dos clubes, aos blogues dos académicos, dos amigos e também às secções de desporto (...). Mas os jornalistas continuam a querer pôr-se em bicos de pés: «Se não fui eu que fiz, não lhes chamo notícias. É outra coisa. É propaganda»» (*ibidem*).

A afirmação de Malheiros coloca-se a jeito de um entendimento próximo do jornalismo colaborativo, isto é, a forma como os cidadãos conseguem perceber, de modo autónomo, de que maneira as suas contribuições podem afetar o discurso noticioso sobre uma determinada matéria. Tomar todos os cidadãos como potenciais ‘repórteres’ esconde provavelmente as disparidades de literacia individuais, ao nível do domínio das competências básicas da interpretação da realidade, da própria linguagem que um determinado assunto possa suscitar, ao mesmo tempo que excluiu a capacidade que o jornalista idealmente detém no treino do olhar jornalístico, que envolve aspetos tão distintos como a gestão da linguagem, os imperativos éticos, as noções de enquadramento e noticiabilidade, entre outros. José Malheiros insiste, porém, na ideia de um utilizador ativo na produção e difusão de informação: «as eleições no Irão [de 2009] são um exemplo muito forte. Havia jornalistas que estavam lá, mas estavam impedidos de enviar informações para fora. E a *BBC* e o *New York Times* faziam notícias com base no Twitter.» Mesmo nas redações, uma das questões mais importantes consiste em perceber a valorização de determinadas ferramentas tecnológicas para melhorar o *savoir faire* da notícia, como são os *links*, informações que surgem para comprovar, complementar, verificar, um determinado aspeto noticioso. Ora, para Malheiros este assunto é ainda um pouco nebuloso:

«se um jornalista chegar ao fim do dia e disser ao editor: «Escrevi dois parágrafos e fiz 50 *links*», o editor acha que o jornalista não trabalhou. É toda a profissão que tem de ser redefinida. É necessária uma função de agregação. Uma boa agregação não é como faz o Google. É feita por uma pessoa. Porque é que as pessoas leem tanto os blogues? Porque os blogues fazem isto».

O relativo carácter recente de algumas destas reflexões responsabiliza, provavelmente, um certo panorama difuso no que toca à interpretação de como estas formas de comunicar afetam diretamente o jornalismo. Este jornalismo *online* pode efetivamente ser classificado como ‘melhor ou ‘pior’ de acordo com determinadas idealizações sobre o que deveria ou não ser um jornalista *online* (Santos, 2012). Aliás, como o mesmo autor repara, existirá uma consciência de que estaremos a atravessar um período de alterações profundas nas redações, ainda que os resultados desta curva evolutiva permaneçam um pouco dúbios.

1.2 Da sociabilidade *online* à contemporaneidade em rede

À medida que as plataformas de sociabilidade, informação, contacto e partilha de conteúdos *online* se adaptam às rotinas quotidianas dos cidadãos e dos média, o debate parece vir a conhecer desenvolvimentos, como tentaremos dar conta. Neste sentido, Facebook, Twitter, LinkedIn ou Flickr concorrem para um certo mapa conceptual imediato do que se pensa frequentemente hoje em dia sobre ‘redes sociais’⁷³. Contudo, apesar de, numa leitura superficial, podermos perceber esta ‘sociabilidade’ *online* como marca exclusiva desta época de conversão ao digital, parece de algum modo que a *web*, mesmo nos seus primórdios procedimentos, já induzia a um certo sentido interativo. Na verdade, muitos caminhos foram percorridos até termos alcançado o aspeto genérico de muitas dessas redes, que residem na gratuitidade ao acesso e à gestão de contas, motivadas pela tentativa de dotá-las de procedimentos rotineiros, simples, de rápido acesso, no computador ou noutros dispositivos móveis e de reduzidas dimensões. De acordo com um texto publicado no blogue *Phylosophy for change*, Tim Rayner recorda alguns dos ensinamentos de Michel Foucault para argumentar a ideia de que as redes sociais são, na verdade, um puro ato de chamamento dos cidadãos⁷⁴.

Não obstante a expressão e o interesse que a comunidade académica em comunicação tem vindo a demonstrar na reflexão sobre redes sociais – visível, por exemplos, em congressos e reuniões científicas –, os modelos atuais são consequência de sinais primitivos que inscreviam uma certa ideia de contacto, de interação entre utilizadores. Inspirada talvez pelo debate sobre uma ontologia das redes, a equipa do portal de informação *Clases de Periodismo* elaborou uma infografia que sugere, em síntese, qual terá sido o percurso dos *softwares* sociais até à atualidade⁷⁵. Deste modo, recordando em largos passos algumas dessas etapas mais marcantes para a história dos *social media*, o primeiro *e-mail* a ser enviado ocorreu nos Estados Unidos da América, em 1971, com dois computadores que utilizavam o sistema ARPANET, predecessor da Internet, colocados lado a lado, até que um deles recebeu a mensagem ‘QWERTYUIOP’, curiosamente uma sequência de letras do teclado. Sete anos depois aparece o BBS (*Bulletin Board Systems*), um sistema rudimentar de página *web*, conectado a um computador por meio

⁷³ Para se ter uma ideia da vastidão de ‘redes sociais’ podemos observar um dado curioso nas notícias de alguns jornais, na sua versão *online*. Por exemplo, na página do Jornal de Notícias é possível partilhar um determinado conteúdo através de 335 plataformas dessa natureza. No PÚBLICO online, este número supera-se apenas numa unidade, enquanto no *site* do Diário de Notícias o número não ultrapassa as 334 redes sociais.

⁷⁴ [<http://philosophyforchange.wordpress.com/2012/07/26/foucault-and-social-media-the-call-of-the-crowd/>], acedido em 26/07/2012].

⁷⁵ [<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/01/25/historia-del-social-media/>], acedido em 25/01/2011].

de linhas telefônicas. Após o êxito desta ferramenta, multiplicaram-se as cópias desse sistema através de outro protocolo de Internet, o Usenet.

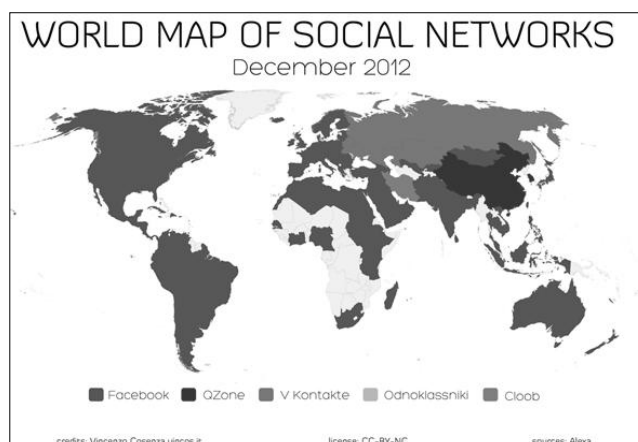
Contudo, haveríamos de esperar até perto do novo século para experimentar novas mudanças significativas neste panorama. A 17 de maio de 1991, o CERN lança o primeiro protótipo da *World Wide Web*. Um ano mais tarde, o Chicago Online viria a lançar a sua página na Internet, tornando-se no primeiro jornal de todo o continente americano a ter uma edição *online* (Carlson, 2001). Tal como vaticinava Deuze (2001a), em 10 anos assistimos ao eclodir de uma adesão *online* dos principais *mainstream media* por todo o mundo. Com efeito, parece que apenas a partir da década de 1990 a sociabilidade começa a marcar terreno efetivo na Internet. Em 1994 é lançado o primeiro *social networking site*, o *Geocities*, um serviço de hospedagem de *sites* do portal *Starmedia* que consistia em agrupar páginas de acordo com determinadas áreas temáticas. O *GeoCities* englobava diversos recursos como o carregamento de arquivos e editor de páginas *online*, oferecendo um espaço de 15MB para hospedar arquivos de cada *site* e um editor de HTML, que permitia ao utilizador a criação de páginas no seu próprio editor de *web* (*FrontPage*, por exemplo) e transferir o HTML para esse local. Com a oferta de novos serviços de hospedagem gratuitos e o número de propagandas exibidas nas páginas, tornou-se ultrapassado com o tempo, até ser extinto em outubro de 2009. Em 1995, aproveitando os aperfeiçoamentos técnicos decorridos, surge a página *TheGlobe.com*, que, pela primeira vez, permitia aos utilizadores personalizarem conteúdos editáveis relativos às suas experiências, publicando e interagindo com mensagens direcionadas para outras páginas.

A partir de 1997 assiste-se à popularização dos *softwares* de envio de mensagens instantâneas, ao começar a ocupar um espaço simbólico e definitivamente relevante no domínio da comunicação *online*. O aparecimento do *AOL instant Messenger*, seguido do *SixDegrees.com*, permitiu a criação de listas de contactos próprios, além da definição de perfis individuais, antecipando, de algum modo, um dos grandes marcos no *social networking* com a inauguração, em 2002, do *Friendster*, um *software* mais atrativo e moderno visualmente, que permitia conexões através de páginas pessoais, num impacto que se traduziu num crescimento de mais de três milhões de utilizadores nos três primeiros meses de atividade.

O apelo à sociabilidade através da *net*, em finais do século XX, tornou-se na alavanca decisiva para o crescimento exponencial deste setor particular do mundo *online*. A opção pela interatividade em massa, em detrimento da localizada, emerge em força nesta altura e funciona de forma mais evidente a partir de 2003, quando surge o portal de música *MySpace*, uma

referência, não apenas no domínio dos *softwares* sociais de conversação, mas igualmente no quadro dos agregadores de conteúdos musicais. De repente, o mundo da técnica pareceu despertar para as potencialidades de negócio neste ramo, de forma que nos anos seguintes, disparou o número de *sites* dedicados à sociabilização de internautas, tais como Tribe.net, LinkedIn, Classemates.com, Jaiku, Netlog, etc. Em 2004 surge aquele que na atualidade será um dos maiores exemplos de rede social, à escala mundial, como o Facebook. Concebido originalmente como uma plataforma de contacto entre estudantes da Universidade de Harvard, o impacto foi de tal ordem notório, que, um mês após a criação deste *site*, mais de metade dos alunos desse estabelecimento de ensino já tinham aderido a esta rede. A partir de 2008, o Facebook ultrapassaria, em definitivo, o Myspace, como a rede social de maior utilização, lugar onde se mantém na atualidade a que este texto reporta. Dois anos antes, surgiu outra rede que ainda hoje figura num dos lugares cimeiros na utilização das redes sociais, exponencialmente aproveitada pelos média. O Twitter consegue recolher uma aceitação de tal ordem espantosa que quatro anos após a sua criação, durante o Mundial de futebol de 2010, na África do Sul, se estabeleceu um novo recorde até então de mensagens emitidas nesta rede. Foi na partida entre Japão e Dinamarca, com o Twitter a registar cerca de 3,283 *tweets* por segundo. De acordo com a ilustração 1, reportando a dados de dezembro de 2012, o Facebook conta com mais de 800 milhões de contas ativas, estabilizando a sua posição em 127 dos 136 países analisados, conquistando, desde junho de 2011, novos territórios onde não dominava, como são os casos da Holanda, Brasil, este último depois de uma intensa luta com o Orkut.

Ilustração 1 – A distribuição das redes sociais pelo mundo, segundo dados de dezembro de 2012



Fonte:

Dados Google Trends for Websites/Alexa, dezembro 2012
[<http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>, acedido em 17/01/2013].

Seguindo a referência 'redes sociais', parece que em alguns círculos de debate esta terminologia não será propriamente consensual. A realidade empírica da vida diária, nomeadamente ao nível do discurso mediático, tem procurado sistematizar estas plataformas no âmbito dessa etiqueta. Com efeito, os jornalistas têm vindo a etiquetar o Twitter, bem como o Facebook, de 'redes sociais'⁷⁶, um facto que tem motivado entendimentos díspares sobre a sua validade e pertinência. Laura Gómez, responsável pela internacionalização da empresa espanhola *iRedes*, aproveitou a sua intervenção no I Congresso Iberoamericano de Redes Sociais⁷⁷ para se mostrar absolutamente contra esta categorização⁷⁸: «o Twitter não é uma rede social, porque não implica ter relação entre os usuários. É antes uma rede de informação. O que sucedeu no Egipto não se resume a uma revolução *twitteira*, mas sim a uma revolução social. Torna cada um de nós um cidadão do mundo». Aliás, o que refere Gómez enquadra-se com as declarações prestadas ao *site Read Write Web*⁷⁹ pelo diretor de negócio e desenvolvimento corporativo do Twitter, Kevin Thau, ao reiterar que esta não é uma rede social. «o Twitter é para as notícias. O Twitter é para o conteúdo. O Twitter é informação», referiu à margem da apresentação da marca no evento Nokia World 2010. Esta rede pode apelar a uma maior facilidade nas trocas comunicativas, tal como Evan Williams, um dos diretores do Twitter, que sublinha a vertente tecnológica que se predispõe a criar novas relações sociais ou reforçar outras já existentes. Este objetivo estará eventualmente conotado com a partilha de mensagens, fotografias, eventos com contactos, além de se inscreverem no quotidiano das pessoas. Nesta linha, Williams refere que o argumento que concretiza a intenção de definir o Twitter como uma rede social é «bastante óbvio». No entanto, o responsável defende que a empresa apenas procura enfatizar as relações mais distantes entre pessoas que não têm muitas ligações na vida real.

O nível de reciprocidade que o termo 'redes sociais' deveria sugerir, para alguns entendimentos, definiu o eixo orientador de estudos como aquele que se intitula por *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* da responsabilidade do centro de investigação sul-

⁷⁶ Exemplo de como o jornalismo estabelece a referida 'etiqueta': [<http://www.rtp.pt/noticias/?t=Publicitarios-utilizam-redes-sociais-para-comunicar-marcas-e-produtos.rt&headline=20&visual=9&article=456475&tm=8>]; [<http://videos.sapo.pt/qntGZS6PiS4gGkzd0bQY>].

⁷⁷ Realizado em fevereiro de 2011 em Burgos, Espanha.

⁷⁸ [http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Laura/I/Gomez/Twitter/red/social/elpeputec/20110225elpeputec_3/Tes], acedido em 25/02/2011].

⁷⁹ [http://www.readwriteweb.com/archives/twitter_is_not_a_social_network_says_twitter_exec.php], acedido em 30/09/2011].

coreano Advanced Institute of Science and Technology⁸⁰. No documento publicado em maio de 2010, entre outras conclusões, avança-se com a convicção de que o Twitter não induz forçosamente a um *feedback* e trocas entre os utilizadores. Após a análise de mais de 41 milhões de perfis de utilizadores e de 1,47 biliões de páginas de seguidos/seguidores, os investigadores chegaram à conclusão de que apenas 22% de todos os *links* no Twitter são efetivamente recíprocos. No Flickr, rede preferencialmente vocacionada para a publicação de imagens fixas, este número aproxima-se dos 68%, enquanto no Yahoo 360, o índice é ainda maior, com 84%. Em suma, 78% dos conteúdos visíveis no Twitter são apenas unidirecionais.

Assumindo, no entanto, a expressão ‘redes sociais’ para os propósitos deste trabalho, será provavelmente conveniente assinalar algumas reflexões que colocam este enquadramento comunicativo de índole digital no panorama mediático premente. Partindo, por isso, de um ponto de vista básico e genérico, podemos sugerir estas plataformas como um dos palcos simbólicos mais recentes de contacto, informação, partilha de conteúdos, etc., entre os média e os cidadãos que neles tomam parte. Do ponto de vista dos jornalistas, a pressão pela velocidade com que se avançam notícias de última hora, muitas vezes etiquetadas como ‘exclusivas’, obrigaram a uma alteração no modo como se difundem os conteúdos mediáticos, inscrevendo, neste âmbito, as redes sociais. Aliás, numa das entrevistas exploratórias, Josep Capdevilla pronunciou-se sobre esta situação referindo que o seu irmão, um dos diretores do recém-criado diário catalão ARA⁸¹, lhe confessou, mesmo antes de este jornal estar à venda, que não duvidaria em publicar um informação de última hora a partir do Twitter mesmo antes de transitar para a edição *online* ou mesmo para a impressa. Precisamente neste contexto evolutivo, num artigo de um diário espanhol, David Varona, da RTVE.es, explica que «antes a nossa concorrência resumia-se à Antena 3 e a Telecinco. Agora são as mensagens dos amigos nos seus muros [do Facebook]. É uma guerra para chamar a atenção⁸²».

Em termos concretos, o que pode suscitar uma reflexão ampla reside porventura na amplitude do termo ‘social’ e, como acabámos de ver, a definição de amizades que se transportam para a vida *offline*. Não obstante o estudo coreano ter demonstrado a pouca reciprocidade na disponibilização de conteúdos, poderíamos perspetivar o Twitter como uma espécie de ágora moderna, com as suas limitações. Pelo facto de se constituir como uma

⁸⁰ [<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4859/Is-Twitter-a-Social-Network.aspx>, acedido em 30/09/2011].

⁸¹ Tal como lembrou Núria Llop na entrevista exploratória, antes do lançamento da primeira edição impressa do ARA, o jornal já tinha cerca de 17 mil seguidores no Twitter.

⁸² [http://readwrite.com/2010/05/11/study_twitter_isnt_very_social, acedido em 25/02/2011].

plataforma em expansão, no que se refere à sua utilização, não esconde as sombras, a noite tecnológica onde uma substancial parte da população não usa, conhece, participa, partilha. Retomando a ideia de praça – ágora – o Twitter pode eventualmente desempenhar a função de agregador de forças, movimentos, num único local. Apesar de não poder apelar concretamente a uma massiva partilha de conteúdos, recíproca e permanentemente, demonstra a sua faceta ‘social’ na presença evidente de um largo número de pessoas, disponibilizando inclusivamente correntes de assuntos mais comentados (*trending topics*), condicionado, no limite, o discurso que decorre numa comunidade. Deste modo, enquanto os discursos dos jornalistas que apontam para uma normalização destas realidade nos termos ‘redes sociais’, o que faltará delimitar com clareza consiste justamente as fronteiras do adjetivo ‘social’. Ora, tal como na ágora ateniense, um dos locais mais emblemáticos do ponto de vista social da sociedade grega, parece clara a ideia de que as multidões que ali se concentravam não tinham a obrigação de estabelecer vínculos duradouros. A ideia de sociabilidade na Internet meramente reduzida à partilha bilateral de conteúdos parece-nos, de algum modo, redutora e insuficiente. Ser ‘social’ significa dispor de um conjunto determinado de contactos, sem que isso obrigue necessariamente a uma troca de informações permanentemente. A questão da partilha restringe-se, quanto a nós, ao nível de atividade manifestado pelos utilizadores, que pode ser elevado ou reduzido, entre uma interatividade passiva e ativa. No fundo, se catalogamos, para efeitos da presente investigação, essas redes como ‘sociais’ referimo-nos justamente à presença virtual de uma quantidade importante de indivíduos nessas redes.

Por outro lado, podemos ainda questionar a natureza da atividade *online* que se concretiza nestes espaços, de uma forma sumária. A disparidade de utilizadores, conteúdos e possibilidades performativas configuram esferas possíveis de atração de estudos, tal como aquele publicado pelo *Marsouin.org*⁸³, um *site* especializado na medição e análise dos comportamentos *online*. A partir de uma ideia de ‘e-participação’, os dados definem os utilizadores de ‘uso quotidiano’ como os que mais utilizam os motores de busca. Os utilizadores de ‘frequência semanal’ dirigem-se preferencialmente à conversação através dos *softwares* de mensagens instantâneas, enquanto os utilizadores ‘mensais’ preferem, em 64% dos casos, pesquisar informações locais na *net*. Os internautas que apresentam uma frequência de utilização mais esporádica, 12 meses, demonstram uma inclinação para pesquisar informações turísticas na Internet, em 75% dos casos.

⁸³ [<http://www.marsouin.org/spip.php?article385>, acedido em 12/10/2010].

Ainda a este propósito, de uma perspetiva mais ampla, uma infografia do *Mycube*⁶⁴, publicada na página *online The Next Web*⁶⁵ e no portal *Clases de Periodismo*⁶⁶ sistematiza algumas das questões colocadas às contribuições que são descarregadas e visualizadas nas redes sociais, um comportamento que comumente parece ser designado por UGC (*User Generated Content*). Neste sentido, em 2010, dos 175 milhões de perfis ativos no Twitter, foram contabilizadas 25 biliões de mensagens ali publicadas (*tweets*). Por sua vez, das 600 milhões de contas presentes no Facebook foram partilhados 360 biliões de conteúdos, em 2010, entre hiperligações, fotografias, textos próprios, etc. Este estudo revelou ainda, que no mesmo ano, 35 horas de vídeo foram descarregadas para estas redes a cada minuto. No que diz respeito ao conteúdo sob a forma de imagens, o estudo refere que, em termos médios, mais de 3000 foram transferidos por minuto para o Flickr, enquanto 36 biliões de fotografias são descarregadas para o Facebook em média, por ano. Numa perspetiva distinta, relativa às redes sociais que mais beneficiam com a publicação de conteúdos nestas plataformas, este estudo aponta para uma lista dos cinco espaços *online* mais populares neste segmento, onde reside o Facebook com impressionantes 1,860 biliões de conteúdos publicados pelos seus utilizadores em 2010. A alguma distância deste primeiro patamar está a rede que fez do vídeo a sua forma principal de trabalho, o Youtube, com 945 milhões de publicações. Num outro nível ficam as redes Myspace (288 milhões), LinkedIn (243 milhões) e Twitter com 45 milhões.

Compreendendo a natureza distinta de cada rede, parece-nos importante sublinhar que as motivações que ligam os utilizadores a todas estas plataformas divergem em função do conteúdo que popularizam, preferencialmente. A afinidade individual por vídeos, fotografias ou texto, estruturam, quase *a priori*, a definição dos internautas pelas mais variadas redes sociais. Os dados atrás mencionados residem em valores absolutamente circunstanciais e contribuem para a nossa reflexão apenas para a tentativa de ilustração, de algum modo, da realidade que se coloca a estas plataformas. A variabilidade destes dados, assentes na flutuabilidade de tendências, movimentos e modas, indivíduos ou enquadramentos mediáticos e sociais, representa um estímulo útil para compreender de que forma evoluem ao longo dos anos.

⁶⁴ Disponível em [<http://mycube.com/>].

⁶⁵ [http://thenextweb.com/shareables/2011/06/22/user-generated-content-by-the-numbers-infographic/?awesm=tnw.to_19Qvl&utm_content=spreadus_master&utm_medium=tnw.to-other&utm_source=twitter.com, acedido em 07/10/2011].

⁶⁶ [<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/06/22/cuanto-contenido-se-publica-en-redes-sociales/>, acedido em 22/06/2011].

1.3 A apropriação das redes sociais pelo jornalismo

Tendo em conta que a Internet se assume como o maior conjunto de redes de comunicação à escala mundial criaram-se, pois, as condições para o acesso a um maior número de informações e para a transferência de dados. Neste sentido, tomamos a Internet como o imenso navio onde decorre a troca massiva de documentos em formato hipermédia – áudio, texto e vídeo –, numa infraestrutura designada por *World Wide Web*, WWW ou simplesmente *web*. Para o nível de saturação da Internet muito terão provavelmente contribuído os média tradicionais que rapidamente perceberam o potencial desse espaço. O jornalismo *online*, como parece hoje em dia etiquetar-se, mereceu igualmente a atenção de diversos estudiosos que continuam ainda a desenvolver esforços para compreender a amplitude vasta de questões que ali se colocam. Mark Deuze (2001a), num texto do princípio do século XXI, já identificava esses ‘valores acrescentados’ de um jornalismo presente no *online*. Para o autor, as características mais relevantes deste meio assentam na hipertextualidade (a capacidade de um texto se agregar a outros), multimedialidade (a possibilidade de um documento combinar, num único local, texto, áudio e vídeo), a hiperadaptividade (a faculdade de moldar um ambiente *online* às preferências do utilizador, proporcionando alterações permanentes) e, por fim, a interatividade. Ora, no caso específico do nosso trabalho, este último termo será o mais importante, uma vez que define um contacto direto com os recetores – os cidadãos – colocando-os em relação com os jornalistas.

Neste contexto, a interatividade, nascida de uma conceção técnica e fundamentalmente digital, foi observada por diversos especialistas, sobretudo ao nível de uma proposta de tipificação que entendeu talvez categorizar os comportamentos interativos *online* entre os utilizadores e as páginas da *web*. Deuze (2001b) propõe, assim, três tipos de interatividade: navegacional (deslocamento entre várias páginas, por entre ferramentas para passar a próxima página, voltar ao início e ainda os botões de *scroll*); funcional (*links*, listas de moderação de comentário entre utilizadores e opções de redirecionar conteúdos através da função ‘*mail to*’); adaptativa (oferta de *chats* ou de salas de conversação específicas ou através da personalização autónoma da página pelo utilizador, como são os exemplos da criação de contas pessoais). Boczkowski (2004) acrescentaria ainda a interatividade de contacto, que basicamente traduz a função *online* que expressa as possibilidades de contacto entre utilizadores e os proprietários da página em questão, configurando um exercício de diálogo entre utilizadores. A interação constitui-se, portanto, num conceito que aponta para uma sociabilidade da vida empírica, real e

factual, na sua tridimensionalidade física entre sujeitos sociais (Chung, 2008). Para esta autora, a interatividade poderia ser categorizada em três níveis: baixa (*download* de vídeo e áudio, de galerias de fotografias, etc.); média (resposta a sondagens ou outros formulários a pedido) e alta (enviar *links* por *e-mail*, entrada em salas de conversação, *chats*, etc.). A interatividade pode ser vista ainda, pelo menos para Liu & Shrum (2002), a partir da construção de três dimensões: entre utilizador e o sistema que rege a página; entre dois utilizadores *online*; entre o utilizador e a mensagem *online*.

O jornalismo não enjeitou a possibilidade de estender os seus tentáculos a estes espaços, trabalhando com insistência neste domínio⁸⁷. A utilização das redes sociais pelo jornalismo tem vindo a conhecer um terreno especialmente fértil, ao mesmo tempo que se criam paulatinamente hábitos que incentivem leitores, ouvintes ou espectadores a deslocarem as suas rotinas para estes espaços, acompanhando aí a atividade dos órgãos de comunicação que pretendem. Na verdade, os ritmos de apropriação das redes sociais, no âmbito das políticas editoriais dos média, parece efetivamente conhecer práticas diferenciadas, que revelam no fundo a postura subjetiva de cada redação em interpretar a inscrição destas plataformas no espaço tradicional onde desenvolvem a sua atividade. Esta situação resulta-nos evidente ao contactar com certos jornalistas no quadro das entrevistas exploratórias, onde demonstram diferenças e aproximações entre modos de compreender este fenómeno. Josep Capdevilla mostra-se confiante no sucesso das diversas redes sociais, de tal forma que não consegue entender um jornalista que, na atualidade, não tenha uma presença atenta no Twitter:

«é óbvio que cada um fará a utilização que desejar (...), mas se és jornalista e não tens esse mínimo de perceção de como evoluem as coisas, não entendo! Ainda que não escrevam nada, precisam de estar lá para apenas saber o que por lá passa... E além disso, há jornalistas que não têm Twitter, mas falam mal e riem-se do Twitter! Isto acontece aqui na redação e aposto o que quiser que acontece nas outras. E não estamos a falar de gente velha, de 60 anos, mas sim de jovens... É preciso estar no Twitter e Facebook, nos meios de comunicação. Temos de nos adaptar e dentro de um ano não sabemos onde poderemos estar inclusivamente. Alguma surpresa vai aparecer».

⁸⁷ Como podemos observar no Anexo 1, um dos jornais com maior circulação a nível nacional, o Jornal de Notícias, demonstra de que forma o *online* tem servido certos interesses desta publicação. Nesse caso observamos um exemplo de um acontecimento que surgiu (acidente de comboio em Caxias, a 2 de maio de 2012) tendo o jornal pedido aos seus leitores o envio de imagens e/ou vídeos sobre o sucedido para a redação, através do *e-mail* informa@jn.pt. No Anexo 2, verificamos de que forma o JN reagiu a uma problema técnico no *site*, a 7 de dezembro de 2012. Perante as operações de manutenção, foi pedido aos leitores para que continuassem a acompanhar as notícias do jornal no Facebook e Twitter: «este *website* está temporariamente indisponível. Estamos a realizar uma operação de manutenção. Lamentamos o incómodo causado. Entretanto siga-nos no Facebook e Twitter». Posto isto, observamos como as redes sociais se abrem aos interesses de trabalho dos média, para inverter a habitual lógica de informar ou para ser informado e, por último, como modo de prossecução da sua atividade jornalística.

Uma das grandes vantagens, no desporto, consiste na retirada de informações que originam notícias, considera Capdevilla. Uma análise menos eufórica no caso de Lídia Herédia:

«temos um grupo no Facebook com cinco mil seguidores que veem o programa em paralelo e fazem o seu próprio debate. Na melhor das hipóteses, há cem pessoas nesse debate. Em casa temos cerca de 300 mil pessoas. As distâncias são muitas. São complementos, estou de acordo, e até penso que inclusivamente há produtos que funcionam melhor na Internet do que na televisão. Duvido muito que sejam ambas competentes, porque a televisão tem um poder realmente muito grande. Há produtos que têm a sua própria vida na *net* e não têm o seu reflexo na televisão».

Embora possamos realmente assumir algumas reservas sobre o verdadeiro alcance dos efeitos na sociedade promovidos pelas redes sociais, parece-nos que os estudos em comunicação podem reunir aqui um âmbito particularmente extenso para aferir sobre as condições pelas quais as rotinas quotidianas se encontram condicionadas ou moldadas pela experiência digital nesses espaços. Uma influência que para Núria Llop vai ser mais evidente no futuro. A jornalista defende que a estratégia dos média deve insistir numa experimentação continuada, avaliada sucessivamente pelos seus profissionais: «é muito mais eficaz que um leitor lance a notícia no seu próprio muro do que nós mesmos. Na rede do leitor, os seus amigos confiam nele, ainda que não sei se deva dizer isto. Confiam mais nele do que em nós». Para Llop, o plano de atuação mediática nas redes sociais deve obedecer a um conjunto de regras básicas para conseguir motivar o maior número de leitores e seguidores: «a estratégia é esta: não incomodar, ter um conteúdo forte na *web*, potente e que faça com que as pessoas coloquem nos seus muros, para que depois possam ser os seus amigos a retransmitir a mensagem. Neste sentido, a estratégia está a funcionar». Ainda a este propósito, Carles Manteca, reconheceu o grau indiferenciado de apropriação das potencialidades oferecidas pelas redes sociais, no caso específico do jornalismo televisivo. Sublinhando a necessidade de verificar a opinião das pessoas nesses espaços, Manteca insurge-se, porém, contra o anonimato e a falsificação de perfis, antevendo efeitos negativos para o debate civilizado e crítico que deveria pautar a conduta dos utilizadores: «para mim isso [anonimato] não representa nada. É por isso que dar uma opinião fundamentada pode ser positivo e, além disso, com as informações relativas ao nome e profissão, ainda que no final sirva de muito pouco, justificamos a postura do participante».

Entre análises entusiastas e outras mais moderadas, a verdade é que trabalhar em jornalismo na atualidade parece ser uma atividade indispensável de, pelo menos, um olhar

atento ao que circula nos meios mais recentes de comunicação digital, onde a quase maioria dos média já marca presença. Como referiu inclusivamente Josep Capdevilla, as redes sociais permitem recolher informações que de outra forma estariam eventualmente mais condicionadas, a conhecer a reação dos cidadãos ou, até mesmo, aproveitar notícias de outros órgãos de comunicação que trabalham nesses setores. Em sentido contrário, o caso francês parece ser singular, uma vez que foi vedada à rádio e à televisão a possibilidade de citação dos nomes das redes sociais Twitter e Facebook durante as suas emissões. A decisão que partiu do Conselho Superior de Audiovisual motivou-se pela necessidade de evitar que algumas redes sociais sejam apresentadas como preferenciais pelos meios de comunicação franceses⁸⁸.

Apesar de este exemplo residir num plano afastado das políticas correntes de outros contextos internacionais, os números nas redes sociais podem eventualmente ajudar a esta compreensão. Em novembro de 2012, o jornal *The New York Times* atingiu os dois milhões e meio de seguidores no Facebook e mais de seis milhões e meio no Twitter, um número superior ao registado nos leitores diários daquele jornal⁸⁹. Esta presença expressiva nas redes sociais estende porventura o âmbito de ação dos média, quase como extensões corporais. Aliás, de acordo com um relatório de 2010, divulgado pelo observatório *Puro Marketing*⁹⁰, uma pesquisa conduzida pela CNN sobre o consumo de notícias e dos hábitos de participação dos leitores *online* demonstrou que 43% da participação e da conversação sobre as notícias resultam fundamentalmente dos conteúdos disponibilizados pelos média em redes sociais como Facebook, Twitter, YouTube ou MySpace, seguido do correio eletrónico (30%), SMS (15%) e de mensagens instantâneas, em 12%. Neste sentido, o estudo revelou que 27% dos leitores habituais partilha pelo menos seis estórias ou 'conteúdos de notícias' por semana, representando 87% da distribuição *online* de todas as notícias.

Em relação às motivações na partilha de conteúdos, existem várias diferenças identificadas, consoante a localização geográfica dos inquiridos. Os leitores da América do Norte e os europeus tendem a redistribuir estórias que consideram de interesse ou relevância entre amigos, familiares e companheiros de trabalho, enquanto em regiões como a Ásia ou Pacífico,

⁸⁸ A notícia publicada no *síte* do Jornal de Notícias sublinhava ainda que se especula ainda que «a medida possa ter razões nacionalistas. O Facebook e o Twitter são empresas norte-americanas que representam símbolos do império dos EUA, assim como a Apple, McDonald's ou Coca-Cola, notícia O Globo». [http://www.jn.pt/Paginalnicial/Tecnologia/Interior.aspx?content_id=1872265, acessado em 06/07/2011].

⁸⁹ [<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3d57302%26Editoria%3d1193%26Op2%3d1%26Op3%3d0%26pid%3d25216%26fnt%3dfntnl&rss=on>, acessado em 23/11/2010].

⁹⁰ [<http://www.puromarketing.com/47/8163/participacion-conversacion-sobre-noticias-online-genera.html>, acessado em 10/09/2010].

existe uma maior propensão a partilhar matérias que reforçam crenças e identidades. O domínio das grandes corporações de jornalismo encontra, na verdade, um território propício nestas redes. Neste sentido, de acordo com um estudo que analisou 150 mil conteúdos no Twitter⁹¹, mais de metade tiveram como origem notícias publicadas pela BBC News, deixando o The Guardian atrás com 265,145 *retweets* por dia. Os resultados apontam para a utilização das redes sociais – com o Twitter e o Facebook em franco destaque – como os principais motores de busca, a breve prazo.

Partindo do reconhecimento da aposta generalizada dos média nacionais e internacionais no aproveitamento das redes sociais, poderemos igualmente sublinhar de que forma os cidadãos se têm enredado nesta teia de conteúdos, ligações. Segundo um estudo da consultora *Trendstream*⁹², a participação nas redes sociais aumentou 20% em 2010. Definindo ‘participação’, no contexto deste relatório, como o movimento que concretiza a partilha efetiva de conteúdos nestes espaços, o documento⁹³ aponta uma eventual mudança no paradigma da partilha: a participação nas redes sociais está a deixar de ser um espaço de distribuição de conteúdos pessoais para passar a ser um espaço para difundir conteúdos profissionais em tempo real. A participação em blogues e em fóruns aumentou cerca de 4% a 11%, respetivamente, enquanto algumas plataformas como o Twitter ou o Tumblr, criadas após o aparecimento de outras redes, apresentaram um grau de crescimento semelhante.

Um aspeto interessante sobre a própria disponibilização pessoal para os cidadãos aderirem às redes sociais tem levado institutos de investigação como o The Pew Research Center's Internet & American Life Project a interrogar os movimentos de translação entre a vida *online* e *offline* deste grupo de pessoas. Na verdade, esta organização não-governamental norte-americana procurou estudar de que forma os utilizadores destas redes se dedicam eventualmente a outras atividades de carácter social. Neste sentido, e de acordo com um estudo divulgado a 25 de janeiro de 2011, os utilizadores de redes de relacionamento social demonstram ter mais interesse em projetos sociais, através da participação em organizações e

⁹¹ [<http://www.journalism.co.uk/news/bbc-news-accounts-for-half-twitter-referrals/s2/a549543/>], acedido 11/06/2012].

⁹² [http://fibra.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=625:participacao-nas-redes-sociais-aumenta-20&catid=34:redes-sociais&Itemid=63], acedido em 14/01/2011].

⁹³ Este relatório faz parte de um estudo intitulado *Global Web Index* onde foram recolhidas as opiniões de uma amostra de 51 mil pessoas, entre o período de julho de 2009 a setembro de 2010.

trabalhos voluntários⁹⁴. A pesquisa revelou ainda a tendência dos americanos em utilizar o Twitter, em 85% dos projetos sociais. Uma das utilidades que as redes digitais oferecem aos internautas que participam noutras associações sociais consiste na atualização de informações, mantendo as pessoas informadas. Na opinião de Aaron Smith, um dos coordenadores do estudo, «é importante notar que 25% dos adultos não está ativo nos grupos em que participam. Eles apontam a falta de tempo como fator que limita o envolvimento e cerca de um quinto deles diz que a falta de acesso à Internet é um entrave».

Em suma, será lícito afirmar que a revitalização da esfera pública, ou pelo menos parte dela, parece encontrar força e expressão no mundo *online*. O fenómeno digital não se resumirá à Internet nem aos computadores, mas toma aí um pulso importante, onde concorrem igualmente os dispositivos móveis e os *softwares* sociais que os animam e dão sentido. Uma cidadania de âmbito digital parece igualmente marcar terreno, à medida que muitas das tarefas do quotidiano ganham vida própria nesta esfera e perdem primazia a três dimensões. Paralelamente a atividades da vida cívica que se inscrevem com particular relevo neste ambiente concorrem as possibilidades de expressão individual e grupal em blogues, redes sociais, espaços de comentários nos média, etc. Neste sentido, ficou célebre a expressão de um dos mais influentes físicos teóricos da contemporaneidade, Stephen Hawking, ao referir que «o principal inimigo do conhecimento não é a ignorância, mas a ilusão de ter conhecimento». A expressão pode ser emblemática sobre o risco que os nossos tempos têm sido férteis em disseminar, na ilusão de um conhecimento verdadeiro que viaja de forma rápida e superficial, desprezando uma utilização crítica, reflexiva e capaz de questionar as diferentes fontes e fluxos de informação. Ainda que as condições de acesso às redes e à Internet se revistam de alguns obstáculos de diversa ordem – e que, no fundo, merecem um estudo aprofundado – valerá a pena insistir no estudo sobre esta ‘guerra para chamar a atenção’, de que tomam parte as novas tecnologias. Entre as organizações mediáticas, compreendemos que a rapidez típica da vida quotidiana encontra novos estímulos nestas esferas próprias, onde a democracia impera. Precisamente no seio das possibilidades interativas abertas, livres entre os cidadãos e os média, convém sublinhar que as tecnologias avançadas de comunicação não operam como uma panaceia, isto é, como resolução redentora dos problemas de comunicação na sociedade e, mais importante ainda, requerem competências próprias de aprendizagem e utilização, um ponto que discutiremos com outro

⁹⁴ [<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D57856%26Editoria%3D1193%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D283614%26fnt%3Dfntnl&rss=on>, acedido em 25/01/2011].

detalhe no capítulo dedicado ao papel da educação para os média na formação de uma comunidade crítica e atenta aos meios de comunicação e no manuseamento das competências digitais. Ainda que a imagem da Internet se associe frequentemente à de um comboio, onde forçosamente teremos de subir e viajar, ainda sabemos muito pouco sobre o que significa exatamente apostar no jornalismo *online* como meio distinto de produzir informação⁹⁵. O caráter apocalíptico da Internet remonta a expressões marcantes, como aquela que recorda Manuel Pinto, em que J. Martín-Barbero define a emergência dos discursos de inspiração *online* como a «mais enganosa das idealizações porquanto fortalece a crença de que o indivíduo pode comunicar prescindindo de qualquer tipo de mediação social» (2002: 6). O terreno do vazio, sublimado pela promoção da virtualidade das redes telemáticas, atira o referido autor para a natureza utópica que julga que a comunicação digital encerra, desprezando igualmente as possibilidades de expressão dos cidadãos. Inspirados, portanto, por algumas destas sugestões, o capítulo metodológico deste trabalho procurará dar espaço a algum tipo de reflexão sensível a esta questão, tentando compreender se, na realidade portuguesa dos formatos de opinião pública nos média existe porventura uma disponibilização para a participação *online* e a sequência que lhe é dada.

2. O conceito de 'participação' nos média

No âmbito do enquadramento teórico desta investigação estaremos provavelmente num dos pontos mais importantes. Ao longo das próximas páginas tomaremos o conceito de 'participação' como pretexto de uma análise que discute o movimento e a relação entre as pessoas e os média, sobretudo aqui enquadrados na modalidade específica do jornalismo. Deste modo, trabalharemos para a construção de uma possível revisão literária sobre a forma como este conceito tem sido observado pela comunidade académica nacional e internacional. No fundo, este ponto retoma algumas das considerações anteriores sobre a conotação política associada a este conceito, além de uma aceção técnica e tecnológica.

⁹⁵ Como o sugestivo título da obra de Sherry Turkle - *Alone Together, why do we expect more from technology and less from each other* (2011).

2.1 Referências históricas no envolvimento dos cidadãos nos média

Antes de procedermos, porém, à reflexão sobre os pontos já enunciados anteriormente, será eventualmente adequado pensar sobre algumas situações que podem ter contribuído para a construção de uma relação mais próxima entre os cidadãos e o jornalismo, para lá de uma relação meramente economicista de compra/venda de produtos e serviços. Tentaremos, de algum modo, assinalar alguns fatores que podem ter ajudado a que os públicos tenham começado a deixar de parte o seu papel meramente recetivo, passivo.

Com efeito, estaremos já distantes dos tempos em que os manuscritos ocupavam grande parte do protagonismo dentro de uma aceção pré-moderna de instrumentos mediáticos disponíveis entre as populações até ao século XVII, constituindo formas de ocupação de tempos livres e de contemplação (Hamilton, 2003). Esses conteúdos consolidavam, de certo modo, formas primárias de uma certa 'tecnologia' primeiramente desenhadas para a regulação das comunidades, entre uma tipologia que envolvia documentos legais, governamentais, de correspondência, no sentido de permanecerem no tempo. Curiosamente, esta terá sido uma era histórica que inspirou, de algum modo, uma conceção moderna de propriedade, fundamental para que as primeiras instituições mediáticas comesçassem a pensar em estabilizar-se e, como observaremos oportunamente, pensarem nas primeiras estratégias de interação com os cidadãos. Alguns dos entendimentos modernos sobre a participação nos média referem que o sentimento de propriedade nas produções mediáticas se resumia a algo bastante tímido e sem expressão na cultura popular medieval europeia (Hamilton, 2003; May, 2000; Bettig, 1992). Embora nesta altura, por volta de meados do século XVII, os reduzidos meios de comunicação consolidassem, ainda assim, uma certa ideia de bem comum, contrastando com a obsessão pela ideia de propriedade privada típica da contemporaneidade, começaram a surgir manifestações de produtos mediáticos que concretizam as primeiras tentativas próximas da ideia atual de publicação, seja em manuscritos de uma elite religiosa onde pontificava o trabalho de monges copistas, até à distribuição dos primeiros panfletos ou mensagens avulsas pelas diversas comunidades, através de conteúdos que ora oscilavam entre o individualismo centrado em figuras e ou personalidades consideradas relevantes, ora pelo sentido coletivo e das celebrações que tomavam parte de uma comunidade. Seguindo ainda uma interpretação de Hamilton, esta sociedade «pré-moderna e complexa congregava elementos como a propriedade comum, a autoria coletiva e formas proféticas de autoridade discursiva, substituídas

paulatinamente pelo desenvolvimento de novas formas de produzir informação dentro de uma sociedade burguesa e capitalista» (2003: 304). Contudo, é possível perceber um interesse dos órgãos de comunicação social em estabelecer um contacto próximo com as audiências na linha do aparecimento da imprensa, que consolidou formatos como o das cartas do leitor. Como relembram Kovach & Rosenstiel (2004), este convite ao contacto não exigia necessariamente uma colaboração do ponto de vista escrito dos cidadãos, pelo que as estratégias eram até bastante *suis generis*, com o caso do *Houston Star* que, em meados do século XIX, convidava os leitores para se reunirem no átrio do jornal, desfrutando de um charuto e de uma bebida enquanto liam as notícias, numa estratégia que era interpretada como benéfica por parte dos responsáveis por aquela publicação.

A importância do aparecimento da imprensa surgiu justamente para tentar contribuir para a promoção de uma certa alfabetização, um dos dramas sociais da época. Tal como Silverstone (2004) sublinha, o interesse pelo aumento dos níveis de literacia, neste caso dos conhecimentos básicos da leitura, escrita e algumas operações matemáticas, proporcionou-se pela crescente, mas lenta, importância que os jornais e panfletos desempenharam nessa altura. Como sugere igualmente o autor, procurava-se, ainda que de forma acanhada, contribuir para a multiplicação de alternativas ao poder instalado, numa cidadania mais informada, reflexiva e cultural, embora debatendo-se com o problema de públicos mais reduzidos, devido aos baixos níveis de instrução. Hamilton (2003) refere que as práticas modernas de envolvimento cívico junto dos média podem ter de alguma forma emergido de uma cultura social que começou a valorizar com especial relevância a questão da propriedade individual, como fundamento para práticas económicas, políticas e legais e que, com o decorrer das décadas, se tornaria num eixo definidor da institucionalização mediática. Deste modo, a evolução dos tempos levou a que, a meados do século XIX, surgisse uma certa tendência, no Reino Unido, nos EUA e na Europa Ocidental, que consistia num aumento do número de projetos políticos que promoviam a disparidade de movimentações partidárias, tendo em vista a inclusão de indivíduos deslocados na sociedade numa ideia de cultura cívica. Provavelmente estes terão sido os sinais mais consistentes para a cristalização de uma certa perspetiva inicial de inclusão social e coletiva, radicada num envolvimento eminentemente político, de (inter)ação. Talvez aqui encontremos uma das justificações plausíveis pelo facto de, tal como já demos conta nesta reflexão teórica, o conceito de participação estar, de facto, umbilicalmente vocacionada para uma certa predisposição política, em conjunto com os ideais defendidos na democracia clássica.

Curiosamente, a comunidade política viria a ser confrontada com um problema semelhante ao encontrado atualmente, na relação entre média e cidadãos, sintetizada na teoria de desterritorialização proposta por Finhoults & Sproull (1990) em que as movimentações, deslocamentos territoriais dos indivíduos, em fenômenos migratórios, de emigração ou imigração, condicionaram, com particular intensidade, a consolidação de determinados projetos políticos em certas localidades. Populações que abandonaram as suas terras e raízes culturais, encontrando-se em grandes cidades, rodeadas de um mobiliário urbano marcado pela industrialização consistiram num dos retratos típicos desta época que necessariamente obrigaram a «consequências sociais envolvendo mudanças bastantes significativas e desestabilizadoras nas infraestruturas comunicativas da vida quotidiana» (Silverstone, 2004: 446). Paralelamente aos movimentos que consolidaram o êxodo rural em direção aos aglomerados urbanos, a maturação do próprio sistema político consagrado em diversas democracias confundiu-se com movimentos trabalhistas para combater setores da sociedade deslocados para situações desvantajosas, sobretudo a nível laboral, como foi notório na massificação do emprego e do proletariado. Neste sentido surgem as primeiras reivindicações pelo capital social e cultural dos grupos sociais como objetivo último da promoção de uma participação que visasse a sublimação dos assuntos de interesse público e coletivo, para fortalecer o estado (Silverstone, 2004; Putnam, 2000). Em países em franca expansão industrial, estes movimentos foram igualmente acompanhados por um amadurecimento do sistema educativo, comprometido no aumento da literacia das massas. Na verdade, este tipo de conhecimento acabaria por se revestir de fundamental importância nos inícios desta cultura timidamente participativa, sobretudo a nível político. Nesta altura, a 'literacia dos livros', como catalogam consistia nessa arte de decifrar, ler, seguir, compreender e apreciar (Rosenberg & White, 1957).

Neste contexto que se aproxima de uma conceção moderna, outro fenómeno importante consistiu no aparecimento de determinadas classes intelectuais, de figuras ligadas ao pensamento e à reflexão que tiveram de procurar os seus refúgios próprios para decidir que tipo de ideologia política se identificava com as suas próprias visões do mundo e da sociedade: «questões como estas eram formuladas, sob diversos pontos de vista, entre os setores políticos existentes, com movimentos partidários, escolas e universidades, jornais, revistas, salões de café, clubes, associações de interesses ou profissionais que demonstravam contribuir de forma mais ativa» (Brym, 1980: 1) Nesta época, a mistura democrática entre artistas, letrados,

pintores, tipógrafos, etc., sem qualquer barreira hierárquica entre estes grupos, convergiam para um certo sentido boémio da vida, num estilo de discussão marcado pela respeitabilidade. Neste contexto, como referem Meijer *et al.* (2009) e Habermas (1991), certo número de cafés localizados em Viena e em Londres, contemporâneos nesta análise, dedicavam-se profundamente ao encontro de determinadas classes intelectuais que se abstraiam da presença em determinadas manifestações, em espaços que discutiam as raízes da participação política e social. A propósito deste locais «relativamente obscuros», como sugeriu Dias (2007: 86), não se deve desprezar o seu potencial e a sua influência, perspetivando já uma ligação aos média mais populares da época. Aliás, para liberais clássicos como Stuart Mill ou Oliver Holmes, «o mercado de ideias funciona geralmente bem, desde que haja as já referidas competição e diversidade de informações suficientes. A competição é uma força poderosa. As ideias verdadeiras e úteis, uma vez enunciadas algures, acabam sempre por se espalhar por todo o lado» (*ibidem*).

No entanto, é nos séculos mais próximos da atualidade que conseguimos encontrar sinais mais concretos e expressivos de como os média arrancaram em definitivo para políticas que promovem a integração do público nas suas produções. Tal como já sublinhámos, a importância das cartas dos leitores prestaram-se a um entendimento da imprensa como primeiro grande meio de comunicação com relação particular com o público interessado nas suas publicações, estabelecendo, provavelmente, um contacto que superava a compra do produto. As cartas ao leitor representavam, no fundo, um estímulo ao debate ou, como constata Marisa Torres da Silva, «uma reminiscência de diálogo público (...) uma forma própria de debate público, no qual se efetua um debate crítico-racional sobre problemáticas diversas» (2007: 189). Como relembra Couceiro, o aparecimento da imprensa não desencadeou, de *per se*, o início de uma cultura ativa na discussão dos assuntos do quotidiano: «a notícia era algo já trocado entre uma cerveja e outra, numa casa pública, com vista à partilha de informações e opiniões, hábito que se manteve com o aparecimento dos primeiros jornais» (2009: 4346). Mais próximo do nosso tempo, Couceiro relembra que a mobilização cívica junto dos média não surge propriamente descontextualizada:

«no final dos anos 80, começa a perceber-se, nos Estados Unidos, o surgimento de uma forma distinta de encarar o jornalismo. Aquilo a que veio a chamar-se jornalismo cívico (ou, com ligeiras variações, jornalismo público, jornalismo comunitário...), em aceções defendidas por organismos como o Poynter Institute for Media Studies ou o Pew Center for Civic Journalism, tem a ver com um tratamento diferente dos assuntos, de forma a dar bases às pessoas para estas intervirem socialmente» (2009: 4347).

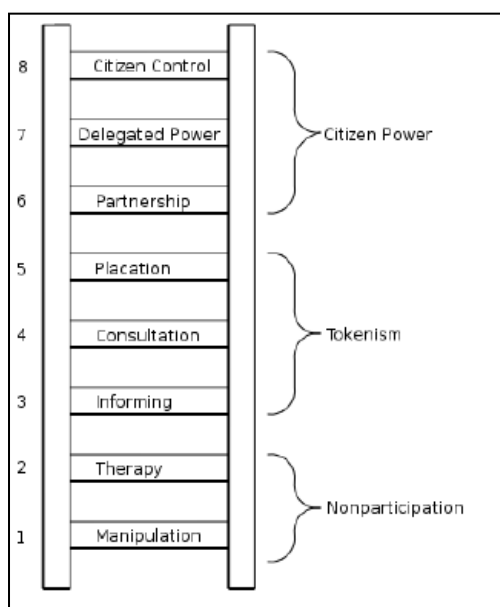
Com efeito, o crescente interesse social relacionado com a figura do jornalista resultou em correlações positivas entre a participação na vida da comunidade e a manutenção da ordem social (Verba *et al.*, 1995), potenciadas pelas conversas interpessoais (Rojas *et al.*, 2005). Como revela Nico Carpentier (2007), a evolução do próprio conceito de ‘participação’ sugere, hoje em dia, um espírito mais pacífico e de radicalismo menos evidente: «com um significado antigo e flutuante desde os anos 60 e 70, a ‘participação’ tornou-se vulnerável pela ameaça de um reducionismo semântico ou até pelas variações do discurso» (2007: 1). Tal como recorda Lance Bennett (2008), as plataformas de mediação de informação potenciadas pelos *softwares* sociais permitem níveis nunca antes observados na produção e distribuição de ideias, num debate público e em rede. Na verdade, a introdução da Internet e da *World Wide Web* permitiram novos espaços de iniciativa ao dispor dos cidadãos, onde a blogosfera ensaiou, de certo modo, uma era que facilitou a expressão individual a níveis micro e macro. A crescente democratização e (re)conhecimento destas plataformas pelas várias estruturas da sociedade, concretizadas em *weblogs*, *wikis* e redes sociais, possibilitaram a auscultação de novas vozes. Provavelmente algumas destas intervenções nunca encontraram, até então, espaços próprios para sair à rua 2.0, através de novos média que «iniciaram as suas jornadas, algumas delas motivadas por jornalistas, outras por amadores e outros ainda combinando as contribuições de amadores e profissionais. Por isso, verifica-se que o volume de informações produzidas, geridas, disseminadas e armazenadas tem crescido exponencialmente» (Carpentier, 2007: 7). Para além do cunho próprio das tecnologias avançadas de comunicação no final e dealbar do novo século, o desenvolvimento de uma ideia inclusiva de cidadania nos média, através da participação popular, acaba por ter lugar nas teorias da comunicação alternativas. Pelo menos esta é uma perspetiva defendida em estudos localizados pela América Latina, que relacionam o envolvimento cívico na esteira de uma revitalização da comunicação, democracia, esfera pública e mudança social (Huesca, 1996; Splichal & Wasko, 1992).

2.2 Contributos para uma tipologia da interação entre média e cidadãos

A intervenção dos média pode atuar no âmbito particular do destaque e distribuição do conhecimento socialmente entendível e codificável, desempenhando um papel de codificação dos temas, atores, protagonistas. Neste sentido, Schulz apelava à imperiosa necessidade de um agente de inspiração pragmática para sistematizar o estilo de vida cognitivo que impera no

mundo, uma «atitude natural que evoca um interesse pelo mundo de natureza pragmática e utilitária» (1976: 72). Ora, para tal conhecimento e confiança contribuem de sobremaneira as rotinas estabelecidas entre a atividade mediática e os indivíduos que, de forma direta ou indireta, acabam por se relacionar com essa esfera da vida social. No segmento de sistematizar as realidades do universo amplo relativo ao conceito de participação, umas das primeiras tentativas de estruturar a ideia de participação cívica dos cidadãos, ainda que tomada sob perspetiva genérica de intervenção no tecido social, terá sido apontada por Sherry Arnstein (1969), ao propor oito degraus da escada referente ao envolvimento das pessoas em assuntos de interesse público:

Organograma 2 – Níveis da escada da participação cívica, de Sherry Arnstein (1969).



Fonte: Arnstein (1969: 217).

Profundamente inspirada por um certo modelo político, atinente à atividade partidária, sindical e associativa, verificamos uma escada que transita desde um modelo inativo, de ‘não participação’, em que os cidadãos são manipulados e tratados através de uma terapia, até níveis de maior ativismo social, em que a intervenção cidadã passa pelo controlo das situações, a delegação do poder, ou o estabelecimento de parcerias. Entre estes dois patamares, o *tokenism*, evidencia um estado que procura dotar os indivíduos de uma falsa sensação de integração plena nas estruturas cívicas, onde a sua intervenção reside apenas de âmbito consultivo ou

informativo. Arnstein oferece pistas úteis para analisar a participação do ponto de vista de uma falsa ilusão interativa, em que os cidadãos apenas servem para uma função consultiva.

Tendo em conta este primeiro enquadramento da participação, de um ponto de vista genérico, concretizaremos neste momento o nosso olhar particular até à esfera mediática, a partir de uma proposta que envolve duas perspetivas distintas e complementares. Em termos macroconceptuais, e na linha do entendimento de Carpentier (2011), podemos sugerir dois níveis de envolvimento cívico nas estruturas mediáticas. A 'participação através/com os média' e a 'participação nos média' retomam aspetos sensíveis aos propostos por Wasko & Mosco (1992) sobre democratização nos e através dos média:

i. **'Participação através/com os média'**: remete para um conceito e uma prática que reportam à intervenção ativa do cidadão, através do acompanhamento da informação mediática sobre o rumo e a evolução de certos assuntos que tomam lugar na vida pública. Desta forma criam-se condições para o envolvimento e motivação no debate sobre esses temas, ao mesmo tempo que são divulgadas oportunidades e iniciativas relacionadas com esses assuntos. Neste sentido, esses recursos informáticos que vão sendo partilhados e adquiridos podem seduzir o cidadão à participação social, cultural, política ou noutra esfera da vida social. Deste modo, essa participação surge aparentemente motivada pelos média, que acabam por capacitar para o envolvimento das pessoas. De um modo genérico, este tipo de participação reveste-se de uma oportunidade participativa em vários espaços públicos da vida social, para os quais contribuirão decisivamente a informação promovida pela generalidade dos média;

ii. **'Participação nos média'**: este tipo de intervenção dos cidadãos depende inexoravelmente da vontade e disponibilidade dos média em recolher as contribuições dos leitores, ouvintes ou espectadores nas suas produções. Desta forma concorrem para este entendimento a criação de espaços especialmente vocacionados para promover a iniciativa dos cidadãos. Através de diversos formatos que possibilitam a inscrição efetiva dos contributos do público no discurso mediático, o cidadão dispõe da faculdade de intervir na vida dos próprios média, através do aplauso, da crítica ou sugestão, em modalidades que podem ir desde o simples *e-mail* ao diretor, à queixa ou ao protesto junto do Provedor, até à participação em espaços organizados permanente ou esporadicamente de análise e aconselhamento sobre assuntos pontuais ou de desenvolvimento estratégico.

Observemos um exemplo que pode atestar a aplicabilidade deste entendimento. A 11 de março de 2011, diversos movimentos na sociedade portuguesa, sobretudo de contestação à

política governamental, organizaram uma série de protestos em diversas localidades do país, naquela que foi conhecida como a ‘Manifestação da Geração à Rasca’. Ora, ao longo das semanas que antecederam o protesto generalizado, a generalidade dos média foi dando conta das movimentações que serviram de preparação às contestações, entrevistando os responsáveis pela ideia, conhecendo em pormenor as razões que a motivaram, entre outros aspetos. Na verdade, podemos sugerir que a participação cívica nessas manifestações de rua foi, em certa medida, proporcionada ‘através dos média’, uma vez que estes agentes capacitaram o público para a intervenção, através da informação. Por outro lado, a edição *online* do jornal PÚBLICO promoveu um espaço onde os leitores foram convidados a mostrar os motivos pelos quais iriam (ou não) marcar presença nas contestações, disponibilizando duas secções, onde o público explicou os argumentos de ambas posições. Deste modo, assistimos neste caso a uma ‘participação nos média’⁹⁶.

Ora, partindo da opção estratégica e metodológica de lidar com reflexões que se enquadram na ‘participação nos média’, desenhamos aqui um conjunto de contribuições que visam caracterizar este movimento relacional entre os média e os cidadãos. Reconhecendo que existem diversas áreas específicas onde os cidadãos podem efetivamente entrar em contacto com os jornalistas – como a do entretenimento/lúdica⁹⁷, a publicitária ou comercial – fixamo-nos, contudo, na esfera particular de interações que se desenvolvem em torno de formatos participativos, dinamizados, moderados ou de gestão eminentemente jornalística. Advertindo, desde logo, para uma observação que recai sobre a participação de âmbito ativo dos cidadãos nos média, consideramos que este conceito genérico de participação pode ser analisado através de diversos elementos que compõem o que designaremos por ‘componentes da participação dos cidadãos nos média’. Este esquema de possíveis etapas orientam o processo participativo uma natureza mecânica, tentando caracterizá-lo como se fosse uma espécie de ritual, tal como identifica o organograma 3:

⁹⁶ [<http://www.publico.pt/Sociedade/mario-cunha-por-que-e-que-vou-participar-no-protesto-da-geracao-a-rasca-1484397>, acedido em 11/03/2011].

⁹⁷ Passatempos, concursos, programas de entretenimento, prémios oferecidos mediante sorteio por inscrição telefónica, etc.

Organograma 3 – Componentes do momento participativo dos cidadãos nos média



Fonte: Elaboração própria.

Ao longo de diferentes passos, o modelo que aqui sugerimos procura explicar a um comportamento dinâmico e que se desenvolve diariamente no contexto das nossas reflexões, nomeadamente a partir das seguintes etapas:

i. **Iniciativa do contacto:** o primeiro momento participativo pode ser pensado na questão do acesso ao meio de comunicação jornalístico considerado. Para tal, teremos de recorrer a uma análise sobre a tomada de iniciativa do contacto, isto é, pensar a origem da interação e definir qual dos dois elementos procedeu primeiramente ao contacto, se o jornalista, se o cidadão. Neste sentido, esta interação pode decorrer de forma deliberada por parte de um destes elementos, no sentido de promover o início da abertura ao contacto⁹⁸. Discordante desta nomenclatura poderá estar Nico Carpentier que prefere abordar esta primeira etapa como uma questão relativa ao ‘acesso’, de acordo com uma tipologia baseada em três pontos: acesso às capacidades para lidar com a tecnologia, ao conteúdo considerado relevante e aos conteúdos produzidos pela organização mediática. Pateman (cit. em Carpentier, 2007) classifica a participação de ‘parcial’ e ‘total’. A primeira descreve o processo em que duas ou mais partes se

⁹⁸ Por exemplo, este contacto proporcionado pelos média pode ainda ser casual. São os casos típicos das testemunhas que entram na rota do discurso jornalístico em situações de acidentes, catástrofes, manifestações, ações de rua, etc. Deste modo, os cidadãos desempenham funções de atores, observadores, testemunhas relativamente aos assuntos tratados, a formatos típicos de *vox populi*. Neste caso, são os média que procuram, autonomamente, os cidadãos e pedem as suas contribuições, no contexto das suas próprias ambições e objetivos.

tentam influenciar mutuamente, embora o poder das decisões resida numa única dessas partes, enquanto a participação total determina o papel homogéneo de todos os intervenientes, nos termos do acesso aos tempos de participação e das decisões retiradas do confronto de ideias e problemas;

ii. Motivação para a participação: quer do ponto de vista dos média, quer dos cidadãos, o estabelecimento desta relação supõe uma determinada intenção que, tal como apontamos no apartado metodológico deste trabalho, importará conhecer e avaliar. Deste modo, consideramos que todo o movimento participativo precede de uma motivação;

iii. Domínio de competências técnicas e/ou tecnológicas: a participação só pode concretizar-se se o cidadão apresentar conhecimentos eficazes de contacto com os média, nomeadamente ao nível dos mecanismos para intervir por telefone, por correspondência postal, faculdades de ordem *online*, etc.;

iv. Enquadramento da participação do indivíduo: esta etapa determina se a participação do cidadão se inscreve de um ponto de vista meramente individual, contrastando com uma natureza grupal, em que o indivíduo intervém como membro de uma determinada comunidade de interesses para participar no jornalismo, como por exemplo sindicatos, associações e movimentos cívicos, clubes, partidos, etc. A propósito, Nico Carpentier (2011) e Held (1996) preferem distinguir entre participação e representação, sendo que o último destes termos surge novamente conotado por uma aceção política, em que se proporciona a participação de um cidadão de num determinado formato mediático, no entanto, essa intervenção apenas se deve a motivos de representação associativa, por exemplo;

v. Natureza do espaço participativo: esta dimensão refere-se ao formato específico que acolhe, dentro dos próprios média, a participação dos cidadãos. Em termos gerais, poderíamos apontar para uma dupla perspetiva neste ponto, ou seja, uma intervenção do público confinada ao espaço original daquela instituição mediática (rádio, televisão, imprensa e *online*) ou então às respetivas edições *online*, ao longo das diversas formas que um determinado órgão de comunicação social utiliza para promover a participação do público nessa vertente. Na verdade, este ponto contribuirá porventura para uma caracterização formal da participação, dentro do molde próprio ou no seu respetivo prolongamento *online*⁹⁹. Para além disso, estaremos atentos a

⁹⁹ Naturalmente para os média originalmente criados para o *online* apenas são considerados na primeira caracterização definida.

formatos participativos que decorrem exclusivamente nas páginas da Internet dos meios analisados e até das redes sociais.

vi. Expressão e modalidade participativa: sublinha-se aqui o tipo de contribuição específica que o cidadão ofereceu ao formato considerado e a forma como efetivou esse contacto. Neste sentido, o contributo do cidadão pode variar entre o comentário/opinião relativamente a uma determinada matéria, testemunho de uma situação, fonte ou detentor de informação privilegiada/exclusiva, carta dirigida à redação, entre outros. Para a concretização desse contributo, provavelmente o cidadão terá utilizado uma ou várias das seguintes modalidades: contacto telefónico (telefone, telemóvel, *fax*), correspondência postal (cartas à redação, ao Provedor ou a figuras em específico da organização), os ambientes *online*, relacionados com a Internet (*sites*, blogues, redes sociais, *e-mail*), a presença física do cidadão na redação ou outro local onde os média exercem atividade e, por último, a possibilidade de o indivíduo desenvolver um comportamento participativo noutra local (como são os exemplos das testemunhas de catástrofes naturais, entrevistadas em suas casas ou em locais perto de acidentes, situações imprevistas, etc.);

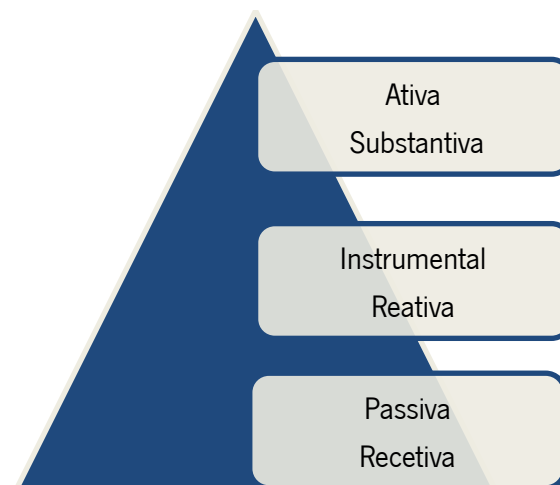
vii. Implicação no discurso mediático: a última etapa revela, em suma, a eficácia efetiva da contribuição do cidadão. Naturalmente a inscrição efetiva da voz do público no jornalismo (o que designamos por implicação ativa no discurso mediático) contrasta com situações em que as contribuições chegam igualmente aos circuitos mediáticos, mas, por uma série de motivos, acabam por não encontrar espaço no discurso jornalístico (o que nomeamos por implicação passiva no discurso mediático). Parece de certa forma plausível considerar que todas as contribuições pensadas pelos cidadãos para ocuparem um determinado espaço/tempo nos média se dedicam a cumprir essa função ativa.

Este modelo não sugere, porém, que as etapas a que se alude operem justamente segundo a lógica sequencial apresentada. Este esquema procurará apenas conferir alguma dinâmica a um momento participativo que aparentemente reporta realidades complexas de análise. Poderemos interpretar a aplicabilidade deste percurso recorrendo a um momento participativo em específico. Imagine-se a contribuição por telefone de um ouvinte que decidiu participar num dos habituais fóruns da rádio na parte da manhã: iniciativa do contacto (do ouvinte, embora em resposta a um espaço criado pelo meio de comunicação); motivação para a participação (por exemplo, da rádio, que pretende conhecer a opinião dos ouvintes sobre aquele tema em específico; do cidadão, mostrar o seu testemunho); domínio dos requisitos técnicos e

tecnológicos (cumpridos, uma vez que o cidadão conseguiu inscrever-se no programa utilizando os mecanismos adequados para tal); enquadramento da participação do indivíduo (individual, representa-se a si próprio); natureza do espaço participativo (no molde próprio de atuação daquele meio, isto é, uma participação na antena da rádio); expressão e modalidade participativa (comentário/opinião emitido(a) por telefone); implicação no discurso mediático (ativa, uma vez que o ouvinte dispôs claramente de espaço na antena da rádio para deixar o seu contributo). Hamilton (2003) sugere uma tipologia idêntica, em dois níveis de participação: 'unidimensional', que estuda os modos utilizados pelos média que permitem a entrada das contribuições dos cidadãos nas suas agendas discursivas, ao nível da natureza do conteúdo proporcionado (quem toma a iniciativa do contacto, o que trocam os média e os indivíduos), e a caracterização das audiências que se interessam em marcar presença nestes espaços mediático; 'multidimensional' que consolida «o reconhecimento de diversos modos de envolvimento, através de processos mediatizados, que são constituídos entre os média e os cidadãos. (...) uma conceção de participação variada, híbrida e, em muitos casos, que não se identifica como um estrutura de avaliação que mobiliza produtores e consumidores de produtos participativos» (2003: 297).

Contudo, parece-nos que faltará ainda refletir sobre a eventual intensidade da participação dos cidadãos nos média, no sentido do valor, da qualidade que a participação pode sugerir, como evidencia o seguinte organograma 4:

Organograma 4 – Níveis da intensidade da participação dos cidadãos nos média



Fonte: Elaboração própria.

Três pontos basilares podem orientar a forma como avaliamos a intensidade da intervenção do cidadão nos média. Numa perspetiva de uma participação residual, mínima e passiva encontramos, no fundo da pirâmide, todos os comportamentos que conduzem a uma ligação – glosando um termo que utilizaremos com outro detalhe no capítulo sobre a mobilização erótica para as ligações técnicas mediáticas – que pouco acrescenta teoricamente aos meios de comunicação, sendo este o exemplo clássico da receção passiva das mensagens mediáticas. Deste modo, podemos indicar a leitura de jornais na imprensa em papel ou *online*, ver televisão ou ouvir rádio, desprovidos de outras ações, como atos que representam um nível de participação mínima, uma vez que não sugerindo a introdução da voz do cidadão nessas produções, os mesmos agentes tomam parte no seu discurso ao nível da receção das suas mensagens. Pode ser entendida quase como uma participação indireta, ou seja, recebendo os conteúdos, eventualmente até na lógica de uma relação comercial de venda e compra, sem necessariamente interferir na agenda e discurso mediáticos¹⁰⁰.

Por outro lado, observamos a participação analisada de um ponto de vista meramente instrumental ou reativo, compreendendo o conjunto de ações que se relacionam com um simples retransmissão – ou como está muito em voga actualmente, a ‘partilha’ – de conteúdos dos média. Neste caso, as partilhas que se realizam no mundo *online*, entre a difusão de informação dos jornalistas a determinados contactos, votar em inquéritos ou sondagens, etc., convergem para uma ideia de participação fundamentalmente interessada numa reação rápida, quase instantânea por parte dos cidadãos, tratando-o quase como um algoritmo¹⁰¹.

Por fim no topo da pirâmide, o ponto que corresponde ao nível mais ativo por parte do cidadão, em que o seu contributo apresenta densidade própria e, em princípio, exige um esforço adicional ao facto de apenas retransmitir uma notícia pelas redes sociais ou votar num inquérito.

¹⁰⁰ Rosa Moreno (2006) refere que observar, ler e escutar constituem formas ativas de participação, mesmo que socialmente não se valorize exatamente estes vetores básicos para entender o envolvimento cívico e social.

¹⁰¹ São frequentes estes casos. No jornalismo *online* utiliza-se recorrentemente a figura das sondagens, em que diversos critérios científicos são facilmente contornados violados, para posteriormente, desenhar uma notícia com base na contribuição dos leitores. Repare-se na notícia do jornal desportivo madrilenho AS, com a seguinte notícia de destaque: «Los internautas de AS.com quieren un once con Llorente». A 27 de junho de 2012, precisamente o dia que culminou no jogo entre as seleções de futebol de Espanha e Portugal, referente ao campeonato da Europa de 2012 da modalidade, o jornal mostrava assim como pode ser aproveitada a participação dos cidadãos, questionando-lhes sobre o jogador mais adequado para preencher uma determinada posição na equipa castelhana. O diário afirma ter contabilizado quase 220 mil votações, mas a validade científica pode resultar ferida deste estudo, uma vez que o mesmo leitor poderia ter votado no inquérito, se tivesse recorrido a um registo de vários endereços eletrónicos, podendo exercer o voto por cada um deles. Naturalmente que desconhecendo se esta possibilidade foi efetivamente real, parece-nos um claro exemplo de como os dados podem ser manipulados e, por outra parte, os cidadãos são arrastados para formatos de expressão popular que os reduzem a números, dígitos, meros instrumentos de notícia. [http://futbol.as.com/futbol/2012/06/27/eurocopa/1340784373_305393.html. acedido em 27/06/2012].

Este nível obedece, por conseguinte, à interferência do indivíduo num determinado momento e espaço mediático, em formatos de opinião pública mais complexos e que lhe exigem um outro tipo de envolvimento. Podem ser os exemplos dos comentários *online* às notícias, os programas de auditório popular, as cartas do leitor, etc. Este último nível encerra uma questão particularmente difícil de responder taxativamente num plano teórico. A participação que se reveste desse esforço não significa que se assista à qualidade desse contributo, no pensamento, na formulação subjacentes. No entanto, poderá ser entendida como uma forma mais robusta de envolvimento nos média.

Apelando a uma designação diferente, Pinto & Sousa (2011) ensaiam algumas 'modalidades de participação', que poderiam eventualmente ser inscritas nestes níveis: passiva (a audiência é a instância última do percurso das mensagens); estratégica ou interessada (em que o cidadão anónimo é tornado espetáculo)¹⁰²; episódica ou também interessada (dimensão testemunhal, envio de conteúdos); qualificada (recurso a peritos, comentadores especializados)¹⁰³; institucional (conselho de opinião, interação com Provedores). Por outro lado, os investigadores sublinham as modalidades que residem no âmbito de uma intervenção motivada pelos cidadãos: passiva (seguir o que se passa; iniciativa completamente externa); em resposta a estímulos (consultas, votações, *feedbacks*); propositiva voluntária (propostas, sugestões, críticas, direito de resposta); com conteúdos (fotos, vídeos, textos, depoimentos, etc.); mobilização, promoção e/ou participação em iniciativas, tomadas de posição, debates¹⁰⁴.

Em síntese, definiremos, no nosso modo de ver, a 'participação dos cidadãos nos média' na sequência de dois pontos de vista: mecânico: um movimento ativo protagonizado pelo

¹⁰² Neste ponto, poderíamos sublinhar a função meramente instrumental do cidadão, aquilo que anteriormente Pinto & Sousa (2011) definiram como utilização estratégica ou interessada da participação, na ótica dos média. Rosa Moreno (2006) sublinhou por isso a participação como uma «técnica de *affair*», um interesse pontual pelo discurso do público apenas para preencher determinadas requisitos desenhados pelos média. Enli sugere, por outro lado, que os média pretendem demonstrar e reforçar uma imagem de credibilidade junto do público, promovendo espaços que contribuíam para a ideia de abertura à diversidade e pluralidade.

¹⁰³ Embora restritos a certas personalidades, podemos incluir aqui, por exemplo nesta aceção, o Conselho de opinião da RTP ou da RDP como espaços institucionalizados de participação na vida destes média.

¹⁰⁴ Este tipo de intervenções decorre no seio mediático, no entanto, recorrendo a alguns dos contributos de um trabalho de Manuel Pinto (2004) para o EACTV Project – *Facilitating Citizens e-Participation in Media Governance*, podemos eventualmente considerar um nível de participação por intermediação externa aos média isto é, uma forma indireta de intervenção nas estruturas mediáticas (aqui num âmbito mais genérico que envolve igualmente a publicidade, relações públicas, etc.) em que o cidadão contacta diretamente algumas instituições do espaço público no sentido de deixar críticas, sugestões, elogios ou contributos de outra ordem que posteriormente serão reencaminhadas para os órgãos de comunicação visadas. Neste caso e restringindo ao caso português., algumas dessas instituições poderiam ser: ACMedia - Associação Portuguesa de Consumidores dos Média; ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social; ATV – Associação de Telespectadores; Autoridade da Concorrência; Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM); Portal do Consumo; DECO; ICAP – Instituto Civil da Autodisciplina da Publicidade, entre outras.

cidadão que, motivado por uma deliberação própria ou correspondendo a uma solicitação expressa e direta por parte dos média, procura inscrever no espaço mediático uma determinada contribuição; substantivo, na medida em que este movimento da mesma ordem se presta a incluir na agenda discursiva dos média uma contribuição idealmente responsável, crítica, civilizada e com resultados positivos para o debate público. Ao longo deste modelo deixamos a nossa proposta para a avaliação de uma participação que possa ser mapeada em termos empíricos e que sirva eventualmente para destapar algum caos que possa surgir perante tantas formas de participar. Ora, este modelo acaba por se prestar a uma categorização da participação de um ponto de vista formal, ou seja, avalia a natureza metodológica dos comportamentos interativos, reduzindo-os à aplicabilidade da sua eventual inscrição no discurso mediático.

2.3 Das definições de 'participação nos média' aos recantos silenciados

A partir do posicionamento assumido de uma reflexão próxima da 'participação nos média', procuraremos neste ponto em particular algumas considerações teóricas que têm vindo a ser colocadas no sentido de definir este conceito. Desta forma, ocupamo-nos dos movimentos em que os sujeitos inscrevem a sua voz no discurso mediático, ao nível de contribuições que envolvem texto, imagem, vídeo, opinião, comentário em espaços desenhados para o efeito, etc. Tratamos, pois, das formas concebidas pelo jornalismo para permitir que o discurso mediático compreenda a colaboração dos cidadãos, através de uma motivação pessoal para participar ou pela sugestão ou pelo contacto realizado pelos próprios média. Tomado como perspetiva individual, mas com possibilidades de decorrência grupal, representa a ativação de um movimento de interação entre objetos sociais. A participação dos cidadãos nos média poderá, pois, ser interpretada como o processo que concretiza a transferência de matérias e significados do espaço privado para o público.

Nas entrevistas exploratórias deste trabalho existiu uma preocupação de perceber qual o posicionamento de algumas personalidades sobre o conceito de participação. Os jornalistas entrevistados abordaram este assunto de certo modo inspirados pelo terreno onde normalmente desenvolvem contactos com o público participante. Deste modo, Josep Capdevilla, mais próximo do *online*, destaca justamente o poder que as redes sociais desempenham no papel ativo da participação, comparando-as com um megafone que se dá às pessoas anónimas para expressarem as suas opiniões e comentarem algo do seu agrado. Por sua vez, Lídia Herédia

destaca que a participação remete para um poder que é atribuído momentaneamente pelos média num determinado espaço ou tempo, como por exemplo no seu programa de opinião pública *Banda Ampla*. Núria Llop, embora confessando alguma dificuldade em referir concretamente em que consiste este conceito, destaca os diferentes valores que certos comportamentos participativos induzem: «em princípio uma carta ao diretor ou um vídeo, uma fotografia de um leitor é uma coisa muito mais séria que um comentário. Esta participação é mais rigorosa. Um comentário, podemos dizer, ainda que fomenta a interação do utilizador com a nossa *web*, é muitas vezes uma coleção de opiniões». Do lado da academia, o professor catedrático Pere-Oriol Costa sugere uma reflexão um pouco mais elaborada, conotando a ideia de participação com uma certa elite, «de pequenos grupos interessados, intelectuais, ou então de gente que acredita que a participação não é a realidade de uma política ou da vida quotidiana». Neste sentido, o docente sublinha o caráter recente do conceito de participação, embora aponte para a ideia de uma comunidade que se reúne em torno de um assunto e interesse comuns, «como por exemplo a Wikipedia que se baseia no trabalho de várias pessoas, isto é, estes novos média que nascem na rede procuram legitimidade na participação das pessoas. É um tema interessante e penso que os próximos 20 anos vão continuar a ter êxito neste segmento».

Partindo do pressuposto atual de que a intervenção dos cidadãos no discurso mediático se afigura como uma realidade, a tarefa de auscultar as contribuições do público parece revestir-se de um certo caráter de inevitabilidade (Couceiro, 2009). Para Levenshus (2008), a função dos média não deve dissociar-se de uma devolução simbólica do microfone às pessoas. Por outro lado, entendida a partir de diversos ângulos de abordagem, o envolvimento social em torno dos meios orienta e estrutura diversas considerações nas reflexões e estudos da comunidade académica em comunicação. Para além da habitual conotação política no termo ‘participação’¹⁰⁵, podemos eventualmente sugerir que a dispersão deste conceito encontrou recetividade por outros domínios, desde o sindical, associativo, partidário, desportivo ou mediático, entre tantos outros. Esta aparente aplicação indiscriminada do sentido de ‘participar’, frequentemente

¹⁰⁵ Markus Miessen, teórico da arte, discorda desta ligação ontológica apontada por diversos autores. No *site* onde normalmente publica, o autor desresponsabilizou a participação de uma total vocação política, despidendo-a de quaisquer ligações com essa área. Ao invés, propõe a participação ativa por diversas plataformas, mantendo um interesse atento, mas sem manifestações de dedicação absoluta, intervindo mesmo quando não for solicitado, longe dos protocolos definidos. Ora, antevendo uma postura mais pró-ativa do indivíduo, o autor sugere a tentativa de promover «um intelecto criativo e que possa gerar mudanças». Este ativismo acaba por ser uma marca comum a outras ideias, tais como a manifestada por Kiwan, que considera a participação um comportamento decorrente da noção de cidadania ativa: «é uma interessante predisposição teórica: a participação é apresentada como um conceito em ebulição ou a ‘cola’ da cidadania que relaciona todos em diferentes componentes» (2007: 226).

desligada de uma reflexão séria sobre o seu valor e razão própria, converge em sintonia para o autêntico mar de definições que têm também sido propostas pelos investigadores em comunicação que se dedicam a estudar esta questão. Precisamente pelo facto de a participação não ser um «constructo monolítico» (Morrell, 1999), tentaremos demonstrar alguma diversidade de entendimentos sobre o que significa relacionar-se com os média e, por conseguinte, apresentar uma multiplicidade de perspetivas que, no fundo, apontam para uma ideia mínima de relação, interação, ligação.

Animado, na nossa ótica, pela interação dos cidadãos nos média, o conceito de participação flutua, de facto, por diversos mares (Laclau e Moffe, 1985). Consultando a definição simplista de um dicionário, constatamos que por 'participação' se entende o «ato ou efeito de participar. Aviso, parte, comunicação»¹⁰⁶. No radical do termo está o verbo participar, «dar parte a, avisar, comunicar, ter ou tomar parte. Ter natureza ou qualidades comuns a algum indivíduo»¹⁰⁷. Os significados apontados pelos dicionários denotam, de forma simplista, um certo apelo ao ato comunicativo, por um lado, e reconhecem um papel ativo do indivíduo, por outro. Em termos genéricos, Sherry Arnstein (1969) define na categoria de 'participação cívica' do seguinte modo:

«é a redistribuição do poder que permite aos cidadãos excluídos dos processos políticos e económicos deliberarem relativamente ao futuro (...) Em suma, representa os meios pelos quais eles [cidadãos] podem introduzir significativas reformas sociais que permitam a partilha de benefícios futuros na sociedade» (1969: 1).

Arnstein defendeu a ideia de participação como forma de manutenção de *status quo*, na medida em que os detentores das possibilidades de intervenção cívica se disponibilizam para considerarem todas as partes interessadas, num exercício democrático. O detalhe evocado com o *status quo* pode sugerir, aplicado aos dias de hoje, a tentativa de muitos órgãos de comunicação social, nomeadamente os jornalísticos, criarem uma determinada imagem mediática, suportada em diversos formatos dedicados à participação dos cidadãos. Contudo, Padilla *et al.* discordam da ideia de redistribuição do poder, de Arnstein:

¹⁰⁶ [<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=participa%C3%A7%C3%A3o>, acedido em 02/02/2010].

¹⁰⁷ [<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=participar>, acedido em 02/02/2010].

«a ideia de participação que se resume à distribuição de poder parece ser um pouco forçada. Primeiro de tudo, a natureza indefinida do poder, um tema complexo nas ciências sociais desde que Foucault sugeriu uma nova abordagem (Ibáñez, 1983), levanta algumas questões se o poder é efetivamente algo que possa ser partilhado. Na verdade, as questões do poder são centrais para a participação, mas para evitar uma certa ingenuidade neste tema – o que requer um trabalho conceptual de maior amplitude – preferimos sugerir uma noção genérica de participação relacionada com uma ideia de espaço» (2007: 9).

Para Padilla *et al.* existem três pontos fulcrais na definição deste conceito: a natureza, em que a participação é entendida como um «processo social, como um valor atribuído por certas pessoas, uma dimensão do clima organizacional, um instrumento de gestão, um direito legal, e uma forma de governo» (2007: 6); os objetivos, «como uma forma de corporizar a democracia na rotina diária, uma fonte de legitimar a autoridade, um espaço para promover níveis elevados de responsabilidade e decisão políticas, uma técnica para melhorar a performance e disseminar eficiência, um requisito para o desenvolvimento humano» (*ibidem*); um procedimento que «toma formas que variam desde a espontaneidade e os chamados ‘encontros informais’, ou até mesmo de modos mais estandardizados às formas mediatizadas» (*ibidem*).

Através de uma revisão bibliográfica, podemos constatar diversas leituras sobre as várias aceções do termo ‘participação mediática’, uma questão semelhante colocada no universo do conceito de cidadania. Ainda neste âmbito de definições, Kiwan acredita que se deveria incluir a questão da motivação na participação, até mesmo para o «desenvolvimento de um conceito de inclusão de cidadania» (2007: 228). Kiwan não desenvolve esta ideia que nos parece definitivamente crucial, uma vez que somos levados a crer que o fator ‘motivação’ será absolutamente decisivo para aferir os níveis de intervenção do público nos média. Com efeito, para Espen Ytterberg a participação consiste na «conjugação de um determinado conjunto de papéis dados pelo contexto de produção e pelas exigências do próprio formato» (2004: 678), enquanto Gunn Sara Enli sustenta que o conceito está inserido num «novo grupo de oportunidades de *feedback*, potenciados pela era digital» (2008: 106). A participação assume-se, desta forma, como uma estratégia que combina legitimidade na integração do público nas produções mediáticas com conotações positivas para a entidade que a promove (Enli, 2008). Neste sentido, a investigadora sugere, ainda que num tom de algum misticismo, que o público intervém nos média porque «necessita de percorrer a grande escada da cultura, de se deslocar das trevas para a luz» (2008: 114). Ora, justamente seguindo a ideia de relação, poderíamos a este propósito convocar o entendimento de Manuel Castells sobre os fluxos que orientam a vida

em sociedade: «não são só um elemento da organização social: são os processos que dominam a nossa vida económica, política e simbólica» (2005: 436). Em certo sentido, a afirmação que o autor enuncia no âmbito da sua tese sobre a sociedade em rede poderia ser expressiva não apenas dos movimentos que organizam a transmissão de informação, mas também dos movimentos que organizam as pessoas. Na verdade, também no que diz respeito à mobilidade dos indivíduos, o termo 'fluxo' condiz bem com um tempo em que a relação das pessoas com os espaços tende a ser cada vez mais desenraizada. É talvez aí que se situa o fundamento da proposta de Castells, segundo o qual ao 'espaço dos lugares' se sucede o 'espaço dos fluxos'.

Condição vista como essencial à integração sociopolítica, a participação apresenta-se como a chave de uma sociedade dita de informação, que apela à transição de uma assembleia de massas para uma comunidade de indivíduos comprometidos pessoalmente. O envolvimento dos cidadãos em determinadas esferas sociais, como a mediática, pode ser interpretado à luz deste último entendimento, tendo em conta uma certa mobilidade de vozes que se dividem pelos mais diversos formatos atualmente desenhados para promover a auscultação do público. Neste contexto paradigmático da atividade dos média, poderíamos convocar o entendimento de Michel Maffesoli. Para o sociólogo francês, o termo evoca uma certa plasticidade, retomando parte daquele que será o debate sobre a sua raiz primitiva: ««uma dessas 'ideias-chave' além da separação, de essência tecnológica, própria à tradição judaico-cristã, refere-se precisamente à participação, próxima de um senso místico do termo, de qualquer coisa que lhe dá sentido. Uma perspetiva holística que assinala o regresso de forças primitivas, um pouco tenebrosas» (2007: 104)». Neste *Lebenswelt* (mundo da vida), como o autor define, a participação emerge de uma comunidade que valoriza a componente sentimental, emocional, racionalizada, um pouco na linha do debate crítico e racional que Jürgen Habermas defendera em 1962. Para Maffesoli, parte dessas raízes encontra-se em «períodos que acentuavam o sentimento de pertença com os mitos, as pequenas histórias e os afetos partilhados como vetores comunitários». Recordando Émile Durkheim, o investigador destaca que «este processo de 'participação mágica' a uma entidade bem mais vasta, esta transcendência imanente favorece a união ao outro, à comunhão da alteridade, à integração do estranho, à incorporação de uma estranheza que se destaca por entre a realização de um ser coletivo» (2007: 109-110). A estrutura da participação, de *per se*, modificou-se justamente no terreno da moralidade, na ética do dever-ser, na medida em que se valoriza a crença, estabelecida *a priori*, de uma mentalidade de padroeiros que desejam sempre fazer o bem pelos outros. Para Maffesoli, este é, na verdade, um retrocesso ao um certo período

arcaico, na medida em que esta mentalidade sintetiza parte das ideologias colonialistas e de outras formas de imperialismo social ou político. Este comportamento deriva, em parte, da procura da perfeição, notabilizado por um forte sentido de responsabilização «repousando no fantasma de um: monoteísmo ou monoideísmo» (2007: 118). Não obstante os contributos da semiótica social, enquanto disciplina que analisa a reprodução dos significados que percorrem as mais variadas atividades da sociedade, encontramos outro tipo de reflexões sobre este tema no terreno da sociologia e da comunicação.

A relação entre os média e a participação assinala um dos pontos de confluência das relações entre a democracia, o poder, a política e, atualmente, com os produtores, profissionais de órgãos de comunicação social e cidadãos. Representa, na realidade, um entendimento vasto sobre o envolvimento social, concretizadas numa ideia de interação entre política e as culturas cívicas. Neste sentido, Barbrook entende que a participação não deverá ser entendida «à luz de um sentido unidirecional de maior ou menor diversidade, mas sim como uma de muitas tentativas para superar as contradições existentes entre a participação mediática e a democracia» (cit. em Hamilton, 2003: 297). Por seu turno, Denning (1990) defende a multiplicação de formatos participativos, tendo em vista a integração das audiências e alargamento do espaço público no discurso dos média. Participar significa, na esteira de Moreno (2006), o encontro das diferentes movimentações sociais e do conhecimento profissional, intimamente relacionada com atores individuais e coletivos, instalados nas esferas culturais e económicas: «é o mecanismo que conduz a nação, sem ignorar o Estado, mas antes falam para ele e com ele, de forma crítica e proactiva» (2006: 310). E é neste ponto que a investigadora critica a atitude dos média que preferem tratar as audiências como consumidores e não como cidadãos: «as mensagens e imagens [mediáticas] sugerem perceções e julgamentos subjetivos sobre os valores culturais de uma ou mais pessoas, permitindo assim a criação de zonas nebulosas entre as fronteiras do vernáculo e do acessório» (2006: 308).

Evelina Dagnino propõe, por seu turno, um conceito ‘despolitizado’ de participação, uma tentativa de abrir a intervenção das audiências nos média para «tratar questões tais como a desigualdade social e a pobreza» (2004: 102), na medida em que o envolvimento do público possa produzir alterações reais na vida das pessoas. Dagnino afirma que toda a participação se deve revestir de uma exigência moral, de propósitos claros para alcançar efeitos visíveis: «a própria ideia de ‘solidariedade’, a grande ‘bandeira’ dessa participação redefinida, é despida de seu significado político e coletivo, passando a apoiar-se no terreno privado da moral» (*ibidem*).

Susana Herrera Damas, que trabalhou ao nível dos programas dedicados à opinião pública na rádio, sugere que a participação consiste numa «fórmula participativa (...) realizada mediante a disposição de diversos dispositivos, através de um exercício de mediação profissional, facilitando o contacto e o intercâmbio provisório dos papéis de emissor e recetor» (2007: 171). Nesta rede de interesses e preocupações sociais que decorrem no palco privilegiado dos média, Wong recorda a perspetiva do Centro de Estudos Sociais e de Opinião Pública, da Universidade Nacional Autónoma do México, que define a participação como um pré-requisito do compromisso cívico, «uma disposição (...) relevante não tanto para prever tendências de voto, tal como uma chuva de sondagens poderia indicar, mas permitir uma noção pelas preocupações do outro, uma noção que as redes de coesão social constituem tornando o 'outro' em 'nós' (Putnam, cit. em Wong, 2007: 99)». Nas definições de participação que sublinham uma certa preocupação pela criação de uma comunidade de interesses comuns, talvez possa contribuir para a sua consolidação a emergência de uma certa 'cultura participativa', um termo caro a Henry Jenkins, especialista pelas questões relacionadas com esta questão. Jenkins sugere, assim a participação como pano de fundo de uma sociedade envolvida e comprometida através dos média:

«uma cultura com relativamente poucas barreiras para expressões artísticas e envolvimento cívico, um apoio imenso para a criação e partilha destas criações, alguns tipos de informações que os mais experientes passam aos mais novos e, também, aquela onde os membros acreditam que a sua contribuição importa, soma valor e o relaciona» (2006: 5).

A dificuldade na definição de participação coincide no pensamento de Nico Carpentier e Benjamin De Cleen (2008). Favoráveis a um posicionamento apologista da participação, os investigadores atribuem-lhe uma componente messiânica, como forma de salvação e proteção do mundo. Este ponto relaciona-se com a interpretação de Rosalía Winocur (2003), que acredita na participação como ato de intervenção pública para a denúncia da injustiça política e social: «uma ajuda mútua que abre um espaço fundamental de negociação que representa importantes possibilidades para a expansão da esfera pública» (2003:40). Por outro lado, para Padilla *et. al.*, «participação é melhor entendida como uma forma de relação entre objetos sociais, como um processo em que alguém se envolve em determinados temas e isto pode suceder em diversas

situações, especialmente porque existem muitas formas de tornar as pessoas parte de algo» (2007: 9).

Como enfatizam Padilla *et al.* (2007), as fronteiras normalmente desenhadas para definir este termo ignoram a ideia de participação como parte de uma matriz técnica mediática e empresarial, por exemplo, ou a necessidade de elaborar uma relação entre participação e organização, bem definida e comunicável. Por outro lado, os autores afirmam que as organizações desprezam o potencial das populações ao nível do conhecimento local e do valor acrescentado que podem proporcionar a essas instituições¹⁰⁸. No fundo, o conceito de participação sugere uma certa conectividade, embora os autores mostrem as suas reservas quanto à intervenção dos cidadãos ao nível da tomada de decisões de uma determinada organização, nomeadamente sobre a forma de gestão do seu *modus operandi*¹⁰⁹. Ledford & Lawler *et al.* (1994) defendem que as reflexões sobre este conceito desprezam os efeitos que o envolvimento em torno dos média pode provocar. A par de uma falta de perceção clara sobre os efeitos da participação dos cidadãos nos média, sobretudo no campo das decisões políticas e públicas, parece de outro modo evidente que não existem sinais que abordem o outro lado desta realidade, isto é, pouco se fez ainda para se perceber por que motivo(s) existe a não-participação. Compreender este assunto poderia converter-se num ponto particularmente interessante para aferir as representações sociais que desmotivam os indivíduos a não desenvolverem posturas ativas junto dos média, optando pela receção passiva.

Aliás, um dos riscos associados a uma cultura mediática pouco atenta ao cidadão pode relacionar-se com aquilo que autores como Manuel Pinto classificam por 'silêncio' da noite social, isto é, o ponto em que a pouca expressão do público nos média cristaliza uma esfera pública. Para tal, Pinto recordou uma mensagem do Papa Bento XVI de 2011, onde chamou a atenção para a necessidade de uma aprendizagem da forma como se pode comunicar, escutar, contemplar, incluindo uma abordagem sobre o silêncio «ativo dos que buscam a verdade, se

¹⁰⁸ Na atualidade este último ponto acaba por não ser exatamente rigoroso, uma vez que já existem projetos, especialmente no jornalismo, dedicados a atribuir ao cidadão a capacidade de denunciar as situações que consideram relevantes, de acordo com uma escala que varia do local a um âmbito nacional ou internacional. Alguns exemplos, como o jornal americano The New York Times (<http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2010/01/08/times-to-turn-over-local-brooklyn-blog-to-cuny-j-school/>) ou, a nível nacional o Jornal de Notícias (<http://www.jn.pt/CidadaoReporter/>) ou o Expresso (expresso.sapo.pt/cidadao-reporter=s23427).

¹⁰⁹ Neste contexto, João Carlos Correia pronunciou-se igualmente sobre esta questão, sublinhando que, não obstante a presença de novas e mais facilitadas condições de interação entre o jornalismo e os cidadãos, a tónica deverá, ainda assim, residir na «formação e educação que permita aos praticantes terem sensibilidade e conhecimento para as relações entre a comunicação e as instituições democráticas» (2002: 6).

interrogam, meditam e, por essa via, se colocam à escuta, procuram discernir o que vale a pena e faz sentido, dão espaço e tempo aos outros, aos que verdadeiramente nos questionam». Para o investigador, a compreensão das dimensões do ato comunicativo representa a revolução necessária dos dias de hoje, incitando à reflexão sobre os movimentos não-comunicativos, do que fica por dizer ou do não comentado¹¹⁰. Estes silêncios, entre palavras e realidades que ficam por iluminar, recordam as interpretações de autores como Hacking (1999), para quem o conceito de participação peca por frequentemente não perceber a complexidade do envolvimento cívico juntos dos média como uma matriz densa.

3. A 'Educação para os Média' no cruzamento com a participação

As investigações que se enquadram no âmbito das Ciências da Comunicação apresentam, na sua linha comum e num entendimento mínimo, formas de compreensão e análise do funcionamento das estruturas mediáticas. Por isso, poderíamos admitir que, de um ponto de vista transversal, a 'Educação para os Média' (EpM) se aplica à generalidade dos estudos académicos sobre comunicação. Embora esta disciplina não ocupe a exclusividade dos percursos teóricos e metodológicos de muitos desses trabalhos, a verdade é que os seus enquadramentos, resultados e conclusões, convergem para uma melhor compreensão sobre a forma de funcionamento dos meios de comunicação. Contudo, o interesse por esta área não se manifesta exclusivamente no âmbito académico e científico. A promoção de um espírito mais informativo, crítico e reflexivo sobre os média, por parte das audiências, assume-se como uma preocupação notória para entidades políticas europeias, como a Comissão Europeia. O modo como as pessoas se relacionam com os média, que engloba as suas representações sociais sobre o universo dos órgãos de comunicação social, relaciona-se com um comportamento mais pragmático, sintetizado nos movimentos interativos com os meios. A presente investigação pretenderá localizar onde reside o conceito de participação na generalidade de estudos relativos a esta área científica, tentando compreender os contributos para a defesa de uma cidadania participativa, onde os média desenvolvem um papel tido como central.

¹¹⁰ [<http://mediaserver.rr.pt/rr/others/76589600157fc4.pdf>, acedido em 14/05/2012].

3.1 Momentos de afirmação da Educação para os Média no panorama português e internacional

Aparentemente, os estudos contemporâneos em comunicação não têm estado ausentes do debate que vai ganhando forma sobre as temáticas que se relacionam com a Educação para os Média. Como tentaremos demonstrar, as manifestações de índole política foram decisivas para a consolidação dos esforços de investigação para refletir sobre esta área. Embora conheça um ritmo mais lento, o caso português observa importantes manifestações ao nível da academia e da ciência, que demonstram porventura um interesse na inclusão deste tema na agenda das preocupações do público, no sentido de formar para uma sociedade esclarecida sobre o papel dos média.

De acordo com algumas interpretações, os sinais que apontam para os princípios de reflexão sobre o papel dos órgãos de comunicação na sociedade terão coincidido com a popularização da imprensa escrita, nos inícios do século XX (Buckingham, 2001). Nesta circunstância, a inscrição das 'indústrias culturais', que promoveram a rápida difusão da arte popular, colocou em causa a cultura erudita, proporcionando uma abordagem da atividade e da arte comunicativa que suscitava o entretenimento das massas, privando-as de espaços onde pudessem elaborar os seus juízos críticos sobre a vida e a cultura em sociedade (Horkheimer & Adorno, 1947). Nesta época, os autores destacavam a pouca participação intelectual das pessoas no processo de interpretação da arte, tratada como um objeto, uma mercadoria, encorajadora de uma visão passiva do mundo, desprovida de esforço pessoal para compreender a experiência estética. Provavelmente inspirados pelas considerações destes autores, que resumiam no fundo algumas das considerações da Escola de Frankfurt que ambos fundaram, outros movimentos de âmbito académico, procuram dar amplitude a este campo novo de estudos. Para tal terá eventualmente contribuído o trabalho da Escola de Birmingham, mais tarde, em meados do século XX, ao questionar criticamente a cultura, num exercício reflexivo que se propunha a debater os fenómenos comunicacionais da sociedade da época. Alguns dos trabalhos publicados no âmbito desta corrente filosófica¹¹¹ contribuíram substancialmente para a emergência dos Estudos Culturais, uma área do conhecimento que observava a cultura como conjunto complexo e enredado das práticas sociais, que implicava a sociedade e as estruturas

¹¹¹Como *The uses of literacy* (1958), de Richard Hoggart, o fundador do Centro e seu primeiro diretor, *Culture and society* (1958), de Raymond Williams, e *The making for the english working class* (1963), de E. Thompson.

de poder político e social, contextualizada num momento social, económico, cultural, histórico, etc.¹¹²

Para Alexander Fedorov (2008) existem diversos momentos que contribuíram para a afirmação da EpM como disciplina autónoma do saber. O primeiro remonta à década de 1920 e ao território francês onde nasceu o cinema. Aqui teve lugar a primeira conferência de departamentos regionais para a educação cinematográfica, *Offices regionaux du cinema educateur*, em 1922, que alertou justamente para a promoção de uma educação dos jovens jornalistas para esta área. Posteriormente, surgiram os primeiros jornais nas escolas secundárias, nos liceus e nas universidades francesas. A Liga Francesa impulsionou, em 1936, o movimento ‘Cinema e Jovens’, em que as crianças participavam em discussões amplas sobre filmes, desenvolvendo o pensamento crítico, o gosto pela arte ou a competência criativa (Fedorov, 2008). Tal como o autor sugere, outros países adotaram também posturas semelhantes. No Reino Unido, o Instituto Britânico do Cinema conhece a luz do dia em 1933, proporcionando seminários, conferências, ações de formação junto de professores, além de incentivarem à investigação académica e publicação de artigos e manuais. A ‘era do sentido estético’, como o autor explica, caracteriza-se pela renovada aposta, em França, em iniciativas relativas à difusão do pensamento crítico sobre os meios, aproveitando o sucesso das rádios e televisões entretanto surgidas naquele país. Um dos dinamizadores de várias iniciativas foi o pedagogo Célestin Freinet, responsável por atribuir ao cinema e à fotografia uma função que ultrapassava o entretenimento e a aprendizagem, como áreas importantes para o pensamento e a expressão individual. Esta situação decorreu igualmente da introdução no mercado de câmaras de filmar de baixo custo, com possibilidade de gravação e que incentivavam amadores a criarem as suas próprias histórias. Enquanto os franceses iniciavam o ‘cinema de autor’, em Inglaterra criava-se o conceito de ‘educação para os ecrãs’, que se preocupava em analisar os significados emitidos pelo cinema e televisão. Nos EUA, o foco dirigia-se para a imprensa, em ações de formação mais restritas, sobretudo em contexto de redações jornalísticas, como sucedeu no Ohio (Fedorov, 2008).

Fedorov sublinha a transição de uma cultura atenta às mensagens veiculadas pela imprensa e pelo cinema para um sentido mais largo, que envolveria a inscrição de outros média, sobretudo nas décadas de 70 e 80. A rádio e a publicidade passam a recolher idênticas observações críticas, na antecâmara da aposta em definitivo pela UNESCO, a partir de 1970,

¹¹² [[http://www.infopedia.pt/\\$escola-de-birmingham](http://www.infopedia.pt/$escola-de-birmingham), acedido em 09/11/2012].

pela educação cívica em torno dos média. Nesta altura e particularmente influenciado pelo investigador francês Jean Goussier, o Ministério da Educação daquele país cria o primeiro centro de Educação para os Média, em 1982, procurando desenvolver o pensamento crítico de professores e alunos baseado em diversas fontes mediáticas, responsabilizar a sociedade por uma cultura participativa, promover a tolerância junto de opiniões contrárias e diversas e, ainda, dirimir o espaço isolado entre a escola e os média. Por último, a partir da década de 90, Fedorov considera que a EpM entrou na procura por novos domínios, o que decorre de novas formas de expressão da linguagem, potenciados pela crescente democratização do acesso à Internet e do arrastamento para a *web* dos média tradicionais. Em 1978 surge aquela que reclama ser a mais atinga associação do mundo de EpM, a Ontario Association for Media Literacy. Em 1989 esta associação elabora o guia *Media Literacy Resource Guide*, sobre a intenção de promover uma compreensão e uso dos média, auxiliando os alunos a refletir «acerca da natureza dos meios, das técnicas que usam e o impacto destas técnicas. O seu objetivo é também desenvolver a capacidade dos estudantes para criar produtos mediáticos»¹¹³.

A trajetória genérica a que aludimos não poderá ignorar o facto de, nos inícios da sua afirmação, a comunidade académica e certas classes intelectuais defenderem uma postura de vigilância junto dos meios de comunicação, sobretudo na formulação de juízos negativos sobre as mensagens mediáticas. Para determinados grupos, os média seriam uma forma dissimulada de inoculação de valores perversos na sociedade. Este sentimento inicial de manutenção de reservas quanto ao valor do jornalismo da época inaugurou, de certo modo, tempos mais austeros e rigorosos quanto à necessidade de mediadores de informação e conteúdos na sociedade. Neste sentido, começa a despertar o sentimento de um certo combate às mensagens mediáticas, de profunda desconfiança. Em linha com o que defende Fantin (2011), os média eram considerados irrelevantes e ignorados pelos professores. Contudo, tal como sugere Mastermann (1997), a descrença teve de conviver, ironicamente, com a crescente popularidade que a imprensa viria a recolher no tecido social, conduzindo a paulatinas e progressivas alterações de paradigma, de abandono das reservas naturais quanto às mensagens mediáticas. Entre 1930 e 1960, nas sociedades britânica e norte-americana, existia uma forte convicção da importância de proteger os cidadãos dos conteúdos mediáticos, temendo os governos que as audiências fossem facilmente manipuladas, conduzindo-as à revolta e à desordem social,

¹¹³ [http://depts.washington.edu/nwmedia/sections/nw_center/curriculum_docs/teach_combine.pdf, acedido em 11/11/2012].

contrariando uma orientação protecionista que diversos regimes políticos adotaram (Fantin, 2011; Rivoltella, 1997). Esta lenta transformação, meramente inscrita nas representações sociais dominantes, começa a ganhar fulgor ao longo das primeiras três décadas do século XX, pelo que a resistência cultural à recepção mediática se foi esbatendo (Mastermann, 1997).

Com efeito, esta tentativa de proteção não iria prevalecer por muito tempo. Como já sublinhámos, a partir da década de 60, provavelmente inspirados por algumas das orientações de uma Escola de Frankfurt bastante acintosa relativamente às mensagens mediatizadas, começou a pensar-se numa abordagem que pudesse atribuir aos cidadãos a capacidade de olharem os meios de comunicação com outras lentes, de forma mais crítica, no sentido de criarem uma opinião mais construtiva sobre o tipo de espaço público que os média criavam, paralelamente a uma conceção que atribuía ao sujeito a possibilidade de refletir autonomamente. Tal como já observámos, o cinema foi uma das áreas mais privilegiadas, sobretudo através da proliferação de cursos em universidades que procuravam formar profissionais nesta área, e com algumas experiências fora do âmbito académico, com associações e movimentos culturais, cineclubes (Fantin, 2011). Nesta nova etapa, a capacidade crítica sistematizava a intenção de desconstruir as mensagens mediáticas, transmitindo processos de interpretação das mensagens e imagens veiculadas ao público. Como refere Mastermann (1997), o debate alargado sobre a propriedade e o controlo dos meios, os processos de produção, entre outros temas, contribuiu para uma compreensão social mais nítida sobre os média, favorecendo estratégias de *marketing*, vendas, distribuição e audiências. A resistência a um contexto marcado pela influência asfixiante de certos regimes ditatoriais, como na América do Sul, resultou que certas instituições mediáticas adotassem um comportamento mais transparente com os seus públicos (Fantin, 2011).

Retomando uma linha de pensamento inicial, parece claro que o início de uma nova cultura que se instalava nos princípios do século XX, profundamente marcada pela emancipação dos meios de comunicação social, causou algum mal-estar em alguns setores sociais. Neste contexto, muitas vezes se levantaram contra atividades consideradas inúteis do ponto de vista da melhoria da sociedade. Neste caso estava a imprensa, ao sofrer de perto a descrença daqueles que não lhe auguravam um futuro propriamente auspicioso. Esta situação relembra uma afirmação de Manuel Pinto, ao lembrar que «vistas estas questões de uma perspetiva histórica, importa sublinhar que a relação entre as tecnologias e a educação teve quase sempre um lado tenso, polarizado entre aqueles que tendem a tomá-las como panaceia ou via para a redenção

da humanidade e aqueles que em torno delas – ou por causa delas - vaticinam a decadência ou o caos para a mesma humanidade» (2002: 5). Com efeito, o investigador recua ainda mais no tempo para explicar este argumento, na medida em que já na obra *Fedro*, de Platão, se destaca o empobrecimento que a invenção da escrita traria para a humanidade, desviando as pessoas para circuitos exteriores aos da sabedoria:

«em torno das imagens - desde pelo menos a alta Idade Média; em torno do livro e da imprensa em geral - na era gutenberguiana; do cinema, da rádio e da televisão - já mais próximo de nós; do computador, dos jogos vídeo e da Internet - nos dias de hoje, desenvolveu-se um fenómeno recorrente que, no plano discursivo, alertava para os riscos e consequências maléficas que adviriam da difusão de cada novo meio de comunicação» (*ibidem*).

Na verdade, estes receios e perspectivas apocalíticas acompanharam a inscrição de cada modalidade do jornalismo nas sociedades, ao longo da história. Aliás, não deixa de ser curioso verificar como todas essas formas de mediação jornalística se viram enredadas numa imensa teia de incertezas, presságios de extinção, desvalorizações. Com efeito, depois da imprensa, a rádio acabaria por surgir e ser posteriormente colocada em causa a sua existência depois da chegada da televisão. Ora, na atualidade, a discussão chegou à Internet, nos termos de uma substituição do meio televisivo pelos circuitos *online*, acompanhados dos ‘riscos’ e ‘oportunidades’, um dos binómios mais utilizados para iluminar boa parte das reflexões que se debruçam nesta área. Receios e mitos considerados, será porventura entender-se que o desenvolvimento da imprensa tentou contribuir, de algum modo, para denunciar os baixos níveis de literacia da época. Ao estabelecer um paralelismo com a atualidade, Silverstone (2004) sublinhava que, se a literacia típica do século XIX se baseava nas competências do texto escrito, hoje será provavelmente mais imperioso pensar numa literacia ‘*mass-mediada*’, de inspiração eletrónica fundamentalmente, não se satisfazendo apenas com o domínio de certas competências consideradas como ‘básicas’ para a vida quotidiana ocidental. Para além da compreensão elementar do alfabeto, sugere-se igualmente a adoção de uma perspectiva crítica relativamente às estruturas de mediação que compõem parte indelével da convivência social. Esta passagem de um modelo social que atribui ao cidadão uma responsabilidade – teórica – mais ativa e dinâmica na compreensão das mensagens mediáticas acaba por ser uma rutura importante com o passado, podendo ser observada com otimismo, mas que requer alguns níveis

de análise, como por exemplo no trabalho realizado pelos órgãos de comunicação na disseminação destas problemáticas.

No âmbito das perceções políticas, houve igualmente movimentações interessantes. A Declaração de Grünwald, em 1982, é ainda hoje reconhecida como um momento decisivo de posições firmes no compromisso de uma sociedade democrática atenta e crítica ao funcionamento dos média¹¹⁴. Neste sentido, o texto apela a uma convivência saudável entre os média e os cidadãos, rejeitando a ideia inicial de inoculação ou maléfica dos meios¹¹⁵. Por outro lado, os investigadores responderam ao desafio de definir o conceito de EpM, nos termos de um conhecimento amplo de «um conjunto amplo de média, incluindo imagem em movimento (cinema, televisão, vídeo), a rádio ou música gravada, a imprensa (particularmente jornais e revistas), e das novas tecnologias digitais de comunicação» (Buckingham, 2001: 2)¹¹⁶. Em termos de competências que procura dotar junto dos cidadãos, esta disciplina procura desenvolver uma compreensão crítica e participativa ativa, possibilitando a capacitação dos mais novos para interpretar e criar opiniões fundamentadas enquanto consumidores dos média (Pinto, 2003; Buckingham, 2001).

A Declaração de Grünwald não surgiu descontextualizada do panorama mediático e social que vigorava na Europa dos anos 80. Reconhecendo o desenvolvimento das condições técnicas e tecnológicas em que os média operavam, sobretudo com a multiplicação de canais televisivos privados, dos computadores e o advento da Internet, estavam dados os primeiros passos para a consolidação de uma era eletrónica mediática, ambiciosa por alcançar uma expansão globalizante, tal como lhe atribuímos hoje. Aproveitando a emergência dos fluxos comerciais e económicos como rotinas dominantes da sociedade ocidental, dando origem ao declínio da primazia e domínio absolutista dos serviços públicos de média, começou igualmente por surgir uma assinalável proliferação de canais e plataformas privadas para trabalhar em comunicação social. Tal como adverte Buckingham (2001), a fragmentação e individualização começam a tomar parte de uma sociedade onde as tradições perdem progressivamente o seu

¹¹⁴ A publicação deste documento realizou-se após um encontro na Alemanha, promovido pela UNESCO, onde vários especialistas em comunicação, política e educação se reuniram para consolidar determinados princípios orientadores da EpM.

¹¹⁵ Como sugere David Buckingham (2001), com este documento inicia-se, de certo modo, uma cidadania moderna.

¹¹⁶ De um ponto de vista teórico-metodológico, Buckingham considera que se relaciona com a aprendizagem e ensino sobre o funcionamento genérico e particular sobre os média, alertando para a necessidade de não se confundir com um ensino através dos média, em que a utilização da televisão e dos computadores servem de base ao processo de formação específica em áreas do saber como as ciências naturais ou a história, numa aceção do termo que induz a um uso instrumental dos média como meros auxiliares técnicos (2001).

peso. Os média aproveitaram esta segmentação das audiências para a promoção de estilos de vida alternativos, individuais, autónomos.

Duas décadas após este documento ter conhecido a luz do dia, outros encontros foram-lhe consequentes e continuaram a dar-lhe extensão, marcando as preocupações de profissionais dos média, investigadores e políticos, entre outros, firmes na defesa de uma discussão aberta e ampla do sentido e pertinência da EpM. Foram os casos das reuniões realizadas na cidade francesa de Toulouse, em 1990, palco da conferência *New Directions in Media Education*, ou então em Paris (1997), além dos mais recentes em Viena e Sidney, ambos em 2000¹¹⁷. O encontro realizado em Praga, no final do verão de 2003, que reuniu especialistas de 23 países, de todos os continentes, propôs um conjunto de recomendações assentes numa ideia de literacia da informação. Na Declaração de Praga apelava-se para a criação de uma sociedade de informação vital para o desenvolvimento das nações, ao nível cultural, social e económico, onde o conhecimento e a informação pudessem tornar-se em preocupações fulcrais dos governos. O documento colocava ainda em foco a literacia da informação como uma capacidade de identificar, localizar, avaliar, organizar e criar eficazmente conteúdos, que servissem de preparação à entrada do cidadão numa sociedade global. Dois anos depois, em Alexandria, no Egito, o documento *The Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning*¹¹⁸ sugeria a «manutenção de uma vida longa, envolvendo os cidadãos em todos os passos da sociedade (...) É um direito humano básico neste mundo digital que promove uma inclusão social de todas as nações»¹¹⁹.

Em 2007, a Agenda da UNESCO Paris voltaria a reunir especialistas para sistematizar ao longo do documento *Twelve Recommendation for M and IL (Media Education)* as principais linhas de ação, nos termos de um desenvolvimento da compreensão social sobre a literacia da informação e dos média, em todos os patamares educativos. Provavelmente o ponto mais inovador terá residido na insistência numa formação dos professores e dos agentes sociais, para os quais devem contribuir de sobremaneira os resultados das redes de investigação que se formam nos vários círculos académicos e empresariais. Estes pontos haveriam de ser retomados no debate realizado na XXXV Assembleia-Geral da UNESCO, em 2009. Nesse mesmo ano,

¹¹⁷ Veja-se o documento intitulado *Towards an Information Literate Society*. [http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19636&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, acedido em 25/06/2012].

¹¹⁸ [<http://mil.unaoc.org/the-alexandria-proclamation-on-information-literacy-and-lifelong-learning-2005/>, acedido em 25/06/2012].

¹¹⁹ Justamente nesta matéria, recordemos o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos: «todos têm o direito de liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de defender opiniões sem interferências, procurando receber e partilhar informação e ideias através de qualquer média e independentemente das fronteiras».

resultado de um conjunto de várias parcerias, a EAVI (Associação Europeia para os Interesses dos Telespectadores) reuniu-se com académicos, políticos, investigadores, para debater os níveis de literacia e a necessidade de quantificá-los. Por isso, o documento que resulta desse encontro que decorreu em Madrid procura sistematizar algumas reflexões sobre o ecossistema mediático europeu, nos seus mais diversos contextos, o papel que as universidades e instituições sociais têm na promoção destas questões, entre tantos outros pontos¹²⁰. A construção de um ambiente social atento a estas questões beneficiou igualmente com o desenvolvimento de centros de investigação ligados a estas temáticas, como são os casos do International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, um organismo da UNESCO, ou do CLEMI, em França, entre tantos outros¹²¹.

Porém, a atualidade presta-se a conferir outros dados para um entendimento concreto sobre as areias movediças por onde percorrem as práticas e as ideologias decorrentes da EpM. No início do novo milénio, perspectivas da chegada de uma nova ordem mundial aterravam no discurso sobre o papel dos média na sociedade (Pereira, 2000). Durante os anos 90, a preocupação por uma literacia que se afastasse gradualmente dos textos escritos começou a dominar o contexto educativo e até da investigação em comunicação (Hague & Williamson, 2009). Contudo, o mais evidente terá sido, nessa época, a imposição da globalização como fenómeno político, económico, tecnológico e cultural, profundamente influenciado pelo progresso nos sistemas de comunicação. Esta nova ordem mediática permitira a troca de conteúdos, informações, sons e imagens de pessoas de todos os cantos do mundo (Pereira, 2000). A edificação desta ordem ideológica seguiu os argumentos favoráveis a uma comunidade vigilante sobre os meios de comunicação, como forma de assegurar a sua existência e manutenção (Bustamante & Aranguren, 2005). A investigação surge neste contexto como a alavanca essencial para denunciar as perversidades dos órgãos de comunicação social, promovendo a reflexão crítica e sistemática sobre as suas mensagens.

Num contexto em que «a mensagem se recebe e se volta a emitir de uma maneira instantânea e, sem qualquer dúvida, com a particularidade de estar na *net*, ou seja, interligados

¹²⁰ Algumas reuniões importantes decorreram entre os anos aqui assinalados. De Riad, em 2007, a Bangkok, o trabalho foi evoluindo continuamente, com destaque para a capital tailandesa que acolheu dois encontros, em 2008 (*Towards Information and Media Indicators*) e 2010 (*Draft Global Framework of MIL Indicators*).

¹²¹ Durante este período, a publicação de materiais por parte da UNESCO conheceu um forte impulso, com foco específico nas práticas de literacia mediática e da informática em grupos específicos, como por exemplo, *Guidelines for Broadcasters on Promoting User-Generated content and MIL* (2009), *Media and information literacy curriculum for teachers* (2011), *Series of regional training of trainer workshops and consultation for Southern Africa, Latin America and Caribbean and Southern Asia* (2011), entre outros.

com pessoas vindas de experiências tão paradoxais» (Amar, 2010: 115), as práticas quotidianas e de cidadania não escapam a esta tendência crescente. Repare-se que, desde 2007, Portugal vem consolidando um lugar de destaque no que toca ao *ranking* da sofisticação dos serviços prestados *online*. Na altura, Portugal passou da 11^a para a quarta posição, tendo apenas à sua frente Malta, Eslovénia e Áustria, país que liderava também esta lista¹²². Esta situação serve de mote para pontuarmos, no caso português, alguns momentos que demonstram o recente interesse que este campo de estudos tem vindo a reunir em diversas áreas da vida social. Contrariando um certo marasmo evidenciado durante décadas, pode afirmar-se que o cenário português, no que toca à disseminação da EpM como matéria integrante da vida política, académica e social, parece definitivamente tomar um caminho mais otimista. Para tal concorrem eventualmente diversos acontecimentos que têm vindo a ocupar o espaço nacional com particular insistência a partir dos finais da primeira década do século XXI.

Na verdade, Portugal não conseguiu afastar-se de uma certa tendência internacional. De acordo com Paula Lopes (2011), nos anos 60 do século XX os tímidos sinais de uma EpM residiam sobretudo na utilização dos média para atividades educativas, nomeadamente após a fundação do Centro de Pedagogia Audiovisual (1963) e do Instituto de Meios Audiovisuais no Ensino (1964). Tal como sugerem Pinto *et al.* (2011), a partir dos anos 60, criam-se igualmente os cursos de Iniciação Cinematográfica e de Cultura pela Imagem de José Vieira Marques, orientados para uma formação do espectador em detrimento de uma educação de índole profissional ou técnica no meio cinematográfico. Algumas iniciativas surgiram ainda no âmbito académico e político, aliadas a experiências em contexto escolar. Um desses casos foi o Projeto Minerva, lançado pelo Ministério da Educação em 1985 para proporcionar a introdução, de forma racionalizada, de dispositivos informáticos no ensino não superior, comportando uma dinâmica permanente entre as atividades ensaiadas nesses contextos (Pereira, 2012; Lopes, 2011). Um ano depois surge a campanha *Ler Jornais É Saber Mais*, coordenada por Viriato Soromenho Marques, procurando sensibilizar para o papel da imprensa junto de alunos do ensino secundário. Nos anos seguintes, entre 1987 e 1988, a reforma educativa entra em cena para definir conceptualmente a relação entre educação e média, permitindo a criação do Instituto de Inovação Institucional¹²³, um organismo que passa a tutelar a política educacional em

¹²² [<http://economico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/nacional/economia/pt/desarrollo/1037870.html>, acedido em 01/06/2012].

¹²³ Maria Emília Brederode Santos presidiu a este instituto entre 1997 até à sua extinção, em 2002. Durante a sua vigência, várias medidas foram tomadas, entre uma rede nacional de escolas com atividade nesta área, projetos no

geral e pela área da EpM em particular (Lopes, 2011). A década de 1980 parece, neste sentido, ter sido particularmente ativa neste domínio, com o projeto *Escola Cultural*, de Manuel Ferreira Patrício, docente da Universidade de Évora, que propôs a criação de clubes de comunicação no seio das escolas. Em 1988, a Universidade do Minho adota a designação de ‘educação para a comunicação social’ nos seus currículos, resultando, na década seguinte, ao aparecimento de investigadores interessados nesta temática, também na Universidade do Minho, de Aveiro, de Coimbra, de Lisboa ou do Algarve (Pinto *et al.* 2011). Nesta altura, nasce o projeto ‘PÚBLICO na Escola’, em 1989, uma iniciativa que incentivava a dinamização da EpM em contexto formativo, através de um concurso de jornais escolares. Em termos de documentos legais que regulamentam a introdução da educação para a cidadania no currículo nacional, uma das formas como a política tem entendida a EpM, torna-se factual apenas em 2001, com o Decreto-Lei 6/2001, de 18 de janeiro, no artigo 5º:

«formação cívica, espaço privilegiado para o desenvolvimento da educação para a cidadania, visando o desenvolvimento da consciência cívica dos alunos como elemento fundamental no processo de formação de cidadãos responsáveis, críticos, ativos e intervenientes, com recurso, nomeadamente, ao intercâmbio de experiências vividas pelos alunos e à sua participação, individual e coletiva, na vida da turma, da escola e da comunidade» (Lopes, 2011: 16).

Como refere a investigadora, só em 2008 o Ministério da Educação assume a necessidade de trabalhar melhor esta vertente da educação cívica, através do Despacho n.º 19308/2008, de 8 de julho de 2008, n.º 10: «ao longo do ensino básico, em área de projeto e em formação cívica devem ser desenvolvidas competências nos seguintes domínios: (...) j) Educação para os média»¹²⁴.

Contudo, parece ter sido a comunidade académica a tomar pulso neste percurso titubeante e, a partir de 2009, deu início a uma série de acontecimentos marcantes para esta área. Para tal é criado neste mesmo ano um grupo informal sobre literacia mediática e a

âmbito de concurso Inovar Educando, Educar Inovando, a celebração da Semana dos Média na Escola, etc. (Lopes, 2011).

¹²⁴ Lopes sublinha ainda outros projetos de interesse neste ponto: a nível público, a iniciativa e-Escolinhas, parceria do Governo português com as principais empresas privadas do setor das telecomunicações; o projeto Juventude – Cinema – Escola, da Direção Regional de Educação do Algarve; o projeto DADUS, fruto de parceria firmada entre o Ministério da Educação e a Comissão Nacional de Proteção de Dados; o projeto Educação para a Cidadania, da Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular; e os projetos EDUCAMedia e Aprender a Ver Cinema, que envolveram estabelecimentos de ensino da Região Autónoma da Madeira. A nível privado, destacam-se a iniciativa Literacia Digital da Microsoft Portugal; o projeto Cinema para as Escolas, do Cineclube de Viseu; o projeto Miúdos Seguros na Net, de Tito de Moraes; e o Animatropé – Oficina de Animação, *software* criado por Sérgio Nogueira.

sociedade da informação¹²⁵, aproveitando a experiência de responsáveis da política, academia, instituições públicas de educação, entre outras, um momento importante para o conjunto de iniciativas que decorreriam após a sua fundação. Uma das primeiras consistiu na atribuição ao Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho, da realização de um congresso sobre literacia mediática, que pudesse ser um primeiro encontro entre as diferentes estruturas sociais portuguesas cujas rotinas de trabalho diárias se aproximam destas temáticas. Assim, teve lugar o congresso «Literacia, Média e Cidadania», entre 25 e 26 de março de 2011, na referida instituição de ensino superior, reunindo cerca de 300 interessados, entre investigadores, alunos, docentes dos ensinos básico e secundário, membros de bibliotecas, clubes de cinema, jornalistas, entre outros grupos. O evento recolheu uma aceitação generalizada e durante uns dias gozou de alguns ecos nos órgãos de comunicação social. No congresso interveio o então Ministro dos Assuntos Parlamentares do XVIII Governo Constitucional português, Jorge Lação, que ratificou o documento síntese do encontro, a ‘Declaração de Braga’, que contém as principais preocupações manifestadas pelos participantes naquele evento¹²⁶. Ao longo de três páginas ficaram expressas algumas estratégias relativas ao exercício de um esclarecimento crítico e fundamentado sobre o papel dos média na sociedade contemporânea. Procura-se igualmente «estabelecer pontes entre os investigadores do campo dos média e as escolas através de sessões, produtos editoriais e outros, que possibilitem a socialização e o debate dos resultados das pesquisas», para além de se apostar no reforço da formação de professores, formadores e animadores que permitam suscitar a reflexão e o debate dos cidadãos e das instituições sobre os média que existem no nosso país. O documento faz igualmente referência à «produção de recursos para apoio à EpM, recorrendo à riqueza das experiências já desenvolvidas quer no país quer no estrangeiro e tirando partido, sempre que possível dos conteúdos difundidos pelos meios de comunicação»¹²⁷.

¹²⁵ Composto pela Comissão Nacional da UNESCO, o Conselho Nacional da Educação, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), o Gabinete para os Meios de Comunicação Social, o Ministério da Educação, a Agência para a Sociedade do Conhecimento e, por fim, o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho.

¹²⁶ Disponível em:

[<http://literaciamediatica.pt/congresso/download.php?info=YTozOntzOjU6ImFjY2FvltzOjg6ImRvd25sb2FkljtzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM4OjltZWpYS9maWNNoZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lZl1LnBkZil7czo2Oj0aXR1bG8iO3M6OToiZGVjX2JyYWdhlt9>].

¹²⁷ Como a obra de 2011 '25 + UM: Agenda de Atividades de Educação para os Média' (Orgs Sara Pereira, Luís Pereira e Vítor Tomé), uma obra que elabora atividades que coloquem em confronto reflexões sobre o papel dos jornais na vida quotidiana, dos videojogos, da importância do provedor na imprensa, ou até formas de analisar programas de ficção televisiva, para além de diversas considerações sobre o humor e os média, formas de selecionar e pesquisar *online*. Disponível em

Inserido neste contexto, foi lançado o livro 'Educação para os Média em Portugal: experiências, atores e contextos', do projeto de investigação homónimo que decorreu na Universidade do Minho, sob a coordenação de investigadores do CECS, após um pedido expresso da Entidade Reguladora para a Comunicação Social à referida instituição, no sentido de agrupar o conjunto de «projetos, iniciativas, atividades e experiências desenvolvidos nos últimos anos, identificando temáticas e atores e culmina com um conjunto de recomendações e orientações tendentes à promoção da educação para os média no país, com base nos resultados obtidos»¹²⁸. Na verdade, este foi o primeiro diagnóstico realizado em Portugal que proporciona um quadro completo sobre o atual estado da EpM do país.

Ainda na 'Declaração de Braga' pode constatar-se a presença de duas recomendações que tiveram aproveitamento imediato. Por um lado, consolidaram-se as condições para a criação de um Observatório sobre a EpM, uma plataforma *online* de trabalho em rede, com informações e resultados, alojado no portal Literacia Mediática¹²⁹. Neste espaço pode encontrar-se um conjunto de abordagens teóricas à EpM, enquadramentos políticos e legislativos, além de diversos relatórios das melhores práticas e sugestão de formação e aprendizagem. A sugestão de estabelecimento de parcerias nos planos local, nacional e internacional, entre entidades preocupadas por este tema, viria a consolidar-se posteriormente com o início dos trabalhos correspondentes aos projeto *European Media Literacy Education Study* (EMEDUS), uma iniciativa de alcance europeu, com os 27 Estados-membros da União Europeia, que procura realizar uma análise comparativa da inclusão ou exclusão da EpM nos *curriculum*. Neste projeto, que arrancou em 2012, avaliar-se-á o conjunto de recursos disponibilizados aos professores para trabalharem nesta área, definindo as suas capacidades e competências¹³⁰. Este trabalho procura sugerir recomendações políticas que possam sustentar programas educativos nos níveis nacional e internacional. Por fim, um dos principais resultados da Declaração de Braga consiste na

[<http://www.literaciamediatica.pt/download.php?info=YTozOntzOjU6ImFjY2FvIjtzOjg6ImRvd25sb2FkljtzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM3OjItZWpYS9maWN0ZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lLzkucGRmljtzOjY6InRpdHVsbyl7czoxNDoiMjUIMkJVbStBZ2VuZGEiO30=>].

¹²⁸ [<http://www.erc.pt/pt/noticias/estudo-sobre-a-educacao-para-os-media-em-portugal-experiencias-actores-e-contextos>, acedido em 28/03/2011].

¹²⁹ A partir do *site* [www.literaciamediatica.pt].

¹³⁰ Desenvolvido entre a Universidade Autónoma de Barcelona (Espanha), a Associação Europeia para os Interesses dos Telespectadores (EAVI – Bélgica), a Universidade do Minho (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade), o Instituto húngaro para o Desenvolvimento e Investigação em Educação, o Instituto de Estudos Políticos, Económicos e Sociais (EURISPES), a Escola de Comunicação e Média (SCM – Eslováquia), e a Universidade de Pedagogia de Cracóvia (PUK – ECKUM, Polónia).

publicação de boa parte deste texto em Diário da República¹³¹, reforçando a atenção e o interesse político que o tema da EpM tem vindo a suscitar neste setor.

No que diz respeito à investigação académica, existe um conjunto de projetos que, direta ou indiretamente, se focam na EpM e na questão da literacia mediática, tentando colorir o panorama com novos dados e revelações. A este propósito, podemos realçar, o projeto ‘EU Kids *online*’, integrado numa base de dados europeia de estudos sobre crianças e Internet, e o projeto ‘Navegando com o Magalhães’ e ‘Inclusão e Participação Digital (2009-2011)’, do Programa UT/Austin-Portugal. O panorama educativo, ao nível de pós-graduações, parece igualmente arrancar em bases otimistas, à medida que surgiu o primeiro mestrado na área e começam a aparecer alguns doutoramentos realizados ao abrigo desta temática¹³².

Em Portugal, realizou-se ainda uma iniciativa pioneira, em 2012, «Um Dia Com os Média». A Comissão Nacional da UNESCO, o Conselho Nacional de Educação, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), o Gabinete para os Meios de Comunicação Social e o CECS da Universidade do Minho organizaram, a 3 de maio – uma data em que se comemora a liberdade de imprensa por todo o mundo –, uma iniciativa que genericamente se dedicou a convidar a sociedade portuguesa a refletir sobre os órgãos de comunicação na vida quotidiana. No portal Literacia Mediática, registaram-se mais de 50 iniciativas deste género por todo o país, entre sessões em universidades, escolas, média, museus, etc., que debateram sobre jornalismo, programas infantis na televisão, publicidade, como áreas temáticas preferenciais. Pretendeu-se, com esta iniciativa, olhar criticamente o trabalho dos média, num exercício de liberdade apelando a um espírito positivo de contribuir para a melhoria dos média existentes. O sucesso do evento levou os promotores a pensar na repetição do desafio nos anos seguintes, ao longo de ‘sete dias com os média, a fim de dar a todos uma maior liberdade e flexibilidade nas ações a promover¹³³.

¹³¹ Disponível em Diário da República, 2.ª série — N.º 250 — 30 de Dezembro de 2011: [<http://dre.pt/pdf2s/2011/12/250000000/5094250947.pdf>, acedido em 30/12/2011].

¹³² O Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho deu início, no ano letivo de 2010-2011, ao novo Curso de Mestrado em Comunicação, Cidadania e Educação. Luís Pereira, em 2012, apresentou o primeiro doutoramento em Educação para os Média na Universidade do Minho, com o trabalho «Conceções de literacia digital nas políticas públicas – estudo a partir do Plano Tecnológico da Educação».

¹³³ A adesão dos média foi notória: «destaque para as rádios (Renascença, RDP e TSF) e para o serviço público de rádio e televisão. Os jornais deram pouco destaque à iniciativa. Numa prisão em Castelo Branco, abordou-se a temática dos média e da liberdade de imprensa e de expressão; numa escola dos arredores de Lisboa, produziu-se um programa radiofónico com textos de autores portugueses; este mesmo meio foi o veículo para a expressão dos sonhos de crianças do 1º ciclo de uma escola da zona de Ponte de Lima. No Palácio Foz, um coro de juizes cantou e fez da liberdade tema de uma performance; em Gondomar, uma Universidade sénior debateu os média e criou um anúncio. No Porto, o Museu de Imprensa montou uma exposição alusiva ao Dia da Liberdade de Imprensa, que

Naturalmente que algumas destas atividades encerram algum nível de otimismo, uma situação que contrasta com décadas de apatia generalizada relativa a esta discussão, à medida que importantes acontecimentos iam decorrendo noutros países o que, no limite, poderia ter-lhes dado alguma vantagem na discussão destas matérias. O panorama português oferece certamente motivos para, pelo menos, se pensar em iniciativas de relevo futuras, motivadas por um aparente interesse na discussão destas temáticas, contudo, restam ainda muitas atividades por dinamizar e cumprir.

3.2 A participação nas leituras conceptuais da 'Educação para os Média' e 'literacia mediática'

Ao longo deste ponto abordamos termos como 'Educação para os Média' e 'literacia mediática'. Esta utilização não foi de todo arbitrária, uma vez que existem aqui diferenças conceptuais, embora pertençam claramente à mesma esfera de intervenção. No primeiro caso, refletimos fundamentalmente sobre o modo de funcionamento específico dos média, condição essencial para atingir um determinado resultado ou produto, que deriva desse conhecimento e se transforma nas competências adquiridas. Poderíamos por isso sugerir que a jusante da Educação para os Média temos a literacia mediática. No entanto, nem todas as nomenclaturas sobre esta área de estudo coincidem nos exemplos anteriores. De facto, em países anglo-saxónicos, *media literacy* e *media education* surgem na maioria das referências, enquanto no espaço francófono *éducation aux média* se revela como opção prioritária para este enquadramento. Em Espanha e no restante contexto hispânico na América do Sul, a preferência recai em *alfabetización mediática*, enquanto no Brasil os estudos apontam para uma *mídia-educação* ou *educomunicação* (Lopes, 2011). Neste sentido, procuraremos nas várias reflexões realizadas sobre a natureza destes conceitos a marca da participação¹³⁴.

Para Hague & Williamson (2009), a EpM opera em quatro vetores essenciais: o acesso, contextualizado num processo social, individual, familiar ou intersubjetivo; a análise, que procura «compreender as categorias, tecnologias, linguagens, representações e os públicos dos diferentes média» (2009: 22-23); a avaliação, «será uma ferramenta para promover a

ainda se encontra patente (...). Muitas outras aconteceram, sem que os seus promotores tenham achado importante registá-las e anunciá-las». Resumo de Manuel Pinto, na *Newsletter* do CECS, de maio de 2012. [http://www.cecs.uminho.pt/31_balanco_dia_com_os_media.htm, acedido em 31/05/2012].

¹³⁴ Ferrés Prats (2003) relembra a origem do substantivo 'educação' que remonta ao latim *educere*, ou seja, retirar de dentro para fora, extrair algo de alguém, abrir e estender horizontes.

democratização, a diversidade de representações *online*, ou deveria talvez incorporar uma discriminação mais tradicional e hierárquica entre o bom e o mau, o autorizado e o desautorizado, a informação e a comunicação?» (*ibidem*); por último, a criação de conteúdo que sintetiza a evolução deste conceito, que sugere a elaboração de um determinado produto mediático pelos cidadãos, uma vez que frequentemente se exige apenas um período de reflexão e de debate¹³⁵. A propósito da contextualização, Manuel Pinto aponta uma

«perspetivação no tempo – o que é também uma forma de contextualização, que permite contrariar o efeito de aniquilação da densidade histórica dos fenómenos que os média produzem; de construção e atribuição de sentido – que é uma via para passar da mera informação ao conhecimento e que envolve processos como o debate, a comparação e contraposição, a formulação de hipóteses, o esforço de síntese; de capacitação para a tomada de decisões – tomando consciência das diferenças» (2002: 13).

Seguindo outras propostas, a EpM define-se pela «capacidade para aceder, analisar, avaliar e comunicar a informação entre uma variedade de formas, incluindo materiais impressos e não impressos» (De Benedittis, 2003). Por outro lado, esta será porventura uma disciplina que potencia um contacto entre os cidadãos e os órgãos de comunicação social – jornalismo, publicidade, relações públicas, audiovisuais, etc. – no sentido em que se tenta promover um conhecimento e aprendizagem sobre os média, desde o seu modo de funcionamento, ao regime de propriedade a que estão vinculados e como isso afeta as diferentes opções editoriais que seguem, entre múltiplos ângulos de abordagem. No fundo, consiste numa apresentação aprofundada sobre os média existentes numa determinada área. David Buckingham (2001) entende a EpM como área do saber que reconhece a entrada de ‘novos média’, alertando para uma certa ideia de proteção, vigilância e controlo, por parte dos jovens, em relação aos conteúdos mediáticos, através de diversas dimensões, como revela a tabela 1:

¹³⁵ Mar de Fontecuberta & Claudio Guerrero (2007) realizam uma distinção elementar e decisiva, para evitar zonas de pouca nitidez entre conceitos, pelo que defendem a EpM como estratégia que afaste uma ‘educação através dos média’, isto é, o processo através do qual os cidadãos aprendem sobre o funcionamento dos órgãos de comunicação utilizando os próprios meios, como a televisão, rádio, cinema, publicidade, imprensa, entre outros.

Tabela 1 – Aspectos chave da EpM, segundo David Buckingham

Dimensão mediática	Questão	Descrição
Agências mediáticas	<i>Quem está a comunicar, o quê e porquê?</i>	Quem produz o texto, desempenha um processo produtivo; instituições mediáticas; economia e ideologias partilhadas; intenções e resultados
Categorias mediáticas	<i>Que tipo de texto é?</i>	Diferentes média (televisão, rádio, cinema, etc.); formas (documentário, anúncio publicitário, etc.); géneros (científico, ficção, novela, etc.); outras formas de categorização de texto; como a categorização se relaciona com a compreensão
Tecnologias mediáticas	<i>Como é produzido?</i>	Que tipo de tecnologias estão disponíveis e para quem; quem as usa; as diferenças entre a produção e o produto final
Linguagens mediáticas	<i>Como sabemos o que significa?</i>	Como os média produzem significados; códigos e convenções, estruturas e narrativas
Audiências	<i>Quem recebe as mensagens e que sentido lhes dá?</i>	Como podemos identificar as audiências, como se constroem. Que tipo de escolhas, consumos e respostas dão aos textos
Representações mediáticas	<i>Como é representado um assunto?</i>	A relação entre os textos mediáticos e os lugares, pessoas, eventos, iniciativas, estereótipos e as consequências que advêm dessas escolhas

Fonte: David Buckingham (2001: 10).

Este quadro referencial oferece pistas para a concretização de um dos objetivos da EpM, como área científica apostada na consolidação de um «conjunto de teorias e práticas que visam desenvolver a consciência crítica e a capacidade de iniciativa face aos meios de comunicação social» (Pereira, 2000: 2). A inscrição do cidadão neste debate teórico procura igualmente delinear as novas fronteiras da cidadania que florescem na atualidade. Um ponto retomado na análise de Manuel Pinto (2003), ao referir-se à cidadania nos termos do favorecimento de um dos terrenos por excelência do exercício da comunicação para a cidadania. Na verdade, um dos traços comuns entre os conceitos de ‘participação’ e a EpM reside na abrangência e na vulgaridade de situações em que ambos os termos são colocados, tornando-os de difícil definição. Como refere Caitlin Barry no jornal *online* Huffington Post¹³⁶, expressões como ‘literacia mediática’ ou ‘aprendizagem digital’ surgem tão recorrentemente no espaço público e no mundo da educação que hoje se assiste ao risco de se perder a noção do seu verdadeiro significado: «envolvem um conjunto enorme de atividades dentro da sala de aula: realizar pesquisas na

¹³⁶ Num texto intitulado *Curriculum Design and Outreach, Big Picture Instructional Design*: [http://www.huffingtonpost.com/caitlin-barry/media-literacy-education_b_1260649.html, acessado em 02/07/2012].

Internet, utilizar tecnologia do telemóvel, escrever em blogues, ver videoclips, ler artigos e notícias, pensar criticamente sobre anúncios... e isto é apenas a ponta do icebergue».

Neste contexto, algumas das interpretações teóricas a este preceito destacam a questão das competências que os cidadãos devem dispor para estabelecer um determinado relacionamento com os meios de comunicação. Daí que o debate conceptual continue até à inscrição do conceito de 'literacia mediática'. Como afirma Howard Rheingold, a literacia mediática envolve um «conjunto de competências culturais e sociais com as quais os jovens têm de lidar para enfrentar a paisagem dos novos média» (2008: 99). O investigador refere que para a obtenção destas capacidades, a colaboração e o *networking* se tornaram numa nova disciplina. No entanto, nem tudo se resume ao grau de maior ou menor atividade ou participação dos cidadãos nos média ou entre si. Tal como considera Moran, o processo autónomo e individual de interpretação das mensagens, protegendo-se das *nuances* culturais, envolve um contexto que o autor define como «uma indústria de jogo» (2004: 4). Para uma análise mais precisa, Manuel Pinto refere alguns dos comportamentos típicos de um ideia de literacia mediática, ao nível da procura, localização, avaliação e tratamento da informação disponível, além do «desenvolvimento de competências de expressão, produção e enunciação de informações e perspetivas individuais, bem como o domínio dos processos e formas de as editar e difundir no ciberespaço» (2002: 7-8). Nos Estados Unidos da América, uma das formas de entender a 'literacia mediática' consiste na «capacidade de aceder, analisar, avaliar e comunicar mensagens através de uma grande variedade de formas¹³⁷». A instituição norte-americana The Center for Media Literacy sugere a expansão deste conceito, insistindo na tónica da cidadania e da democracia¹³⁸:

«a literacia mediática é uma dimensão da educação típica do século XXI. Garante uma estrutura de acesso, análise, avaliação e criação de mensagens de diversas formas, desde as folhas impressas, ao vídeo ou à Internet. A literacia mediática constrói a compreensão do papel desempenhado pelos média na sociedade, bem como as capacidades essenciais para inquirir e exprimir-se, condições necessárias dos cidadãos democráticos» (Thoman & Jolls, 2005: 190).

¹³⁷ A definição consta de uma proposta do Instituto *Aspen Media Literacy Leadership*: [<http://ccb.lis.illinois.edu/Projects/youth/literacies/media1.html>, acedido em 15/05/2010].

¹³⁸ A atividade do centro norte-americano Center for Media Literacy remonta aos anos 70 do século XX e cruza-se com a revista *Media & Values*, um projeto de Elizabeth Thoman. De 1991 a 1995, o centro edita a primeira série de manuais de ensino de Educação para os Média nos Estados Unidos da América. Ao longo dos anos formam várias centenas de professores, numa missão que se dedicava a auxiliar crianças e adultos para a preparação da vida quotidiana e da cultura mediática emergente (Lopes, 2011).

Elizabeth Thoman e Tessa Jolls (2005) acreditam que as técnicas de produção de vídeo não resumem, por elas próprias, atividades conducentes a um maior ou menor nível de literacia mediática, embora parte do conceito possa sugerir o domínio dessas competências. O foco, acreditam as investigadoras, deverá residir na aprendizagem do papel dos média na sociedade, afastando estereótipos ou representações negativas, numa tentativa de compreensão sobre a forma como essas representações são normalizadas pela sociedade. O processo de ambientação social nestas matérias releva da importância massiva que os média ocupam na sociedade:

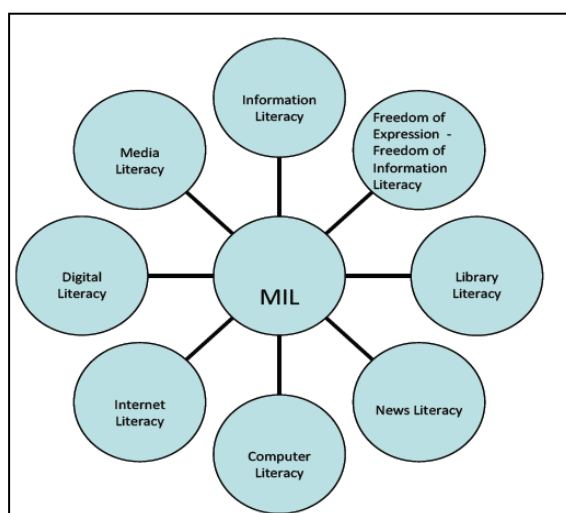
«os média são indústrias muito grandes que geram lucro e emprego; fornecem-nos a maioria da nossa informação sobre o processo político; e oferecemo-nos ideias, imagens e representações (ambas factuais ou ficcionais) que inevitavelmente formam a nossa visão da realidade. Os média são, sem dúvida alguma, os maiores meios contemporâneos da expressão cultural e da comunicação: para tornar-se num participante ativo na vida pública é necessário o uso dos média modernos. Os média – assim é comumente defendido – tomaram agora o lugar da família, da Igreja e da escola, como a maior força de socialização da sociedade contemporânea» (Buckingham, 2003: 5).

Com efeito, podíamos sublinhar que uma das possíveis interpretações atuais sobre 'literacia' não se compadece com um sistema educacional contemporâneo rotinado ao domínio de outras competências que extravasam as da leitura e de escrita, contrariamente ao pensamento que vigorou durante boa parte do século XX (Hague & Williamson, 2009). Neste contexto, ser 'literato' poderá redundar no entendimento e reconhecimento da construção socialmente operada pelos média, «num conjunto de práticas sociais, culturais e políticas em que as pessoas produzem, comunicam e recebem mensagens, em que refletem e desafiam as suas próprias e as outras representações sociais» (Hague & Williamson, 2009: 21; Prats, 2003). O apelo à dimensão cognitiva encontra espaço igualmente no entendimento de Justin Lewis (2006), referindo a imperiosa necessidade de observar criticamente as políticas editoriais dos diversos média, para estabelecer uma visão concreta do mapa discursivo que cada um oferece. Para Lewis, um dos aspetos críticos reside na ideia pró-ativa de participação, em que as audiências devem sentir-se impelidas a contactar voluntariamente os média, inquirindo-os sobre factos concretos. Uma linha coincidente no relatório *Informing communities, sustaining democracy in the digital age*, publicado pelo centro de pesquisa americano The Knight Commission on the Information Needs of communities in a democracy, em outubro 2009. No documento pedia-se uma relação ampla e transparente entre jornalistas, média e o público no

sentido de promover valores com a objetividade, privacidade e responsabilidade: que «as comunidades podem telefonar às instituições mediáticas para confrontá-las como as novas técnicas e tecnologias e práticas sociais estão a desafiar a natureza dos valores» (2009: 19).

Esta literacia de diferente inspiração etimológica, ‘informativa’, ‘mediática’, ‘multimédia’ ou ‘digital’, coloca-se como um desafio perante a chamada sociedade da informação e do conhecimento. Para além da questão inexorável do acesso, condição essencial para aceder aos meios de comunicação, Hague & Williamson (2009) resumiram os aspetos principais da literacia, num sentido lato, em torno de cinco pontos: operacional (capacidade de utilizar a linguagem de um sistema técnico de forma apropriada); cultural (capacidade de compreensão dos textos situados na esfera de um contexto cultural específico); crítica (consciência das práticas sociais, construídas e selecionadas pelos média. Representações, valores propósitos interesses e perspetivas partilhados pelos média); criativa (capacidade de produzir material de relevo e interagir com determinadas audiências); e colaborativa (comunicação, interação e trabalho em rede). Tal como já observámos, a UNESCO tem-se assumido como uma organização francamente interessada na promoção de iniciativas que se prestam ao apoio à disseminação de um conhecimento mais abrangente sobre a ‘literacia mediática e da informação’, conceitos aos quais recorre com bastante frequência. Tal como se pode observar no organograma 5, a UNESCO define esta literacia no segmento de uma multiplicidade conceptual, que vai desde o digital, dos computadores, da Internet, das notícias, bibliotecas, liberdade de expressão, etc.:

Organograma 5 – O enquadramento da *Media and Information Literacy* (MIL)

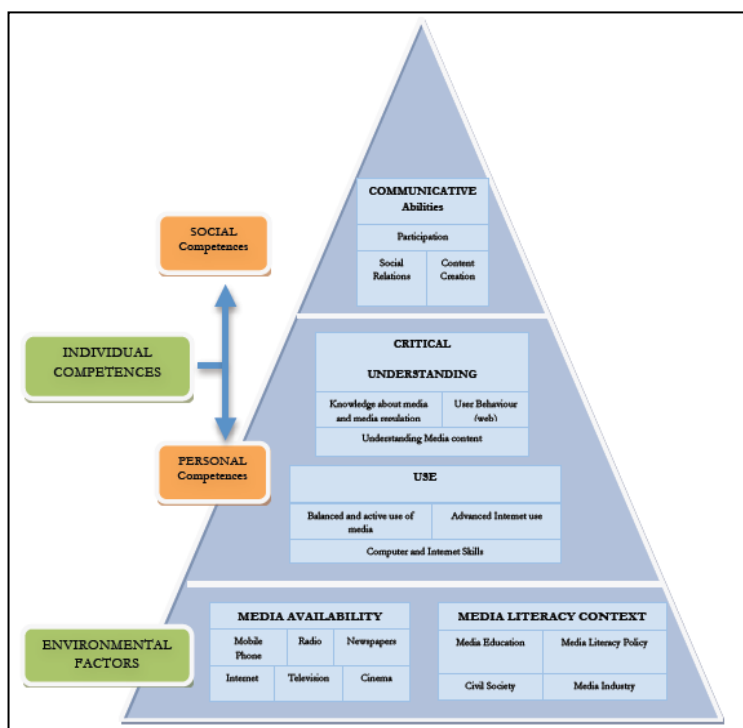


Fonte:

[<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wmn/curriculum%20teachers.pdf>,
acedido em 26/06/2012].

Durante um encontro promovido pela EAVI (*European Association for Viewers' Interests*), em outubro de 2009, o conceito de participação foi amplamente discutido, dando origem à publicação do *Study for Assessment for Media Criteria Levels*, em que, tal como podemos observar no organograma 6, a participação dos cidadãos nos média é definida como uma competência social, uma capacidade comunicativa, no topo da pirâmide dos Critérios de Aferição da Literacia Mediática. O documento considera que «é agora reconhecido pelas instituições internacionais – tais como a Comissão Europeia, o Parlamento Europeu, o Conselho de Europa, a UNESCO, etc. – a defesa acérrima de mais oportunidades para a participação cívica nos processos de decisão que tornam mais saudável a vida pública» (2009: 10)¹³⁹.

Organograma 6 – A participação dos cidadãos nos média, pela EAVI (2009)



Fonte:

[http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf, acedido em 26/11/2009].

Em suma, enquanto a EpM desenvolve um nível reflexivo e cognitivo, num momento em que apenas se apela a um exercício crítico, a literacia mediática lida com as operações práticas no terreno, no que pode originar estratégias de inscrição da voz do cidadão no discurso

¹³⁹ http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf, acedido em 24/02/2010].

mediático. Parece-nos que as duas componentes, apartadas entre si entre um carácter abstrato e outro mais prático, eventualmente, trabalham idealmente juntas para uma ideia inclusiva de intervenção no espaço dos média. De qualquer modo, não será líquido considerar a presença de competências de relacionamento de um indivíduo com um determinado meio com um espírito de conhecimento pleno sobre o seu modo de funcionamento. Estes dois conceitos partem da suposição lógica de que uma competência para lidar com os média decorre de um ambiente de formação genérico sobre esses agentes do espaço público, contudo não será eventualmente correto aferir esta relação. Tal como observaremos na abordagem empírica, os participantes em formatos de opinião pública podem, à primeira vista, dispor de elementos que os outorguem com a competência necessária à literacia mediática, uma vez que conseguiram relacionar-se com um determinado formato participativo e intervir diretamente. Contudo, este comportamento ativo não significa necessariamente que conheçam o modo de funcionamento da estrutura mediática que suporta essa participação. Deste modo, assumiremos algumas reservas na relação causa-efeito entre estes dois conceitos.

3.3 Argumentos favoráveis a uma sociedade participativa e 'educada para os média'

Com a Declaração sobre a Literacia dos Média e da Informação adotada em 2011 pelo Fórum Internacional de Fez, em Marrocos, a participação dos cidadãos pode ser entendida como uma estratégia que

«potencia totalmente uma visão de amplo alcance de que a atualidade da idade digital e a convergência de tecnologias de comunicação necessitam da combinação da literacia mediática e da literacia da informação, no sentido de promoverem um desenvolvimento sustentável do ser humano, assente em sociedades participativas que contribuam para a consolidação da paz mundial, liberdade, democracia e boa governação»¹⁴⁰.

Apesar de a EpM em Portugal não estar presente nos *curricula* escolares, parece legítimo reconhecer ao meio escolar um papel importante na aprendizagem dos jovens sobre o funcionamentos dos média. Não obstante o facto de diversos apontamentos teóricos contemplarem efeitos benéficos da implementação desta disciplina na escola, a verdade é que,

¹⁴⁰ [http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=31456&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, acedido em 01/07/2011].

aos olhos de determinados setores da nossa sociedade este assunto ainda está longe de figurar no topo das prioridades de ação ou mesmo de debate e reflexão.

Raúl Rivadeneira Prada (1990) sugere a participação como um elemento integrante da política democrática global, que parte de uma democratização informativa. Prada sugere que a participação completa a inclusão social dos indivíduos, contra a atomização, isolamento e individualização, um dos problemas que considera de maior gravidade nas sociedades democráticas atuais. Por seu turno, Hague & Williamson (2009) colocam a participação como ferramenta indispensável à emancipação social dos jovens, na obtenção de capacidades e experiências junto das organizações mediáticas que promovam o desenvolvimento de um sentido crítico. Estes autores falam, por isso, numa socialização dos jovens junto dos média, especialmente marcados por ambientes e comunidades *online*. Neste contexto, sugerem a participação orientada por três etapas: pela afiliação, com os tecidos, laços ou redes formais ou informais que se estabelecem no *online* e que reúnem várias formas de média (como o Friendster, Facebook, blogues, videojogos ou Myspace); pelas expressões, como a produção de novas e criativas formas de média; e pela colaboração, através da resolução de problemas, em torno de tarefas específicas e desenvolvimento de competências e conhecimentos.

A EpM e a literacia mediática procuram desenvolver motivações e comportamentos participativos junto dos cidadãos, através de formas de aprendizagem sobre os meios de comunicação social, dotando-os de capacidades de avaliação sobre as suas mensagens. Embora, como já foi referido, a produção de conteúdo não configure um requisito obrigatório opta-se, neste contexto, por uma capacidade de desenvolvimento do espírito crítico sobre os sistemas mediáticos (Everette, 2004). Com a disseminação de uma cultura cívica atenta aos média, afastada de uma receção passiva, pretende-se igualmente evitar as manipulações que frequentemente são acionadas por diversas imagens, sons, e textos mediados, pelo que se o cidadão tiver na sua posse a capacidade de discernimento para compreender a natureza dos assuntos, que passa, por exemplo, pela confrontação da mesma matéria através de fontes distintas de informação, existem condições para um juízo autónomo e crítico sobre os média.

A necessidade de incentivar um sistema social onde a literacia mediática ocupe um lugar importante justifica-se, na ótica de Dennis Everette (2004), como um desígnio que procura dotar as pessoas de ferramentas consistentes para conhecer o mundo, através de uma compreensão sobre os produtos mediáticos. No jornalismo, por exemplo, as opções editoriais conseguem ser tão distintas que oferecem um panorama interessante relativamente à perceção

de como essas indicações afetam o trabalho aí realizado pelos seus profissionais. Igualmente inspirada pelo ambiente técnico e digital em que a sociedade está imersa hoje em dia, a EpM suscita o interesse pelo desenvolvimento de competências associadas a computadores e respetivas ligações *online*. A correta apropriação das ferramentas tecnológicas poderá, no limite, ser sinónimo de sobrevivência dos cidadãos, uma vez que muitas das atividades quotidianas do presente já se deslocam para ambientes digitais, entre tarefas básicas como o pagamento de despesas de manutenção do lar, à declaração anual de rendimentos, por exemplo¹⁴¹.

O ponto essencial defendido consiste no acesso, perspectivado sobre uma aproximação à informação e aos meios de comunicação social. Contudo, este acaba por desempenhar um papel básico, mínimo e claramente insuficiente. Na presença de uma corrida desenfreada aos circuitos informativos pode resultar numa «indigestão informativa» (Pinto, 1999: 8), uma vez que será necessário eventualmente optar por uma formação que ensine os cidadãos a escolher um critério de procura de informação, selecionando e recortando os dados mais credíveis. Neste ponto surge a EpM para «constituir um forte estímulo nesse sentido, se se for capaz de inscrever essa dimensão no coração das políticas educativas e não apenas como enfeite pedagógico marginal» (*ibidem*). Para Jenkins *et al.* (2006), as mudanças verificadas no seio dos média ocupam um impacto importante na experiência contemporânea, por conseguinte, «todas as disciplinas na escola precisam de acautelar a responsabilidade de ajudar os estudantes a trabalhar com as capacidades e conhecimentos exigíveis para lidar com este ambiente hipermediatizado» (2008: 99). Everette, a este propósito, alerta para os excessos de um ‘conservadorismo exagerado’ entre autoridades escolares e professores: «existe ainda uma crença, entre os pais, de que os média podem ser utilizados e aprendidos sem recurso a instruções formais, como no caso dos Estados Unidos» (2004: 204).

Dennis Everette destaca um aspeto paradoxalmente interessante. Ora, a discussão em torno da importância da EpM e da literacia mediática ignora frequentemente a reflexão em torno da eventual valorização que as próprias instituições mediáticas conferem a estas questões: «ao mesmo tempo, as indústrias mediáticas parecem esforçar-se pouco para apresentar, guiar ou

¹⁴¹ Recordando o recente livro de Shoshana Zuboff, *In the Age of the Smart Machine*, Rob Horning faz uma alusão bastante coerente à forma como as indústrias convivem atualmente com a pressão de informatizar todo o trabalho sob um regime asfixiante de dados, números e operações matemáticas. Neste artigo da revista *online The New Inquiry*, com o sugestivo título *The Gut of the Quantifier* [A vontade de quantificar], Horning sublinha que parte das relações sociais sofre com a o seu prolongamento até ao *online*: «os *social media* atacam a legitimidade e validade da experiência não-mediada: fotografias e colocadas *online*, caso contrário não aconteceu. (...) A relação torna-se instável, insegura, em algo que tem de ser medida e gerida: «Como é que ele não comentou no meu *status*?»; Onde está o *retweet*? Eu fiz um *retweet* dele!» [<http://thenewinquiry.com/blogs/marginal-utility/gut-of-the-quantifier/>, acedido em 30/10/2012].

assistir adultos e consumidores sobre as suas mensagens» (2004: 207). No caso português, podemos registar algumas tímidas ações de determinados órgãos de comunicação, nomeadamente no âmbito do jornalismo, que demonstram o interesse em promover análises e reflexões sobre os seus mecanismos de produção próprios. Com efeito, parece que são os próprios jornalistas que levam a cabo espaços de formação sobre o modo do funcionamento das suas empresas. Deste modo, podemos retirar alguns exemplos, sem que isso esgote a existência de outras. O programa *Nativos Digitais*, que à data da redação deste texto deixou de ser semanalmente emitido pela RTP 2, procurava discutir temas que se colocam à realidade mediática corrente, com discussões que focam as políticas editoriais da imprensa nacional, atividades e iniciativas que se desenvolvem na sociedade civil sobre EpM, a presença do desporto no jornalismo e na publicidade, o cinema, entre tantos outros temas abordados¹⁴². Por outro lado observamos na imprensa a iniciativa do *Media Lab*¹⁴³, do Diário de Notícias (DN), que atribui «uma particular importância à lógica da inserção das atividades dos jovens na sua comunidade. Participar na vida dos vários núcleos comunitários é uma forma de criar hábitos de cidadania ativa e consciente». Genericamente, o diário incentiva os jovens – o seu *target* preferencial – a criarem o seu próprio jornal, em iniciativas que envolvem visitas ao DN e outras atividades culturais, como visitas a museus¹⁴⁴. O projeto *Público na Escola*¹⁴⁵ começou por dar nas vistas no espaço mediático português, pelo caráter inovador que proporcionava, na lógica da produção de conteúdos por jovens e pela tentativa de formar as crianças para a desconstrução das mensagens jornalísticas. Contudo este movimento tem vindo a perder força, especulando-se – sem grande confirmação por parte do jornal – que as orientações de contenção financeira tenham desmotivado a progressão de uma iniciativa que tinha conseguido alcançar o seu lugar próprio no espaço mediático e social português¹⁴⁶.

Robert Kubey (2004) relembra um dos exemplos que podem atestar os benefícios de uma formação para a comunicação, ao abrigo dos conceitos desenvolvidos pela EpM. Neste

¹⁴² Disponível em [<http://www.rtp.pt/programa/tv/p26916>].

¹⁴³ Disponível em [<http://medialab.dn.pt/>].

¹⁴⁴ O *Media Lab* venceu o *World Young Reader Prize* 2011, na categoria *Making News*, o reconhecimento internacional de um projeto inovador, ao desafiar a sociedade a utilizar e experimentar novas tecnologias multimédia ao serviço da comunicação.

¹⁴⁵ Disponível em [<http://blogues.publico.pt/pagina23/>].

¹⁴⁶ Algumas das iniciativas atrás referidas, onde poderíamos incluir outras, encontram o devido relevo na obra 'Educação para os Média em Portugal: experiências, atores e contextos', da autoria de investigadores do centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Como já foi mencionado, esta obra constrói o mapa das iniciativas e vozes mais salientes no nosso país sobre este tema, onde se incluem aquelas que não se encaixam no quadro mediático, isto é, não apresentam relação direta na promoção destas aprendizagens através dos média.

sentido, Costas Citicos, entre 1997 e 2011, liderou uma equipa de *media educators*, na província de Natal, perto de Durban, na África do sul, que consistiu na elaboração de um jornal, o *Giant Newspaper*. Citicos envolveu alunos no contexto de sala de aula, na disciplina de linguagem das artes, dotando-os de capacidades para exercerem a atividade de repórteres, publicando temas sobre a atualidade da escola ou da comunidade onde residiam. Posteriormente o jornal ficava disponível em várias escolas da província e resultou na melhoria das competências de escrita dos alunos, aumentando o interesse deste grupo pela atualidade política, criando «um sentimento de participação cívica e comunitária na escola e tentando igualmente auxiliar a produção diária de uma televisão local» (Kubey, 2004: 74). Tal como podemos observar neste caso, a simples criação de um jornal comunitário, alicerçado na contribuição de alunos e jovens daquele local, conseguiu desenvolver mecanismos de interesse crescente nos temas do quotidiano. A este propósito, Rosa Moreno discute a importância de uma ideia de participação nos média, como consequência desse período inicial de aprendizagem sobre o seu funcionamento: «o lado falacioso da política está tão generalizado que, evidentemente, precisamos de repensar o modelo democrático para que os processos de fúria coletiva e irritação encontrem espaços de expressão, que hoje escasseiam» (2006: 311). A participação via blogues, *wikis*, *digital storytelling*, *podcasts* e vídeos, como sublinha Rheingold (2008), pode concorrer para, no domínio do *online*, a concretização de um cenário onde a expressão individual ou grupal encontra possibilidades fortes de afirmação. A troca de experiências, conhecimentos, sob a base de um recurso público de livre acesso, cria «condições para a emergência de cidadãos efetivos, na era galopante dos públicos em rede» (Rheingold, 2008: 102-103).

Ora, justamente no sentido de tentar responder, de algum modo, às sugestões que denunciam a dificuldade em operacionalizar no terreno as inspirações retidas na discussão sobre a EpM e a literacia mediática, observemos na literatura o espaço destinado às práticas que podem ser implementadas para corresponder aos objetivos e ambições de uma sociedade progressivamente apostada em observar criticamente os média. Partindo de uma base conceptual e metodológica que abarca definitivamente a aplicação de diversas ações de formação percorrendo as diversas faixas etárias, vários foram os investigadores que se dedicaram a pensar nas práticas no terreno para porventura colmatar espaços e lacunas da vida quotidiana que, assim o defendem, podem contribuir para uma vida melhor.

Dennis Everette (2004) sugere a complementaridade entre diversas forças sociais, que vão desde a prestação de uma formação adequada em serviços a adultos, numa agenda de educação em *continuum*, às indústrias mediáticas que podem desenhar programas efetivos que ajudem os seus públicos a compreender a sua tarefa e missão profissional. Por outro lado, Everette (2004) considera que as universidades que dispõem de cursos de graduação e pós-graduação em comunicação e estudos sobre os média têm uma obrigação suplementar de responsabilizar os seus formandos para uma intervenção crítica no terreno. Neste sentido, este trabalho partiria da raiz, da base. Everette (2004) sugere que as associações filantrópicas, associações de interesse público e as grandes entidades sociais – de negócio, educação, tecnologia, bem-estar, religiosas ou políticas – podem assumir um papel de destaque na promoção destas questões, fundamentalmente pela possibilidade de atingirem públicos dispersos geográfica, económica e socialmente.

Num relatório que entregou às Nações Unidas, David Buckingham (2001) não elaborou apenas um enquadramento teórico e conceptual da EpM. Deste modo, o investigador inglês apela às autoridades políticas nacionais que se inspirem na Declaração de Grünwald, como um «exemplo de um documento internacional que pode ser efetivamente utilizado num nível nacional, por aqueles que podem influenciar as políticas educativas» (2001: 10). Ainda relacionado com este tema, o docente acredita que as estruturas curriculares devem, à luz das especificidades de cada nação, apostar na EpM, nomeadamente através da criação de modelos de aprendizagem e avaliação do progresso dos alunos, com listas específicas de resultados, competências a adquirir, consoante os grupos etários onde se insiram. Admitindo a possibilidade de uma educação à distância, Buckingham acredita que as oportunidades de formação e o desenvolvimento profissional devem presidir a estas decisões. Embora parte desta análise se estabeleça, de facto, na escola, o autor chama a atenção para o envolvimento dos pais, como agentes promotores de uma socialização fora da sala de aula, através do agendamento destas questões na vida familiar, nos termos de uma preocupação sobre os conteúdos preferencialmente expostos aos seus filhos. Como sublinha no documento, os pais veem-se na importante limitação de eles próprios não terem sido adequadamente prevenidos para esta geração que assenta parte das suas rotinas no digital, por exemplo. Desta forma, o recrutamento dos encarregados de educação para matérias de sensibilização nesta área assume aqui especial relevância, num ambiente distinto como é o lar.

Por outro lado, os grupos de jovens desempenham uma importância fundamental no pensamento de David Buckingham. A disponibilização de condições para a realização de formações entre movimentos de jovens adultos contribuem para ativar setores sociais mais segmentados, em indivíduos que podem eventualmente ter abandonado a escola recentemente. A nível europeu, parece que a Comissão Europeia tem vindo uma atenção particular a esta recomendação, sobretudo com o programa *Youth in Action*¹⁴⁷, apoiando financeiramente jovens e formadores para uma diversidade de temáticas¹⁴⁸. Apesar de o documento proposto por Buckingham contar já com mais de uma década de existência, boa parte das suas recomendações permanece bastante atual. Daí que, a dada altura, não tenha deixado escapar a sua lupa no terreno da investigação, como espaço providencial para a reflexão dos avanços conceptuais e teóricos no entendimento da relação das pessoas com os média, para que novas estratégias pudessem ser trabalhadas e ensaiadas, realçando a importância do diálogo permanente e aberto entre os grupos académicos, educadores, média e cidadãos. Relativamente a este ponto em que aborda justamente a abertura à discussão generalizada sobre a EpM, o especialista refere que as instituições internacionais devem ser agentes promotores destas temáticas e recorda o exemplo do *World Future Council*¹⁴⁹, uma entidade que trabalha pela «implementação de políticas de longo prazo que promovam uma vida sustentável, no sentido de acautelar os direitos das gerações vindouras em habitar num mundo saudável e intacto», em áreas tão distintas como o desarmamento nuclear, a paz e justiça social, alterações climáticas e políticas energéticas, justiça, entre outras. O autor alerta para o domínio da língua inglesa que pode constranger a atividade de muitas dessas organizações internacionais, pelo que sugere a realização de conferências periódicas e estágios de intercâmbio cultural e linguístico, que simbolizem a reunião de povos distintos e reforcem os laços de culturas aparentemente diversas entre si.

Provavelmente um dos adjetivos mais repetitivos neste contexto acaba por ser aquele que se relaciona com a promoção de um juízo 'crítico', em relação aos média. Ora, a nosso ver, a promoção desse olhar particular não se resume à elaboração dos comentários negativos e pejorativos sobre a atividade mediada. Tal como sugere Amar (2010), a opção por um

¹⁴⁷ Disponível em [<http://www.salto-youth.net/>].

¹⁴⁸ Precisamente sobre EpM, o último programa financiado por este movimento dentro da Comissão Europeia realizou-se na Letónia, em maio de 2012. Reunindo 26 jovens europeus, o *Media Education Lab* debateu o papel desta disciplina nas sociedades europeias, colocando a tónica sobre as melhores práticas e os aspetos a descobrir, bem como das áreas a trabalhar: [http://www.salto-youth.net/downloads/trainingcalendar_training_download-file-3445/MediaEdLAB%20InfoSheet%202012.pdf].

¹⁴⁹ Disponível em [http://www.worldfuturecouncil.org/what_we_do.html].

entendimento crítico resume comportamentos como aqueles em que os cidadãos descrevem, comparam, relacionam e classificam os média, com a finalidade de adquirir competências intelectuais que lhes permitam selecionar, analisar e compreender melhor a informação e o contexto mediático. Amar defende uma participação real, distante do lado simbólico e cosmético que por vezes desempenha, através da produção de conteúdos e materiais mediáticos, uma perspectiva que, de algum modo, pode ser enviesada, uma vez que nem toda a participação sugere obrigatoriamente essa etapa performativa.

Ainda no contexto destas dimensões de ação, José Manuel Pérez Tornero define cinco eixos fundamentais para «sincronizar energias que relacionem pessoas e grupos coletivos através da otimização de recursos» (2004: 4): a motivação das audiências e incentivo à sua responsabilização; a participação crítica e conscienciosa; a pedagogia e tutoria; o equilíbrio e a solidariedade; e, finalmente, a inovação institucional. Tornero defende uma política de inclusão digital, assente na promoção equilibrada e democrática de oportunidades de emprego através de plataformas *online*, sob a ideia de uma justiça social abrangente: «esta é a única forma de assegurar a motivação das pessoas e dos diferentes grupos, para que se sintam envolvidos na obtenção de novos conhecimentos» (2004: 9). Defende, assim, a procura de ocupações profissionais que se relacionem entre si no espaço cibernético, no mundo dos negócios, tendo como objetivo o progresso social. O autor sugere o desenvolvimento de programas de inclusão digital e social entre grupos específicos, como por exemplo, expatriados, idosos, povoações rurais e deprimidas economicamente, estrangeiros, imigrantes, portadores de limitações físicas ou mentais ou ainda grupos especiais, como hospitalizados, reclusos, e desempregados.

Simbolizando uma área recente no panorama concreto das vidas política e social de diversos países, incluindo Portugal, a EpM debate-se com um problema paradoxal, que se atribui justamente à sua forma de autoafirmação, contrastando com as diferentes práticas pelos países que a reconhecem com o devido crédito. Por vezes, existirá uma perceção pouco clara sobre o valor e o alcance das propostas contidas na EpM e na literacia mediática. Contudo, esta dificuldade poderá revestir-se de um importante estímulo, de procurar sintetizar num quadro orientador a forma como se pode, efetivamente, classificar sociedades e países no que toca aos seus graus de maior ou menor retrocesso dos parâmetros da EpM. Com efeito, e tendo em conta a dificuldade que esta missão acarreta, não só pelas disparidades socioculturais existentes, mas pela complexidade de quantificar uma determinada coletividade, pensamos que um desafio suficientemente aliciante poderia residir neste ponto, através de uma unificação internacional em

torno deste tema. A partir do momento em que esse quadro referente fosse definido, seria eventualmente menos complicado trabalhar áreas onde se poderia apostar num reforço de estratégias de compreensão social sobre os média. Parece-nos igualmente redutora a análise simplista que por vezes se realiza, que descreve o suposto 'avanço tecnológico' dos países em termos das taxas de penetração da rede de acesso à Internet ou até da utilização de serviços *online* pelos cidadãos. Neste modelo poderia ser configurado um esquema de combinação entre fatores quantitativos e qualitativos, entre os quais se deveriam incluir diversas áreas.

4. Da técnica contemporânea à ligação/compulsão aos média?

Parecem frequentes os relatos que a nível académico têm colocado a contemporaneidade na rota das inovações técnicas e tecnológicas. Apesar de este discurso não ser exclusivo da academia, percorrendo os espaços ideológicos da política e da sociedade em geral (Pereira, 2012), estaremos aparentemente no período que marca o advento dos circuitos eletrónicos que se assumem, nas palavras de McLuhan & Fiore (1967), numa extensão do sistema nervoso central. Neste contexto, será provavelmente importante realizar um conjunto de reflexões orientadas para debater o significado social da técnica, das máquinas e, em última instância, de novas ligações que percorrem os espaços quotidianos da atividade humana.

Numa contemporaneidade afincadamente técnica e maquinica, será porventura legítimo considerar um conjunto de reflexões que procura problematizar de que forma o contexto social vigente potencia eventualmente maiores índices de conectividade entre os cidadãos, o que, no fundo, pode vir a concorrer para a construção de uma cultura participativa adstrita ao campo mediático. As dimensões da atualidade, no quadro de uma cibercultura e de um ciberespaço envolventes, tornam de algum modo lícita a ideia de que existem substanciais alterações comportamentais, que, de um ponto de vista otimista, colocam os indivíduos perante uma atitude pró-ativa junto dos média. Por outro lado, tomaremos as 'ligações' técnicas como pretexto de uma ideia de 'participação' orientada, sob a perspetiva de José Bragança de Miranda, do convívio diário no «meio de conexões», de '*links*', do *online*. Estamos votados à participação, à 'interatividade', etc., etc. Algo de novo está a emergir (2001: 265)». Motivados pelo pensamento de Neves (2009), utilizaremos este espaço para refletir, sumariamente, sobre a forma como os pensadores e cientistas sociais têm pensado a técnica, como fator crítico para a

sociabilidade ou até mesmo como instrumento de progresso, ao mesmo tempo que um certo exorcismo denuncia a erosão e destruição das interações sociais pela tecnologia. Inscrevemos o nosso olhar para o conjunto de relações que se podem estabelecer por meio da técnica e que promovem uma determinada adesão à interatividade, à participação. Será justo pensar que se a técnica impulsionou a ligação entre pessoas, também ela motivou a participação mediática?

4.1 A contemporaneidade técnica: os (des)lugares da cibercultura e do ciberespaço

Nascida a partir da Revolução Francesa de 1789, a idade contemporânea sofreu com a pesada herança do Iluminismo, que tradicionalmente se associa a uma ideia de privilégio da razão, sob a crença de que as ciências iriam sempre descobrir novos caminhos para os problemas e as doenças que entretanto surgiriam (Rubim, 2000). Com o advento dos dois períodos bélicos que estremeceram o século XX, o ceticismo tornou-se numa nova disciplina, sobretudo depois de se perceber que as ameaças de conflitos nucleares e militares à escala global poderiam afetar um conjunto de populações em escalas sem precedentes, contrariando tendências seculares de guerras localizadas em espaços regionais ou de dimensões mais reduzidas.

Um dos primeiros sinais que demonstram o interesse da comunidade académica no estudo rigoroso desta era histórica terá acontecido nos inícios de década de 30 do século XX na Holanda, quando o Instituto de História Contemporânea decidiu começar a denunciar as atrocidades que o regime nazi estava a cometer na época (Catterall, 1997). Em Inglaterra, porém, o tema só começaria a ganhar relevo na década de 80, assumindo-se como uma preocupação da investigação nas universidades e alvo do debate político e público. Neste contexto, a mesma contemporaneidade que tinha sido responsável pela emergência e consolidação de regimes políticos tão distintos como a democracia, o comunismo ou fascismo, pela eclosão de dois grandes conflitos mundiais e pela franca expansão de um novo modo de vida baseado no capitalismo e consumismo, viria a atrair a atenção de um conjunto vasto de personalidades e intelectuais, interessados em refletir sobre o sentido da vida humana numa época tão distinta das anteriores. A este título, o aparecimento de organizações como o *Institut für Zeitgeschichte*, uma instituição alemã vocacionada para estudar a história contemporânea, surgiu num contexto em que nem a cortina de ferro que se instalara na Europa de meados do

século XX conseguiu reprimir outros exemplos de associações de estudo como no território da extinta Checoslováquia, Roménia, França ou Suécia (Catterall, 1997)¹⁵⁰.

Contudo, procuraremos sinalizar alguns pontos de uma contemporaneidade de inspiração técnica ou tecnológica, a partir de alguns debates que se produziram justamente entre a cibercultura e o ciberespaço, a técnica e máquina, o eu contemporâneo. A requisição da experiência tecnológica contribui para um entendimento inicial de uma época que não se dissocia de um sentido social enredado às tecnologias avançadas de mediação e comunicação. Para o filósofo José Gil, a contemporaneidade é um período que «não pode ser definido à luz dos termos ‘multiplicidade’, ‘rizoma’ ou ‘nomadismo’» (2001: 21). Apesar de o autor não reconhecer a multiplicidade de papéis que a entrada dos circuitos técnicos proporcionaram à vida atual, sobretudo na requisição tácita do domínio de competências tão díspares e complementares entre si, podemos, ainda assim, sugerir que a figura que encerra a manutenção de uma presença *online* suscita uma ausência de linearidade de caminhos, tarefas, entre a pesquisa de informação ou entretenimento, a conversação, partilha ou criação de conteúdo autónomo¹⁵¹.

Na verdade, as redes digitais obrigam, em diversas situações, a uma capacidade multitarefa, um facto que levou Lash & Urry (1994) a designarem esta era como o fim do capitalismo, onde tudo é difícil de segmentar claramente. Zigmund Bauman acredita que a metáfora da fluidez ajuda a explicar o estado da civilização quotidiana: «tudo se apresenta líquido e fluido, pronto a tomar qualquer forma» (2001: 8). Tendo em conta a recorrência dos discursos que atribuem à globalização o produto e/ou fator mobilizador de uma ideia de contemporaneidade, partimos, por isso, da ideia de globalização como vocábulo das relações sociais diárias (Baumann, 2001), reconhecendo-a como uma era promotora da descoberta do mundo com um fenómeno global e instantâneo, ainda que o conhecimento multicultural remonte à época dos Descobrimentos, em pleno século XV.

Este processo de globalização constitui um elemento que influi constantemente na (re)configuração da política, da economia, da cultura e da vida social, criando assim uma nova forma de vida em constante mudança em boa parte proporcionado pelo desenvolvimento

¹⁵⁰ Apesar de não nos determos no ponto em que divide os historiadores quanto à periodização histórica, um tema recorrente nesta comunidade científica, a contemporaneidade seria testemunha igualmente da crescente emancipação das mulheres, num cenário em que a idade eletrónica invadiu, a partir dos anos 90, a sociedade global, contribuindo para o armazenamento de informação de forma mais fácil e prática (Ostberg, 2004).

¹⁵¹ Repare-se num artigo de opinião publicado no portal português da Psicologia, Fátima Burlamaqui (2010), em que, pronunciando-se sobre os jovens e o contexto *online*, afirmava que «são essas as crianças e jovens que conseguem realizar várias tarefas ao mesmo tempo e ainda conseguem bons resultados na escola»: [http://www.psicologia.pt/artigos/ver_opiniao.php?codigo=AOP0260&area=d6&subarea=, acessido em 20/06/2012].

tecnológico avançado. Agora o que se observa é um conhecimento imediato trabalhado pela técnica, uma ideia que provavelmente terá inspirado Kevin Wayne Jeter, no seu romance *Noir* (1998), em que uma das suas personagens afirmava: «parem o mundo que eu quero sair!», um dos exemplos em que se verifica como também a literatura aproveitou este paradoxo de uma facilidade do cidadão em inscrever-se no mundo em rede, perante a dificuldade de sair dele, depois de imerso. No início do século XX, mais concretamente em 1909, já Filippo Tommaso Marinetti¹⁵² considerava que a sociedade vivia no absoluto, uma vez que o ser humano conseguiu criar a velocidade eterna onnipotente. Apesar de não explicar com propriedade a natureza onde radica o termo ‘absoluto’, poderemos ainda assim sublinhar a velocidade como força maquínica capaz de controlar o Homem, tendo este que se adaptar às suas vicissitudes.

Neste contexto, a contemporaneidade observada à velocidade da luz não se constitui propriamente num argumento recente. Tal como sugere Helena Pires, vivemos hoje inscritos no ciberespaço, conduzidos por veículos ultravelozes da cibercultura: «economizamos na nossa experiência atual e projetamo-nos num «vazio indeterminado, sem referências, num tempo real sem tempo, sem história, sem memória, sem direções no espaço» (2002: 288). As fronteiras tradicionais entre homem e máquina, corpo e ser, esbatem-se, numa mecânica dinâmica e voraz e em que as plataformas técnicas como são as máquinas atuam como extensão dos nossos desejos, um fenómeno híbrido (Pires, 2002). Discutir o papel da contemporaneidade deve igualmente reconhecer a importância que a eletricidade ocupa no quadro referencial que aqui construímos. De acordo com Hermínio Martins, «a sociedade dos anos 60 atribuía grande importância à energia: acreditava-se que a potência de uma comunidade poderia ser medida através de *watts* (antes era em *horse power* e antes disso *energy slaves*). Vivemos duas eras: a idade da informação e a idade da energia. A primeira oculta a segunda» (2001: 101). A noção de eletricidade como elemento que provoca adição comporta, nesta aceção, aquilo que poderíamos designar de uma força dupla: adormece os indivíduos, conseguindo causar neles uma relação de dependência entre eletricidade e o próprio homem, de forma que a não existência de um periga a relação; e aprisiona o indivíduo, uma vez que a relação Homem-

¹⁵²Na obra *Manifesto Futurista*, publicada a 20 de fevereiro de 1909, pelo jornal francês *Le Figaro*. A obra consistia em 11 itens que proclamavam a rutura com o passado e a identificação do homem com a máquina, a velocidade e o dinamismo do novo século.

máquina só subsiste se existir eletricidade, isto é, o ser humano encontra-se não só contratualizado a um dispositivo técnico, mas também a um esquema elétrico¹⁵³.

Ainda na caracterização da contemporaneidade, Bojana Kunst acredita que a atualidade é pautada pela «entusiástica consideração e recombinação de variados aspetos do ser humano (imaginação, artificialidade, biologia, natureza, paixão, sociedade, mãe, filho, pai, máquina, animal, sexo, comida, planta, etc.)» (2001: 253), o que desde logo contraria novamente a ideia de José Gil que rejeitava a noção de multiplicidade como elemento constitutivo de um retrato da nossa era. António Machuco Rosa defende, por isso, que «numa época em que tudo é digital, o computador não é mais do que um contínuo funcionando analogicamente» (2001: 135), introduzindo aqui uma noção que será retomada posteriormente, acerca de como se processa exatamente a fusão (e por que não, a confusão) entre o ser humano e a máquina, sobretudo na tentativa de muitos autores em etiquetar esta relação no seguimento de uma mobilização erótica. Precisando estas ideias de hibridez, confusão e profusão, Maria Molder (2001) defende a necessidade de distinguir entre a realidade e o simulacro, sendo que esta última dimensão poderá ser reconhecida como um elemento que cada vez mais se coloca à voz da discussão pública, nomeadamente com a intromissão dos espaços públicos de conversação *online* e de outras redes sociais que se vão criando através do mundo cibernético. A atualidade define-se pela ausência de um aqui e agora, em que a nossa existência se move em diversos espaços, por entre a experiência líquida que se divide em terrenos e areias movediças (Benjamin, 1991).

Uma das dimensões que poderíamos convocar para analisar a contemporaneidade diz respeito à cibercultura e ao ciberespaço, que configura um novo sentido de existência, uma renovada ambição de desenhar o mundo. Ainda que esta reflexão não procure discutir insistentemente a densidade teórica que se presta a este tema, a referência central às tecnologias desta época resulta, através de uma forma quase desapercibida, na rápida inscrição de termos como 'cultura digital', 'experiência eletrónica' ou 'virtual', na quotidianidade: «o desencontrar dos nomes, a falha essencial destes, é sinal de que a experiência contemporânea está em crise profunda, à qual o pensamento não pode ficar alheio» (de Miranda & Cruz, 2001: 11). A progressão da cibercultura, em certos sentidos da cultura, identidade e experiência de uma comunidade para os terrenos da digitalização e do *online*, instala-se definitivamente, quase

¹⁵³ Se Jean Jacques-Rousseau introduziu a noção de 'contrato social', na obra homónima de 1762, ao referir que todo o Homem se encontra contratualizado a uma determinada sociedade, até que ponto seria útil rever a relação entre Homem e máquina, do ponto de vista de uma contratualização técnica? Ou será que a técnica é apenas e só mais uma dimensão do social e por isso já está devidamente 'contratualizada'?

sem se ter percebido qual terá sido o momento exato em que chegou e que tipo de alterações realizou. Da mesma maneira, considera-se, tradicionalmente, a 'cibercultura' no segmento de um ponto de vista sociocultural (Lévy, 1999; Kerckhove, 1994), a partir do qual se consideram as relações trocadas entre sociedade, cultura e as novas tecnologias, a partir sobretudo da década de 70. A cibercultura reflete porventura um estado das plataformas digitais, na sua expressão máxima com a parte relacional com o ser humano, mas também uma certa ambição de querer dominar toda a atividade humana, num olhar tão amplo quanto possível, lembrando o esquema panóptico proposto por Jerémy Bentham, em 1785.

Por sua vez, o ciberespaço¹⁵⁴ designa uma realidade paralela, um novo quadro de comunicação que descarta basicamente a necessidade física e presencial da comunicação como fonte de relacionamento. A imaginação, ao criar uma representação figurativa anónima, está no cerne de todo o ciberespaço. Apesar de responsabilizarmos a Internet como o ambiente de trabalho do ciberespaço, a verdade é que as outras tecnologias digitais, como telemóveis, *paggers* ou os eletrodomésticos inteligentes, constituem todos referenciais para este campo (Jungblut, 2004). Anthony Giddens defende o ciberespaço como numa área emergente, potenciada pela expansão do comércio eletrónico que tem contribuído para aquilo que designa por 'transformações da intimidade' (1984). O ciberespaço coloca justamente em contraposição a ideia de realidade e de simulacro, uma consideração sensível a autores como Jean Baudrillard¹⁵⁵ (1991) ou Pierre Lévy¹⁵⁶ (1994). Neste contexto, Miguel Leal entende que os domínios da técnica, máquina, realidade, simulação estão umbilicalmente relacionados com a contemporaneidade, na medida em que «pensar o ciberespaço, mais do que opor real e virtual, é refletir sobre aquilo que permite transitarmos entre os dois. Da mesma forma que pensar a pirataria não é tratar da viagem entre dois pontos mas antes da deriva no espaço liso dos oceanos» (2001: 185). A metáfora marítima não foi aqui introduzida de forma despropositada:

«para uma análise do éter do ciberespaço, uma certa ideia da pirataria pode servir-nos como instrumento útil para a identificação de um conjunto de contradições que envolvem a própria noção de uma rede na qual nos perdemos como se de uma geografia instável e libertadora se tratasse, mas que também pode constituir uma teia pegajosa que nos tolhe os movimentos» (Leal, 2001: 184).

¹⁵⁴ O termo ciberespaço foi criado em 1984 por um escritor norte-americano, William Wilson, num livro de ficção científica intitulado *Neuromancer*. Este livro trata de uma realidade que se constitui através da produção de um conjunto de tecnologias, enraizadas na sociedade, e que acaba por modificar estruturas e princípios desta e dos indivíduos que nela estão inseridos.

¹⁵⁵ Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*, Paris: Galilée.

¹⁵⁶ Lévy, P. (1994) *O que é o Virtual?*, São Paulo: Editora 34.

Neste sentido, Leal (2001) procede à identificação de alguns traços ontológicos entre *hackers* e piratas. Para o autor, as semelhanças entre estes dois grupos reside numa ideia fantasiosa – «mirífica», como o autor prefere etiquetar – de uma globalização. Na verdade, a globalização parece, de alguma maneira, constituir-se num dado previamente adquirido que não será necessariamente uma conquista dos *hackers*. No entanto, Miguel Leal lembra que os piratas, tal qual os concebemos desde a imaginação recorrente, se apresentam como os *hackers* que navegam por um espaço imenso, sem rota pré-definida ou estabelecida, em busca de um controlo global dos sete mares. A água seria o elemento definidor do raio de ação da pirataria, ao passo que, numa perspetiva paralela, o ciberespaço surge justamente como essa área suscetível a correntes, movimentos e várias dispersões. Por água entende-se a armadilha na qual os novos artistas tecnológicos se deixaram enredar. Relembrando as palavras de Deleuze & Guattari (1987), o mar é um «espaço liso, heterogéneo, que abraça um tipo de muito particular de multiplicidades (...) não métricas, acentradas, rizomáticas, que ocupam o espaço sem o levar em conta» (cit. em Leal, 2001: 249).

Deste modo, o ciberespaço relaciona-se com a ideia de um universo «composto por indivíduos com desejos ardentes de ligação. O que move a ligação é a curiosidade e o interesse» (Coelho, 2001: 297). Os motivos que ativam os fenómenos da ligação podem ser metaforicamente propostos no sentido de compreender de que modo os cidadãos que se relacionam (ligam) aos média, pelas mais variadas formas de expressão nas suas produções. De acordo com Sónia Sebastião (2012) faltam elementos e uma teoria pós-moderna que seja capaz de satisfazer a resolução dos problemas de uma sociedade em rede, mas também em risco e paradoxal. Enquanto os fenómenos de partilha *online* operam, de certo modo, para a edificação de certos relacionamentos sociais, a sociedade organiza-se em torno de diversas características: nula, total, virtual e perdida, sem horizontes definidores. Além de se comprometer com a expansão do capitalismo, a contemporaneidade define as dimensões dos seres humanos pela noção de acontecimento, dissolvendo estruturas do ser, manifestadas agora no seu devir (Faia, 2005). Este período passa, por isso, por um carácter errático da vida e do destino humano como figura emergente, procurando exigir ao sujeito uma capacidade reflexiva e criativa, num «pensamento de fruição e de contaminação, ou seja, de inter-relação constante de referências múltiplas que projetam a vida social para além dos preceitos e das práticas pré-estabelecidas» (Faia, 2005: 2007).

4.2 A hegemonia da técnica e da máquina na transfiguração do 'eu' contemporâneo

No contexto da presente reflexão, consideramos a técnica e as máquinas como correlatos da contemporaneidade, ainda que não as tomemos como as grandes novidades deste período histórico. As máquinas, associadas a uma determinada técnica, grassam no espaço público num período que conheceu o seu apogeu na revolução industrial inglesa, de meados do século XVIII, cuja expansão culminou numa abrangência mundial. O sentido que aqui queremos transmitir é o de que a técnica contemporânea configurou e alterou, substancialmente, o conceito e o paradigma de 'ligação'. No entanto, é necessário, à semelhança do que se tem vindo a realizar anteriormente, discutir esta questão da técnica e da vertente maquinica propriamente dita no segmento de uma abordagem filosófica, de um entendimento próximo da produção do significado da técnica no tecido social ou, numa terminologia de uma disciplina de estudo, numa perspetiva próxima da semiótica social.

Embora possam apontar para o mesmo domínio, 'técnica' e 'máquina' encerram duas realidades próximas, inscritas possivelmente numa metáfora sensível ao mundo informático. Se no domínio dos computadores, o *software* consiste na vertente imaterial da relação (programas interfaces gráficos, textuais, etc.), o computador propriamente dito e demais acessórios (teclado, rato, impressora, *webcam*, entre outros possíveis de enumerar) representariam, eventualmente, o *hardware*. Semelhante consideração poderia ser levada em conta para explicar a relação entre máquina (*hardware*) e a técnica (*software*). Como veremos oportunamente, a questão da (i)materialidade acaba por ser decisiva para a definição de dois mundos definitivamente paralelos e adjacentes à atividade humana. A título exemplificativo, poderíamos considerar que enviar uma mensagem *sms* de um telemóvel pode ser entendido a partir da noção de técnica e máquina, que estamos a utilizar para esta reflexão. A competência através da qual é enviada a mensagem resume-se a uma técnica, pelo que o indivíduo deverá ter conhecimentos suficientes conducentes a essa tarefa. Por outro lado, a máquina, o objeto visível é o telemóvel. Como vemos neste exemplo, a questão da materialidade é definidora para a caracterização da técnica e da máquina, na era contemporânea¹⁵⁷.

O vocábulo 'técnica' provém do grego *techné* que significa arte. Como vimos anteriormente, a técnica pode ser vista como uma competência, uma faculdade. A este

¹⁵⁷ Este ponto recorda uma das análises que realizámos relativamente ao conceito de participação dos cidadãos nos média, na medida em que a intervenção no discurso mediático apresentará porventura uma vertente técnica ou maquinica (manusear os requisitos para efetivar a participação) e uma substantiva (relacionada com o conteúdo participado, a qualidade inerente a esse elemento).

propósito, Maria Teresa Cruz não nega a crescente intromissão técnica em todos os domínios da vida humana (2001). Os comportamentos humanos não conseguem desligar-se do efeito narcótico que a técnica estabelece. Com efeito, a autora acredita que a convergência técnica deu lugar à experimentação de sensibilidades, emoções e paixões. Contudo, a análise não se resume a intromissão do fator subjetivo e emocional no domínio da técnica. Cruz defende mesmo uma associação curiosa entre o psicadelismo e a técnica: «provocaram não só a transformação do corpo como a transformação da alma. A técnica moderna ameaça penetrar no corpo e fisicalidade do homem, como no que ele tem de espiritual» (2001: 31). Central para Maria Teresa Cruz acaba por ser o alerta de que «a alma e a razão não se devem deixar dominar por esse ‘jugo das paixões’ que é a técnica» (2001: 36). A técnica relaciona-se provavelmente à anterior metáfora justamente neste ponto, na medida em que possibilita um conjunto de condições que não configuram propriamente nenhum tipo de materialidade – paixões, sentimentos, ou como a autora preferencialmente refere, a ‘afeção’.

A imaterialidade que poderíamos atribuir à técnica aparece sinalizada igualmente por Bragança de Miranda, para quem «o procedimento tecnológico está a sobredeterminar a própria constituição da experiência» (2001: 270). Donna Haraway (1991) defende a ideia de uma técnica não neutra, sendo responsável pela criação de um mundo de conexões. Maria Molder discorda da ideia de uma técnica ‘não neutra’, uma vez que não tem imaginação, nem humaniza os comportamentos, apenas confere existência à matéria bruta: «parece, com efeito, que um equilíbrio tão constante como o que coordena, desde as origens, o papel da figuração e o da técnica não se possa romper, sem pôr em causa o sentido mesmo da aventura humana (2001: 225)». De novo, registamos a ideia de uma técnica que não é humana e tende a ‘corporizar’ movimentos. Igualmente podemos sugerir que se a técnica possibilita a passagem de um mundo imaterial para outro material, seria justo indagarmos esta transição nos termos das dificuldades dessa travessia, desses movimentos de retração, avanço, retrocesso. Comprovando a ideia de ligações dispersas pela atualidade, Mauss acredita que os objetos são «veículos de ligações que ajudaram a preparar a possibilidade de um controlo das ligações através do fantasma (e das imagens)» (cit. em de Miranda, 2001: 273). A primazia da técnica na vida do ser humano, sugerida pelos autores já referenciados, lembra uma contradição colocada à teoria marxista da técnica, uma vez que Marx considerava que o controlo humano iria sempre sobrepor-se ao domínio da técnica na existência humana. Na atualidade, as fronteiras da ação humana e técnica encontram-se de tal forma difusas, que poderíamos eventualmente pensar

que estas duas dimensões atuam no âmbito de uma interdependência mútua e que, na ausência de uma, a outra acabará necessariamente por fracassar, numa experiência perene.

Na linha de uma competência ou arte, a técnica define a sua extensão paralelamente a uma ideia de globalização, além de ter vindo a ser descrita como uma capacidade que ameaça absorver toda a atividade humana, comportando, assim, uma amplitude no seu campo de ação que será difícil de conceber num plano concreto, configurando outra prova da sua imaterialidade. Uma ideia retomada por Brian Massumi, ao utilizar a expressão de tecnosolstício, numa alusão entre o comprimento da técnica e o dia mais longo do verão ou inverno: «quando estou de pé, num prado, a minha sombra atinge um comprimento impossível, todo o comprimento do campo, bem fora de um passo meu» (2001: 107). Massumi associa a técnica ao corpo, no seguimento de uma teleencarnação: «tele significa distância, mas neste caso consiste em aumentar a vitalidade do corpo, impregnar o corpo humano de dimensões de ação e movimento abaixo e além dos seus limites» (2001: 109-110).

Embora não tomando a realidade mediática como pretexto exclusivo da sua análise, Helena Pires justifica a ligação às redes *online* pelo desejo de um sonho de libertação, «por entre caminhos errantes e atópicos» (2002: 288). Aliás, refletindo justamente sobre as ligações, Pires sublinha o desejo humano de aceder à imagem, de necessidade de sentir, no corpo e alma, a experiência 'fantasmagórica do desejo', típica desta era contemporânea. A investigadora defende que a força das ligações, *online* e *offline*, resumem a nossa experiência, apesar de admitir que a «passamos, pois, para uma experiência impressiva, penetrada pela técnica» (*ibidem*).

Com o advento dos espaços *online*, proposta de uma comunidade criada devido ao esforço da Internet, os computadores representam um símbolo referencial na aquisição de uma centralidade fundamental no contexto contemporâneo. Consideraremos o computador como ator principal neste palco, mas não ignorando os demais dispositivos máqunicos. Para Edward Fredkin, «os processos computacionais chegam a gerar a estrutura do universo. (...) A máquina é construída na expectativa, mais do que no objeto – a máquina é tangível, diante da qual já está sentado, já está morta» (cit. em Hayles, 2001: 168). Aqui poderemos encontrar a primeira diferença entre máquina e técnica: a tangibilidade. As máquinas possibilitam uma experiência física, de contacto experimental, enquanto a técnica, mais alicerçada no âmbito das competências, estará no domínio de um outro tipo de tangibilidade, dependendo da motivação/disponibilidade do indivíduo em possuí-la ou apropriar-se dela. Ainda centralizando a questão no computador, Hélder Coelho refere que «a capacidade de um computador não

consiste em apenas ligar-se a ele próprio, mas sim na capacidade de ligar e desligar outros» (2001: 298), enquanto Friedrich Kittler (2001) destaca a 'marcha triunfal' do computador, devido à rápida e abrangente influência que conseguiu reunir para si próprio na atualidade.

Por outro lado, retomaremos algo comum à técnica e à máquina: a vertente afetiva, da emoção e subjetividade. Para Deleuze & Guattari (1987), as máquinas constituem um agenciamento, uma possibilidade de desejo. Para Gil (2001), a relação homem, máquina passará por, tal como na perversão sexual, pela estimulação desse prazer. A 'maquinação das paixões', uma proposta de Maria Teresa Cruz (2001), alerta justamente para o ponto comum entre técnica e máquina: a vertente afetiva, sentimental que prende, move e aprisiona o indivíduo, que liga, relaciona e dispõe aos seus condicionalismos e, sobretudo, a ser afetado por eles. Daí que Cruz (2001) refira a ideia de que a ligação – concebida aqui entre ser humano e máquina, não ignorando a técnica – sugere influência, entre um *pathos* (paixão) e *affectionis* (afeção), termos que designam igualmente o campo da patologia ou doença, algo que procura desvirtuar a própria natureza humana» (2001: 38). No campo das configurações participativas entre os cidadãos e os média, poderemos igualmente tomar este ponto como uma forma de abordar a estrutura técnica e maquinica que subjaz a essa relação, sobretudo na tentativa de explicitar a forma como se processa uma certa 'mobilização erótica' para a ligação, participação ou interação entre estes dois grupos. No contexto deste trabalho, podemos apontar a técnica como o conjunto de abstrações desenvolvidas por estes dois agentes, que os tende a relacionar-se entre si, desde as motivações que ambos partilham nessa interação, ao domínio das máquinas, ou elementos físicos, que ambos utilizam para concretizar essa relação.

Do ponto de vista do ser humano, que corporiza estes movimentos técnicos, uma das suas características mais distintas residirá provavelmente na gestão própria do seu destino, através de novas formas de experiência individual, de interações sociais pensadas e ponderadas por si que convergem na construção de uma identidade no quadro de diversas relações interpessoais (Faia, 2005). Neste contexto paradigmático em evolução, Paulo Cunha e Silva refere que «estar ligado, estar *online*, passou a ser um dos atributos mais recorrentes da condição contemporânea. A discussão da identidade do novo info-ser surge, assim, como uma questão central perante o conjunto de perplexidades que se colocam à (...) condição digital» (2001: 9). Não obstante este tecido técnico, Maria Teresa Cruz sugere a ideia de sensibilidade: «atenção, distração, choque, trauma: termos centrais no sujeito moderno, no quadro de uma revisão psicofisiológica da subjetividade do século XX» (2001: 32). Já para José Augusto Mourão,

o 'eu contemporâneo' não é mais do que um «indivíduo atomista das luzes» (2001: 89). Este indivíduo, como poderíamos deduzir a partir da análise de Mourão, reside num átomo, numa esfera individual. João Barrento segue a mesma ideia referindo que o ser humano, na atualidade, «vive como numa ilha, desamparado, vulnerável, dividido no seu vaivém entre o mundo de dentro e o de fora, cadeia e janela, sonho e rua» (cit. em Mourão, 2001: 89). Na sua ligação às tecnologias, Mourão acredita que o cidadão cada vez menos referencia a cidadania com base no território, optando por privilegiar uma ideia flutuante e em movimento, arraigada à Internet e ao espaço cibernético. Helena Pires, recordando uma ideia de Derrick de Kerchove, introduz a questão de um 'eu expandido' numa renovada experiência psicológica com implicações diversas: «a melhor vingança contra as psicotecnologias que nos transformariam em extensões delas próprias é incluí-las na nossa psicologia individual. Um novo ser humano está a nascer» (2002: 294-295).

De acordo com Helena Pires, o ser humano atualmente concebido poderá ser identificado a partir de diversos ângulos como um indivíduo: 'estranho', uma vez que se encontra «rendido à loucura psicótica da atração e à morte da experiência, ao mesmo tempo que goza uma ilusão de vida na sua ligação à realidade virtual» (2007: 295); 'livre', uma vez que tem a possibilidade de criar autonomamente a sua identidade; 'enredado', devido às teias que, de forma metafórica o ligam à vida profissional, social ou privada; 'perigoso', por ter a capacidade de satisfazer, eventualmente, os seus caprichos que podem ser réplicas de uma existência virtual, desenquadrada de um tempo e espaço reais; e, por fim, atuar em modo «*on/off*, porque expandido para fora de si mesmo, ligado a um novo sistema que o obriga a repensar a (des)ligação sentida com a identidade perseguida» (*ibidem*).

4.3 A 'mobilização erótica' dos cidadãos em torno dos média

A experiência da comunicação operada pelos média revela, num nível mínimo, uma ligação à sociedade civil, tal como já observámos. Os cidadãos que dela fazem parte encontram-se enredados numa teia de sons, imagens e palavras, num imenso mapa em rede. Neste contexto também poderíamos ser levados a refletir sobre a natureza participativa dos cidadãos nos média como uma ligação. Recuperando algumas das considerações realizadas a propósito da definição do conceito central a este trabalho, entendemos conveniente considerar que a participação, num ponto preliminar, envolve qualquer contacto desenvolvido entre um indivíduo

com os meios, mesmo que esse comportamento se resume simplesmente à leitura, à escuta ou ao visionamento. Em certo sentido, na ausência deste contacto, entendemos que o cidadão deixará de participar, numa ideia de participação-ligação. Neste contexto, afastamo-nos de uma ideia exclusivamente técnica relacionada com o termo 'ligação'¹⁵⁸. Neste contexto, a experiência da comunicação na contemporaneidade obedece a um momento (inter)subjetivo no quadro de um renovado universo simbólico. A criação e a recriação permanente do sujeito pautam-se pela descoberta da interação e na comunicação com o outro, pelo que o problema da interação e da relação se tornou «o grande paradigma de interpretação dos fenómenos de construção identitária, qualquer que seja o âmbito científico ou a disciplina em questão. O conceito de identidade tornou-se inseparável do de alteridade» (Faia, 2005: 2009). Daí que Gossiaux (1997) tenha sublinhado que a identidade não representa uma qualificação individual, antes uma relação interpessoal baseada numa linguagem comum, o ser só se constitui como tal na sua interação com o outro.

Retomando, porém, a ideia de uma ligação através da técnica, que a nosso ver amplia as possibilidades relacionais, parece que este fator poderá ser útil para a compreensão de uma cultura de densificação de rituais por códigos particulares, e de formas de interação social. Os média deparam-se frequentemente com esta situação, sobretudo ao pedirem contribuições dos seus públicos recorrendo a ferramentas tecnológicas. Como recorda Maffesoli, a contemporaneidade técnica oferece um interessante paradigma em que se discute a forma como se gerem este tipo de costumes. A transição para audiências presumivelmente mais ativas recorda um «*ethos* enraizado que, sub-repticiamente, de forma subterrânea, tece uma ligação entre os indivíduos a partir de uma participação comum, a uma assembleia mais vasta onde não estão os elementos, mais importantes, certos, mas não dominantes» (2007: 106). Ao sublinhar a ideia de uma 'crise' nas ligações, Bragança de Miranda (2001) defende a pouca reflexão sobre o sentido de estar ligado a algo ou a alguém: «em tempos de crises, as ligações esmorecem para dar lugar a novas mais fortes e mais evidentes, até que a própria questão seja esquecida» (2001: 262). Por outro lado, esta ligação poderá configurar uma identidade: «vivemos numa espécie de primitivismo *ultra-tech*, tudo está a ficar ligado: coisas, imagens, objetos, corpos e máquinas. Ora, o humano expressa-se na tensão que liga e desliga, com todas as suas hesitações e aleatoriedades» (de Miranda, 2001: 269). Num panorama fértil em ligações

¹⁵⁸ Helena Pires questiona a ideia de desligamento, nomeadamente se os seus efeitos serão benéficos ou prejudiciais. Pires considera, por isso, que as ligações são a «possibilidade de reencontrarmos, quem sabe, a emoção perdida do nosso existir» (2002: 295).

técnicas surgiu um novo léxico no quotidiano, como recorda Mourão: «‘conectividade’, ‘interatividade’, *online*, *wired*, ou *webness*⁵⁹ (...) Internet, *WWW*, *usenet*, correio eletrónico e *intranet* são as palavras que melhor definem os anos 90» (2001: 81). Contudo, para José Gil, as ligações devem ser entendidas no segmento de um desejo, em torno de uma inteligência, de um pensamento e corpo. Paralelamente ao desejo, Maria Teresa Cruz (2001) destaca a procura de ligações como consequência de uma necessidade de o indivíduo experimentar sensações fortes, ou de determinadas afeções, como se fossem drogas.

Neste sentido, as ligações atuam na esfera da subjetividade e numa estrutura atomizada de sociedades em indivíduos. Estar ligado aos outros supõe uma certa disponibilidade para se deixar afetar (Cruz, 2001). A ligação pode, por outro lado, significar intenção de informação, querer ter mais conhecimento, ou então sinónimo de entretenimento, devaneio. Com efeito, José Gil considera que a sociedade recebe informações inconscientes e reage como se obedecesse a ordens imperativas: «como se, num jogo de xadrez, a qualquer momento da partida, se jogasse a última jogada: todas as peças estão condicionadas pelo único lance de uma só peça que detém a força de modular a energia de toda a rede» (2001: 26)». Ora, se para José Augusto Mourão, a ligação se reveste de inevitabilidade, num mundo rodeado de redes imperecíveis, Eduardo Prado Coelho observa a ligação como um símbolo de «agilidade, intensidade, flexibilidade, crescente e capacidade vibratória» (2001: 233). Neste mundo pleno de agilidade, as ligações estendem-se até ao mundo da comunicação, hoje atravessado por tecnologias avançadas que reúnem redes de informação e de comunicação, onde surgem igualmente «relações governadas por interesses, gostos, afinidades, afetos e pragmatismo. Nelas, as relações são móveis e determinam o poder como também o produzem (...) atravessando redes locais para ações e culturas mais complexas» (Pinheiro, 2007: 3). Do ponto de vista político, Pinheiro acredita que as ligações recuperam o sonho da democracia na sua concretização plena e efetiva, entre a junção de vários ‘nós’ que trocam entre si os papéis de emissores e recetores: «poderíamos dizer que elas propõem uma anarquia com governabilidade através da colaboração, deliberação, consenso e práticas mútuas de ajuda» (2001: 5). A intenção das ligações passa pelo desejo de alcançar lugares geograficamente distantes e todos os públicos. Steven Shaviro refere, por seu turno, uma ideia já levantada por alguns autores, que asseguram

⁵⁹ «A *webness* é também um critério estético que implica beleza nos padrões de interconexões», refere Bragança de Miranda, no artigo «A cibercultura em debate», no *Jornal de Letras*, edição de 10 de janeiro de 2001, página 22.

um certo discurso inevitável de pertença a ligações técnicas: «atualmente vemos conexões e redes em tudo. Achamos que a inteligência é um fenómeno distribuído, em rede» (2001: 198).

Se analisarmos a questão da ligação aplicada aos média, podemos sugerir que a ligação entre públicos e órgãos de comunicação social, através da técnica (como são evidentes os casos dos espaços de opinião pública disponibilizados pelos órgãos de comunicação, através do telefone ou da Internet) poderá ser igualmente motivada por uma certa afeção e atração pelos média. A compulsão dos cidadãos em conviver perto das fronteiras mediáticas concretiza-se, nos termos de Michel Maffesoli, numa «analogia afetiva, uma vibração, um *feeling* de reconhecimento no outro, como tipos de experiência do ser coletivo» (2007: 112). Esta procura de obter no 'outro' a figura do conselho, (in)formação, resulta, para o autor francês, de um individualismo moderno: «dentro da diversidade e um sentimento próprio de coletivo (...), na curiosidade da participação» (2007: 116). Para o sociólogo francês, esta ligação aos média simboliza um comportamento individual de um porta-voz da vida, um espaço aberto a mutações significativas, de opinião e representação do mundo. Este ponto acaba por justificar a importância da inscrição da voz do cidadão nestes espaços mediáticos, vocacionados, em parte, para a formação de uma opinião. A participação tornada coletiva, de acordo com os «altos e baixos de um dado mundano» é imperfeita mas, mal ou bem, obriga o indivíduo a acomodar-se (2007: 119).

De acordo com alguns autores, estes movimentos que se organizam junto ao centralismo promovido pelos média na vida quotidiana, sobretudo os de maior intensidade e afeção, resultam na ideia de uma 'mobilização erótica', em que as ligações mais inquietantes dos nossos dias aparecem na fotografia, televisão, no cinema, vídeo, em palcos onde os corpos se multiplicam em imagens sonoras e visuais¹⁶⁰. Partindo da «mundialização de afetos» que está na agenda dos efeitos dos média (Mourão, 2001: 76), as representações de ordem operativa, informativa, comunicativa, persuasiva ou apelativa, entre outras, contribuem para um acompanhamento permanente da atividade mediática pelos indivíduos. Neste quadro de mobilização e atração erótica, Bragança de Miranda introduz a dimensão do 'inconsciente erótico', praticamente glosando um termo de Benjamin, que prefere destacar um 'inconsciente ótico', ao nível das tecnologias de reprodução de materiais mediáticos. Para o investigador, a técnica abala o sintético, «mostrando a sua analiticidade constitutiva, revela o que se dissimula

¹⁶⁰ O livro *De la séduction*, de J. Baudrillard (1988), apresenta uma aproximação a esta intuição. Para Baudrillard, tudo já se transformou num mero jogo de signos.

na aparente opacidade do existente» (2001: 271). Para Maria Teresa Cruz, o conceito de mobilização erótica representa

«a mobilização geral para a ligação. Uma máquina para a mobilização de celibatários. O verbo ‘mobilizar’ veste bem a ação da técnica, juntamente com a afeção (...) (*affectatio, affectations*), que significa um comportamento artificial, próximo do fingimento e da simulação, tem esta mesma conotação de desvirtuação» (Cruz, 2001: 38).

A discussão sobre a mobilização erótica não escapa à análise de Slavoj Žižek, na obra *The Plague of Phantasies*, ao indagar a intromissão da técnica na vida do homem, ao ponto de os tornarem num contínuo, que operam juntos, abolindo quase as fronteiras entre ambos. Žižek recupera esta confusão de elementos em curiosas interrogações: «estarei vivo ou morto, serei uma máquina (funcionará realmente o meu cérebro como um computador) ou um ser humano vivo (com uma centelha de espírito ou outra coisa qualquer não redutível ao circuito computadorizado)?» (1997: 136). Neste jogo de profunda confusão entre máquinas e técnicas, Helena Pires refere-se a uma completa osmose, num ambiente digital que se comporta como uma extensão dos nossos desejos:

«descobrimo que a máquina não é um brinquedo, não é uma máquina, e não é um ser humano: é um híbrido, qualquer coisa como o *cyborg*. A antiga ligação erótica de que falava Platão, em *O Banquete*, transita agora para a sexualidade, isto é, para uma ‘erótica generalizada’. A ligação mestre-escravo mantém-se, embora transporta para os não-lugares da representação e do imaginário, os quais têm por condição o fim do ‘corpo’ e a morte da relação» (2002: 289-290).

Passando especificamente pelo campo dos média e do jornalismo em particular, podemos sugerir, auxiliados com os contributos de diversos autores, que as novas possibilidades técnicas, desde a Internet ao telemóvel, passando pelas câmaras digitais, entre outras, conferem novas possibilidades performativas de ligação, sendo que na base desse comportamento surgem eventualmente as questões da afeção que atravessam a pele do ser humano. Entre apologias e recuos nesta ligação, a verdade é que a resposta mais verdadeira está no lado do Homem. Não conseguindo desligar-se totalmente dos laços (ligações) sociais e técnicos, resta perceber até que ponto poderá chegar esta mobilização erótica, de um ser humano feito de paixões, perigos, enredos, ligações e desligações.

5. Antecipando estímulos e constrangimentos na participação dos cidadãos nos média

Ao longo deste segundo capítulo, reconhecemos o papel preponderante da técnica e da tecnologia na reconversão teórica de audiências passivas para ativas, embora não tenhamos esgotado a nossa análise a essa sugestão. Desta forma, após termos colocado o foco da vertente digital e *online* na eventual promoção da participação nos média, discutimos conceptualmente esta realidade, tentámos enquadrá-la no teatro das diferentes considerações sobre EpM e literacia mediática, até ao ponto de questionarmos a mobilização em redor dos média, como se de um movimento erótico se tratasse.

Neste ponto em específico procedemos a um ensaio sobre as próximas linhas desta investigação que se debatem pela caracterização do espaço público participativo operacionalizado pelos média portugueses. Neste contexto, daremos especial foco à questão das motivações e dos constrangimentos, uma vez que a definição destas questões podem eventualmente ajudar os média a refletir sobre os formatos participativos que disponibilizam para as contribuições dos indivíduos. Conscientes da natureza psicológica deste tema, consideramos que as razões que justificam a participação e os motivos que a desmotiva encerram um conjunto de reflexões sobre o papel das emoções que se estabelecem entre os média e os cidadãos. Tal como sugere Lazarus (1991), as emoções podem ser catalogadas em estéticas (relacionadas com as preferências quanto aos modelos de comunicação, através de imagens, sons, vídeo, texto, por exemplo), positivas (sentimento de bem-estar, alegria, felicidade, amor, afeto, etc.) e negativas (de experimentação catártica, sentir medo, tristeza). A dimensão emocional dos meios de comunicação poderia eventualmente propor-se como um eixo interpretativo nos estudos em comunicação. Ora, se a motivação pode recolher força no seio de um sentimento intrínseco, específico ao cidadão, podemos especular sobre as estratégias mediáticas que captam as audiências do ponto de vista emocional, algo que tem despertado o desenvolvimento desenfreado de matérias sensacionalistas ou de conteúdos que incitem claramente à polémica para recolher a contribuição do público (León, 2011).

5.1 O conceito de 'motivação'

Analisar a perspetiva da motivação, colocada sob dois pontos de vista – dos cidadãos e dos média – procura contribuir para a justificação do movimento que relaciona estes dois agentes sociais, agora que as fronteiras de receção e emissão não apresentam porventura os mesmos contornos. Para tal, sublinharemos algumas considerações teóricas que têm procurado enquadrar a densidade intrínseca ao conceito de 'motivação'.

Naturalmente conotada com a psicologia, a motivação pode ser vista como a condição do organismo humano que sugere a tomada de decisão para atingir um determinado fim ou objetivo (Rudolph, 2003). Oriunda do latim *moveres*, que significa mover, tomar uma direção, desde logo compreendemos que esta definição se pode enquadrar num momento em que alguém se sente despertado por um interesse em completar uma determinada ação. De acordo com a *Infopédia*, sentir-se motivado consiste num «conjunto de fatores que determinam a conduta de alguém, processo que desencadeia uma atividade consciente»¹⁶¹. Por outro lado, estudar a motivação concretiza a possibilidade de analisar a generalidade de princípios que se prestam à compreensão dos motivos que originam determinadas situações específicas, as escolhas e as ações humanas, tal como referiu Mook, sobre a psicologia da motivação (1996). Já para Rheinberg (2000), a motivação é um constructo que se dedica a avaliar o sentido momentâneo do pensamento humano, da atenção à ação, conotada com uma metodologia positiva pelo indivíduo.

Numa perspetiva que aproxima a psicologia da medicina, Branković & Paunović (1999) colocam a motivação no seguimento de dois paradigmas teóricos: a conceptualização dinâmica do mundo e a teoria da evolução. Para os autores sérvios, a primeira abordagem explica a conceção de um comportamento humano que avalia permanentemente as estruturas do mundo, enquanto a segunda relaciona a proximidade do ser humano na convivência com determinados organismos da vida e a utilização de determinadas partes do seu corpo e o seu respetivo desenvolvimento. Apesar de esta análise se inscrever no domínio da psicologia clínica, sensível à área onde estes autores desenvolvem os seus trabalhos, estas linhas acabam por ser coerentes na construção de um enquadramento das várias maneiras de definir a motivação. Além de construirmos a motivação como um estado que resulta de processos internos e externos ao indivíduo, em que um indivíduo persegue um determinado objetivo (Rollinson & Broadfield,

¹⁶¹ [<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/motiva%C3%A7%C3%A3o>, acessado em 21/06/2012].

2002), procuramos definir e confrontar alguma da literatura que têm abordado esta questão em particular. Trataremos, pois, de argumentar que toda a atividade participativa que envolve cidadãos e média, independentemente da origem do contacto, configura um quadro de justificações, motivações, no sentido de alcançar um determinado objetivo ou finalidade. Seria, por isso, ilícito considerar a presença de uma determinada comunidade participativa sem registar diferentes níveis de participação. Na verdade, partindo deste reconhecimento um tanto básico, colocaremos esta premissa à submissão da seguinte abordagem empírica, sobretudo através da indagação sobre as justificações que os participantes enumeram nesse sentido, para além de compreender as razões partilhadas pelos diferentes órgãos de comunicação social.

Este ponto encerra algumas considerações próximas da psicologia, pelo que poderíamos convocar o trabalho de Walter Lippmann, no início do século XX. Os apontamentos retirados do entendimento de Lippmann procuram conformar um certo grau zero das nossas aceções sobre os diversos fatores que podem concorrer para a diminuição ou aumento da participação. Embora a análise que elabore não se enquadre justamente à esfera pública dos média, apoia-se em fortes conhecimentos da psicologia da motivação. Neste ponto, recolhemos algumas das sugestões mais importantes para tentarmos refletir sobre o comportamento participativo que estudamos. Com efeito, lembrando que os psicólogos consideram que existe um número indefinido de possibilidades, variantes, fatores que podem, de facto, desencadear um estímulo, Lippmann refere que «se considerarmos que todas as tendências das pessoas, os seus apetites, amores, ódios, curiosidades, desejos sexuais, medos e lutas, são perfeitamente enquadráveis em todos os tipos de objetos como estímulos, e a todos os tipos de objetos como gratificação» (1922: 103). Para Lippmann, o desafio de compreender a natureza humana, nomeadamente algumas das motivações inerentes a essa condição, resulta numa tarefa menos complexa do que se poderia eventualmente considerar, tentando desmitificar um pouco esta questão¹⁶².

Neste contexto, Lippmann considera que o rendimento individual pode interferir na capacidade de um homem em aceder ao mundo para lá da sua vizinhança, uma interpretação que tanto pode ser lida a partir de um ponto de vista factual, como simbólico: «com dinheiro, ele [o cidadão] pode contornar todos os obstáculos tangíveis da comunicação, viajar, comprar livros e jornais, e trazer consigo uma panóplia de factos que lhe interessam sobre o mundo» (1922:

¹⁶² A discussão que o autor realiza a propósito dos estímulos direciona-se numa linha oposta àquela que Marx e Lenine historicamente nos habituam a pensar, uma vez que Lippmann defende que, contrariamente à proposta destas duas figuras marcantes da história do século XX, o comportamento social das pessoas está ainda por conhecer. Apesar de reconhecer muitas áreas desconhecidas na motivação, Lippmann defendia que as diferenças residem fundamentalmente do papel meramente subjetivo das consciências individuais.

27) A posição económica, por sua vez, não depende necessária e exclusivamente da quantidade de dinheiro, antes de uma capacidade individual em aceder a certos círculos financeiros e empresariais, igualmente. A natureza ou qualidade da vida laboral determina igualmente um certo *status* e uma predisposição para aceder a determinados círculos da vida social. Os códigos morais, propostos por Lippmann como pessoais, familiares, económicos, profissionais, legais, patrióticos e internacionais, configuram um olhar particular sobre o mundo e os factos. Paralelamente a esta inscrição moral no âmbito do envolvimento cívico, o autor sublinha a interferência do tempo na formação de opiniões. O 'tempo social' é o mais complexo para Lippmann, uma vez que sugere a decisão e o cálculo que cada um realiza para pertencer a um determinado espaço na história de uma comunidade, distinto do 'tempo geológico' que contabiliza taxativamente os segundos em que decorre a operacionalização da vida individual, sujeita aos estrangimentos sociais: «a pessoa que utiliza uma conceção errada de tempo varia entre o sonhador e aquele que ignora o presente, até ao filisteu [pessoa de gostos vulgares e sem interesse pelas artes, bronco¹⁶³] que não consegue perceber nada» (Lippmann, 1922: 76).

Por outro lado, Lippmann recorda a teoria de Madison (1787)¹⁶⁴, na medida em que a tendência para a factualização dependerá da religião, das opiniões políticas, dos líderes ou até mesmo da distribuição da propriedade, além da existência de certas perspetivas socialistas que indicam que a capacidade económica está relacionada com a criação de uma certa opinião. Aludindo igualmente ao contributo de Thorstein Veblen, Lippmann acredita que os homens que trabalham com máquinas tendem a interpretar a realidade de um modo totalmente díspar dos artesãos ou comerciantes. O autor considera ainda que o princípio de formulação de opiniões obedece, frequentemente, a um critério de atribuição de credibilidade aos rostos, vozes e figura física das pessoas, deixando a natureza, qualidade e pertinência dos argumentos por elas defendidas num completo segundo patamar da avaliação da realidade. Também lhe mereceria um comentário a ruralidade em confronto com o urbanismo. Para o autor, a ruralidade predispõe os indivíduos a maiores níveis de envolvimento cívico, pela relativa facilidade de contacto generalizado, pelos laços adjacentes que se estabelecem, pela pessoalidade que as práticas, os vizinhos e as situações aí tomam lugar.

Ora, precisamente a partir deste autor, podemos recordar o debate produzido nos inícios da década de XX entre Lippmann e Dewey sobre a introdução do cidadão como elemento

¹⁶³ [<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/filisteu>, acessado em 22/06/12].

¹⁶⁴ A referência surge igualmente no livro de George Carey (1995) *In Defense of the Constitution*, Indianapolis: Liberty Fund.

eventualmente preponderante na construção da democracia e debate público. Na verdade, recuperando algum desse trajeto de ideias, podemos pensar na sua atualidade, não obstante um distanciamento temporal considerável. Com a obra a que já aludimos, Lippmann discute vários posicionamentos suspeitos e críticos relativamente ao modelo de democracia popular a implementar. Para Lippmann, a chamada ‘democracia participativa’ resumia apenas uma forma inoperável de relacionamento entre cidadãos e política, explicando que o debate democrático não seria mais do que uma fantasia e um mito. 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’. Aliás, a crítica do autor aparenta conter uma dimensão mais profunda, para quem os cidadãos apresentam pouca sensibilidade para a realidade objetiva, uma vez que as suas ideias sobre o mundo existem apenas num plano de estereótipos, derivadas de um processo *top-down*. Na verdade, 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.

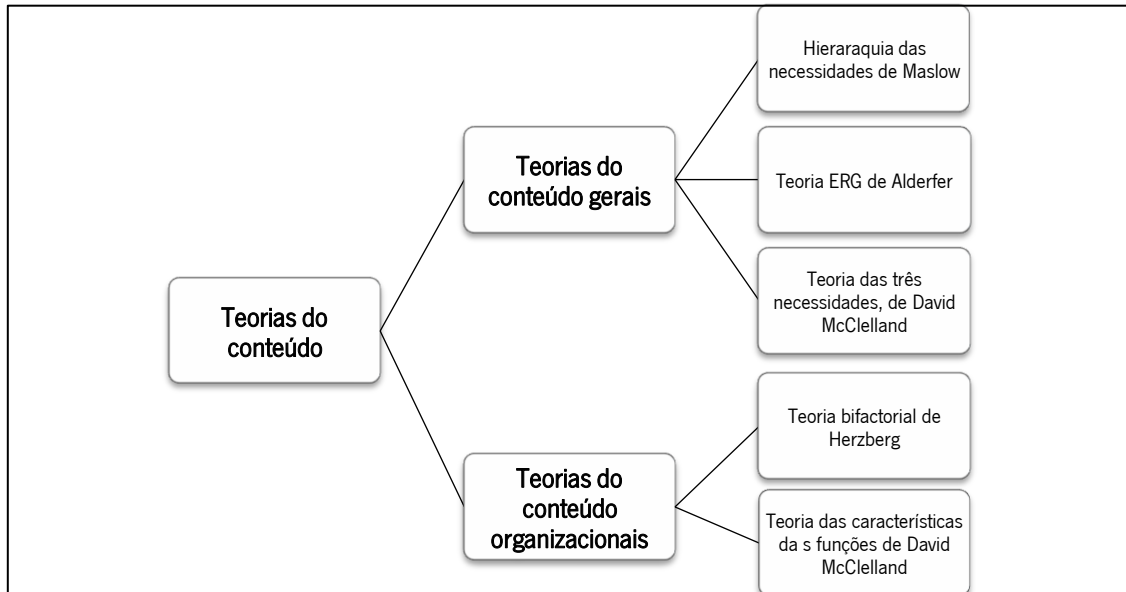
Motivado por algumas das reflexões, John Dewey responderia a algumas destas questões em dois livros, *The New Republic* (1922), e mais tarde com *The Public and its Problems* (1927). Em breves traços, para Dewey, a democracia não deveria depender inexoravelmente de líderes das indústrias e dos administradores mais bem colocados social e politicamente. A deliberação pública no processo político reveste-se, portanto, numa prioridade para este autor, apesar de assinalar que se deveria, a este propósito, conduzir devidamente o debate público. Para tal, 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.

Por outro lado, não obstante o desprezo que Lippmann sugere pela democracia participativa, devido à falta de iniciativa política, Dewey considera que esta possibilidade teórica de organização política do cidadão nesta esfera terá de lidar com as vicissitudes que se colocam junto de um público menos instruído do que o idealmente pensado. Esta crença no potencial do público em Dewey radica inevitavelmente na defesa de um papel mais ativo para além de momentos pontuais como eleições, sufrágios, referendos e manifestações. Em suma, o autor pensa a democracia, na esteira do público, como uma forma de organização do trabalho, vida e aprendizagem mútua e contínua, assente num modelo ideal de um governo que sirva os interesses das pessoas. Em termos genéricos, o que distingue Lippmann de Dewey repousa na crença distinta que partilham na capacidade de o público em governar-se a si próprio, ou mesmo no papel da educação na formação individual das lideranças, entre outros aspetos.

Partindo agora do contributo de diversas personalidades que se dedicaram a sistematizar as reflexões sobre as formas de caracterizar a motivação, podemos resumir e categorizar as abordagens conceptuais à motivação em dois grupos: as teorias de conteúdo e as teorias de processo (Gouveia & Baptista, 2007; Cunha *et al.*, 2004). Com efeito, este trabalho não procura abrir uma avenida nova neste domínio, antes demonstrar algumas das reflexões que cada teoria promove na compreensão e enquadramento deste tema, o que no fundo servirá para, de algum modo, pensarmos na natureza das motivações que encontraremos no seguinte apartado metodológico. Deste modo, recortemos algumas das principais linhas de pensamento das várias teorias que podem auxiliar a nossa reflexão (organograma 7).

Organograma 7 – Enquadramento das teorias do conteúdo, no âmbito da tipologia das teorias gerais da motivação

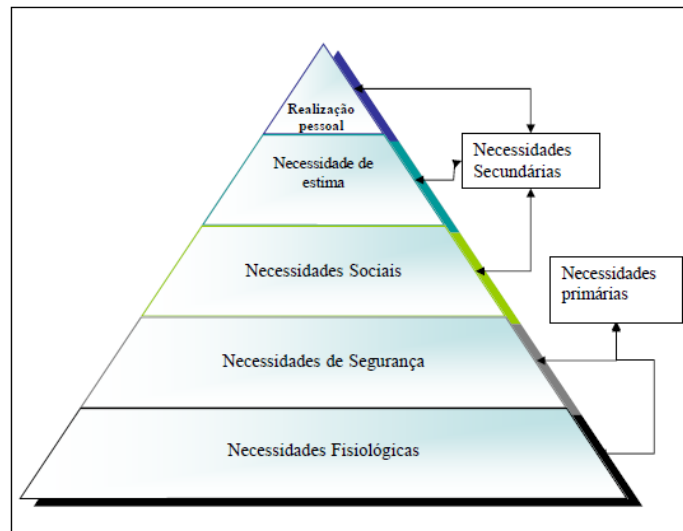


Fonte: Gouveia & Baptista (2007).

Deste modo, este conjunto de abordagens teóricas reflete principalmente sobre as necessidades do indivíduo, que se prestam a promover ou desincentivar certas atitudes do ser humano. Estas teorias ajudam a explicar as razões que desencadeiam um mau desempenho, atrasos ou faltas, baixo nível de esforço, mau comportamento, etc., além de uma avaliação das recompensas com base na sua capacidade para atingir um determinado fim.

Com efeito, a Hierarquia das Necessidades de Maslow procurou compreender o homem num enquadramento multidimensional. Em 1954, o psicólogo norte-americano desenvolveu uma das teorias mais conhecidas nesta área, centrada no conceito de autorrealização, de desenvolvimento máximo dos potenciais de cada ser humano, uma vez que cada pessoa atinge a sua compleição plena na atualização dos seus potenciais (Gouveia & Baptista, 2007). Para tal, Maslow desenhou uma pirâmide das necessidades, em que cada um tem de percorrer uma série de etapas para atingir a referida autorrealização, naquele que será provavelmente um dos contributos mais conhecidos neste domínio, como indica o organograma 8:

Organograma 8 – A pirâmide das necessidades de Maslow (1943)

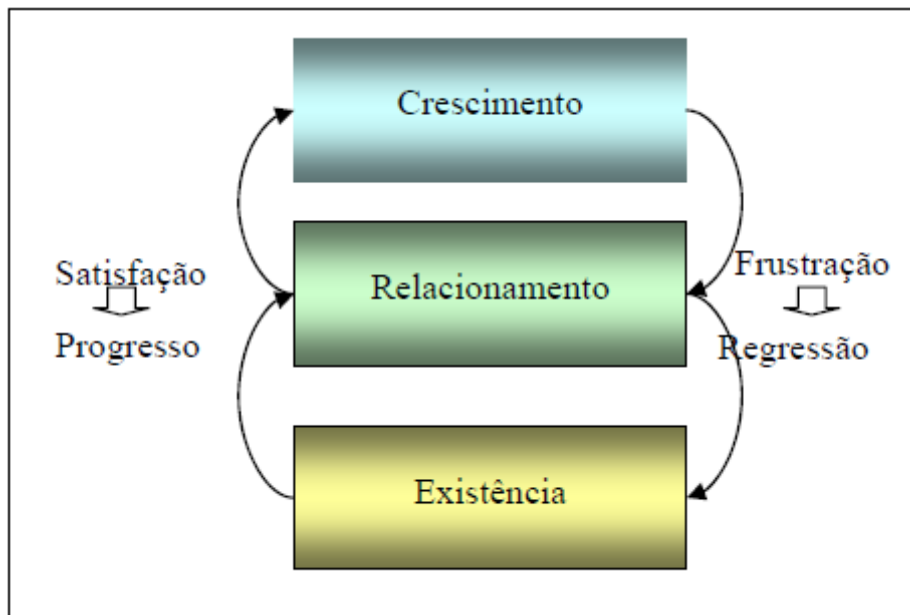


Fonte: Gouveia & Baptista (2007: 4).

Aqui compreendemos a razão da perspectiva multidimensional que Maslow propõe. Ao considerar a existência de diversas necessidades, desde as mais básicas até às mais complexas, o autor sugere a motivação como o caminho para a satisfação da necessidade dominante, afastando-se do predomínio da espontaneidade como justificação recorrente para a motivação. O modelo de Maslow procura, por isso, estabelecer um conjunto de cinco categorias de necessidades organizadas por prioridade: fisiológicas, segurança, sociais, estima e realização pessoal. Quando um nível de necessidades for satisfeito, passa-se automaticamente ao próximo e assim sucessivamente. De acordo com Maslow, a procura pela fruição de necessidades desconhecidas incrementa uma maior motivação nos sujeitos, havendo precedência das necessidades mais básicas sobre as mais elevadas (Gouveia & Baptista, 2007).

Por outro lado, a Teoria ERG de Alderfer (1972) apresenta-se mais flexível e menos orientada para a realização própria de Maslow. Neste contexto, o acrónimo ERG deriva dos conceitos de 'Existência' (bem-estar material e físico que são satisfeitos através de comida, água, ar, abrigo, condições de trabalho, pagamento, etc.), 'Relacionamento' (criação e manutenção de relações sociais), e 'Crescimento' (criatividade, prestação de contribuições úteis e produtivas e de ter oportunidades de desenvolvimento pessoal). De modo simplista, podemos referir que Alderfer defende a estruturação da motivação por diferentes camadas de atuação, admitindo que a frustração de necessidades a um nível elevado pode originar um retrocesso a estádios mais básicos da motivação (Cunha *et al.*, 2004), como evidencia o organograma 9:

Organograma 9 – A Teoria ERG de Alderfer (1972)



Fonte: Gouveia & Baptista (2007: 6).

Ainda neste ponto das teorias de conteúdo gerais, a Teoria das três necessidades, de David McClelland (1961) enquadra a motivação num processo de aprendizagem social e culturalmente adquirida, em profunda relação com o ambiente físico, mental e humano. Desta forma, McClelland estabelece três níveis de necessidades: de realização (domínio de tarefas complexas, superação de expectativas, através da disponibilização individual para o risco); de afiliação (tal como no modelo de Alderfer, é proposta uma necessidade de estabelecer relacionamentos próximos, pessoais, evitando conflitos de interesse e com a manutenção de um certo apoio social); de poder (procura de exercer influência noutras pessoas, por mecanismo da competitividade, exercício da liderança, prestígio ou reputação). Para o autor norte-americano, todas as pessoas têm capacidades próprias para alcançar estas necessidades, ainda que a especificidade individual possa resultar em diferentes formas de as obter (McClelland, 1995).

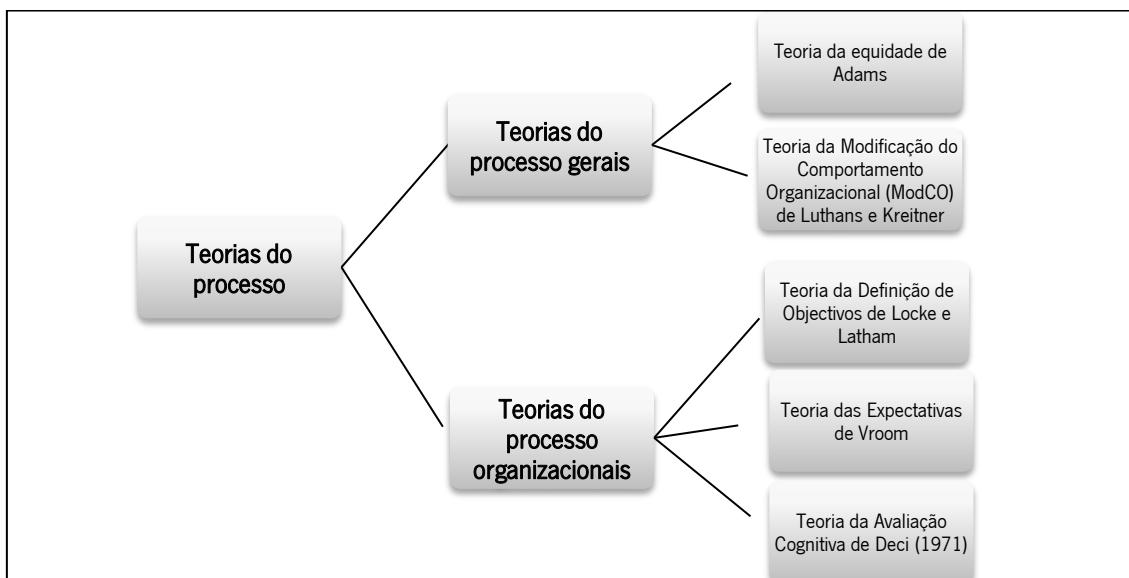
Num segundo plano nas teorias de conteúdo, surgem as de âmbito organizacional, que procuram inscrever a motivação do ser humano no seio de uma determinada relação socioprofissional. Neste sentido, a Teoria bifatorial de Herzberg pretendeu demonstrar a existência de necessidades motivadoras e necessidades higiénicas. As primeiras relacionam-se com a motivação intrínseca ao ser humano, uma vez que relevam de uma relação próxima com o conteúdo das tarefas e do cargo hierárquico que uma determinada pessoa ocupa. No fundo são necessidades sob controlo do indivíduo, no segmento da sua atividade profissional,

envolvendo o sentido de crescimento pessoal, reconhecimento e valorização no trabalho (Gouveia & Baptista, 2007). As necessidades higiénicas constroem-se a partir do exterior, já que tomam lugar no ambiente que rodeia as pessoas e as condições pelas quais o trabalho individual se processa, sendo que a diferença fundamental em relação à primeira reside justamente no controlo por parte da empresa, como o salário, os benefícios sociais, as chefias, os regulamentos internos, etc. Na verdade, o que a pesquisa de Herzberg conseguiu demonstrar reside no facto de, na observância de necessidades higiénicas positivas, a tendência será apenas para evitar a insatisfação dos empregados.

A Teoria das Características das Funções, de Hackam e Oldham (1980), surge neste contexto para promover uma compreensão mais aprofundada sobre os fatores de motivação no trabalho. Desta forma, os autores criaram o modelo das características da função: a 'variedade' consiste na repetição rotineira de atividades e a exigência das competências para as desenrolar; a 'identidade' retrata a visibilidade que é conferida pelo resultado do trabalho desenvolvido; o 'significado' concretiza o impacto do trabalho na vida dos outros, interna e externamente; a 'autonomia' refere-se ao nível de independência do planeamento do trabalho; e o '*feedback*' analisa a quantidade e qualidade das informações recebidas pelos outros na consecução de uma determinada tarefa (Gouveia & Baptista, 2007). De uma forma simplista, os autores defendiam que uma apropriação correta de cada uma destas funções surtiria o efeito desejado na concretização de um objetivo no trabalho.

Deste modo, depois de sintetizar as principais linhas de orientação das teorias de conteúdo partimos para a sistematização das abordagens teóricas que se centram nos processos cognitivos que afetam as decisões face ao comportamento no trabalho (Rodrigues, 2006) tal como sugere o organograma 10:

Organograma 10 – Enquadramento das teorias do processo, no âmbito da tipologia das teorias gerais da motivação



Fonte: Cunha *et al.*, 2004

Neste contexto, as teorias de processo analisam operações mentais através das quais se procede à seleção de uma determinada ação, num conjunto de várias alternativas possíveis. No seio das teorias gerais de processo, encontramos a teoria da equidade de John Stacy Adams (1963), psicólogo behaviorista, que se baseia na comparação social do trabalho, isto é, no nível de perceção individual sobre a pertinência da sua atividade, no contexto do mercado laboral vigente, nos termos de uma avaliação dos desempenhos, benefícios entre ocupações profissionais semelhantes. A equidade que se propõe concretiza a possibilidade de recompensar os indivíduos, de forma equitativa em função do seu mérito. Em suma, esta teoria reconhece a inevitabilidade das comparações entre setores profissionais, avalia o panorama das recompensas e das situações prejudiciais para a atividade do indivíduo (Teixeira, 2005).

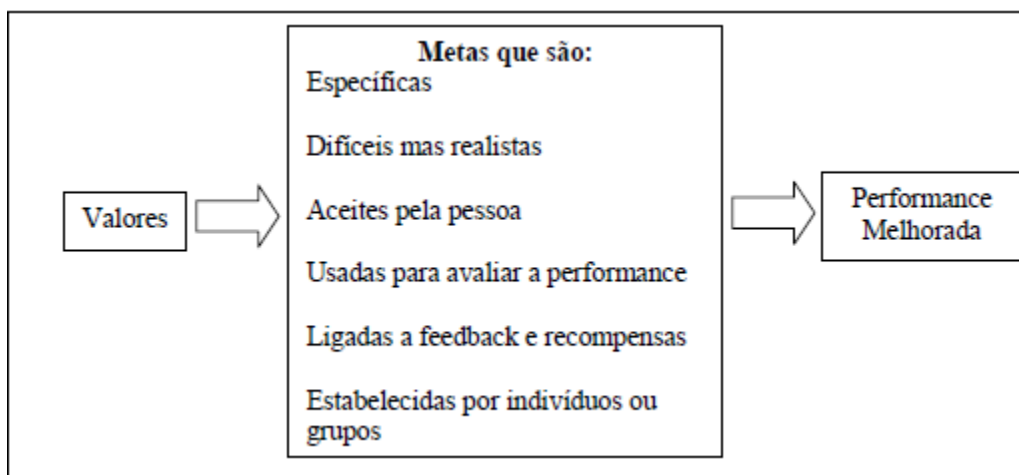
Ainda no enquadramento das teorias gerais de processo, encontramos a Teoria da Modificação do Comportamento Organizacional (ModCO) de Luthans & Kreitner, de 1975. Esta abordagem refere que o comportamento humano obedece a uma ativação de estímulos provenientes do exterior, em que existe uma certa margem de previsão e controlo daquilo que é expectável: «baseia-se fundamentalmente em dois conceitos: no primeiro as pessoas agem do modo que consideram mais recompensador; no segundo o comportamento pode ser modelado e determinado pelo controlo das recompensas a ele associadas» (Rodrigues, 2006: 5). Esta teoria sugere a existência de quatro tipos de reforços que interferem claramente na alteração do

comportamento: positivo, negativo, punição e extinção. Enquanto os dois primeiros se inscrevem numa lógica de consequências que aumenta ou mantém os comportamentos, os últimos reprimem-nos. Esta perspetiva coloca, assim, em destaque a identificação dos comportamentos relacionados com o desempenho profissional, além de medir as frequências de um determinado momento laboral. Analisa as contingências antecedentes e consequentes e procura introduzir melhorias por via da mediação e monitorização dos resultados (Cunha *et al.*, 2004).

No último grupo encontramos as teorias de processo, que evidenciam o trabalho e o comportamento organizacional. A Teoria da Definição de Objectivos de Locke e Latham baseia-se na assunção de um comportamento regulado por metas e valores. Neste sentido, as pessoas esforçam-se para atingir determinados objetivos, um facto que decorrerá fundamentalmente do trabalho desempenhado (organograma 11). Tal como sugere Rodrigues,

«a meta é o que o indivíduo tenta realizar conscientemente, ou seja, é a condição geral que alguém tenta atingir. O valor é um padrão ou convicção pessoal fortemente enraizado, é uma convicção em algo muito importante para o indivíduo, como a dignidade do trabalho ou a honestidade. Os valores que cada um detém geram o desejo de se comportar coerentemente com os mesmos. Por exemplo se um executivo valoriza a honestidade, este tenta estabelecer uma meta de tentar contratar apenas empregados honestos» (2006: 8).

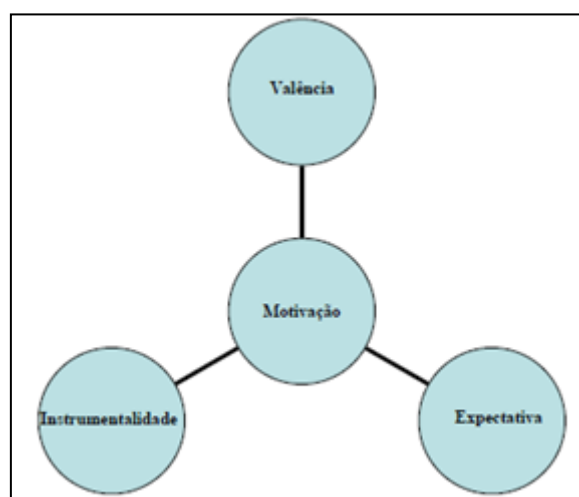
Organograma 11 – A Teoria da Definição de Objectivos de Locke e Latham (1990)



Fonte: Rodrigues (2006: 8).

Por sua vez, a Teoria das Expectativas de Vroom (1964) inscreve-se, neste contexto, como uma forma de averiguar o processo de motivação que depende das opções e expectativas dos indivíduos. Relativamente às teorias de Maslow e Herzberg, esta abordagem não distingue as diferenças individuais como justificação diferenciada para a obtenção do mesmo resultado. Por isso, partindo de uma perspetiva cognitiva, o comportamento e o desempenho são um resultado de uma escolha consciente que geralmente se atribui ao comportamento escolhido aquele que configura uma mais-valia para o indivíduo. Como mostra o organograma 12, Vroom defende três forças básicas que atuam dentro do indivíduo e que influenciam o seu nível de desempenho (Rodrigues, 2006):

Organograma 12 – A Teoria das Expectativas de Vroom (1964)



Fonte: Rodrigues (2006: 10).

A ‘expectativa’ representa a probabilidade de uma determinada ação conduzir a um resultado pretendido (Rodrigues, 2006). A expectativa entre o esforço e o desempenho relacionam a opção de um indivíduo em exercer um comportamento, disponibilizando meios e competências para atingir um objetivo. A ‘valência’ consiste no valor ou peso que alguém atribui às recompensas que recebeu através do sucesso que alcançou, enquanto a ‘instrumentalidade’ se refere à percepção de que um determinado comportamento pode induzir ao sucesso e respetiva recompensa. Deste modo, estes três elementos influenciam a motivação das pessoas no trabalho. Se um destes elementos for zero, a motivação será nula. Se todos estão presentes (expectativa alta, instrumentalidade alta, valência alta), a motivação é alta (Teixeira, 2005).

Por fim, sublinhamos os pontos mais importantes da Teoria da Avaliação Cognitiva de Deci (1971). Na verdade, esta teoria aborda pontos já sublinhados, nos termos de uma aproximação teórica à motivação que sugere a existência de dois subsistemas motivacionais, um intrínseco a um *locus* interno, em que as pessoas são motivadas por fatores autônomos, controlando os resultados do seu próprio comportamento e o outro refere-se aos fatores externos, em que o indivíduo entrega o seu controlo aos condicionantes que não dependem exatamente da sua supervisão. Por isso, a Teoria da Avaliação Cognitiva adverte para o perigo das recompensas externas provocarem a diminuição do interesse pelo trabalho, numa forma intrusiva de controlo social que dirime a autonomia e o prazer de realizar tarefas produtivas. Para além de se mostrar desfavorável às recompensas externas, esta teoria acredita que a possibilidade de um *feedback* externo ajuda a comprometer o papel da competência pessoal, interferindo na motivação individual do trabalhador.

Na verdade, este conjunto de abordagens procura oferecer algumas pistas para a compreensão da rede de motivações e constrangimentos que iremos analisar no apartado metodológico deste trabalho, entre os média e os cidadãos. Do ponto de vista do participante, a intervenção pode justificar-se pela procura de sensações novas, desconhecidas, tal como poderíamos pensar junto dos que intervêm em espaços participativos pela primeira vez, recordando assim traços da teoria de Maslow. Por outro lado, parte do entendimento da Teoria ERG de Alderfer poderá ser enquadrada neste contexto, uma vez os indivíduos sentem porventura a necessidade da criação de um relacionamento ou de manter certas relações sociais que induzam a um crescimento pessoal. Embora estejamos ainda a realizar um exercício especulativo, podemos considerar lícita a ideia de uma participação dos cidadãos no sentido de promover a sua formação, tanto pela parte dos média que podem utilizar espaços de participação vocacionados para esse efeito, bem como pelos sujeitos que podem aí encontrar fontes para essa (in)formação. A Teoria das Três Necessidades, de David McClelland, também poderia implicar algumas indicações a este respeito, sobretudo se entendermos a participação como um fenómeno social e culturalmente adquirido, focados para a disponibilização individual para a realização de um comportamento interativo com os média. Por sua vez, a Teoria da Modificação do Comportamento Organizacional considera que o sujeito desenvolve uma determinada ação que lhe parece mais recompensadora, uma perspetiva que pode ser igualmente aplicada aos órgãos mediáticos que atribuem às contribuições das audiências um determinado ponto positivo para a sua atividade. Relativamente às tipologias apresentadas,

consideramos que as teorias de conteúdo num âmbito organizacional oferecem eventualmente poucas alternativas de enquadramento com a questão aqui pretendida, uma vez que inscrevem a motivação do ser humano no seio de uma determinada relação socioprofissional.

A análise sumária que compôs esta reflexão sobre as diferentes abordagens teóricas da motivação, no plano pessoal e organizacional, esconde naturalmente outras possíveis interpretações que se dedicaram a estudar a inscrição deste conceito na ciência e no progresso humano. Ainda assim, inspirados por diversas correntes que se aproximam e dividem no seio destas reflexões, tentaremos recortar o lugar próprio da motivação dos cidadãos e dos média, no segmento da sua ligação mútua, do seu relacionamento próprio. Tendo em conta a necessidade de o Homem viver e conviver com as estruturas do mundo, onde operam com especial relevância as mediáticas, procuramos perceber de que forma se obedece a um olhar instrumentalizado desta interação e de que modo ambos se socorrem um do outro para alcançar determinados objetivos. Cientes da inevitabilidade da convivência entre estes dois agentes, sublinhamos a deslocação que a ciência operou, no sentido de promover um olhar mais atento às dinâmicas, lógicas, tensões e intenções individuais. No fundo, corresponde a «uma alteração nesta visão mecanicista do Homem, atribuindo-se visibilidade ao Homem numa perspetiva holística» (Rodrigues, 2006: 14). Convencidos da inerência da motivação na atividade humana, destapamos o cariz complexo, subjetivo e intersubjetivo da participação dos cidadãos em formatos jornalísticos de opinião pública.

5.2 Lançando a rede de motivações e constrangimentos na teia mediática

Enquanto a análise do ponto anterior versou questões tratadas sobretudo no ângulo da psicologia, procuramos aqui sinalizar algumas referências teóricas que, de uma perspetiva mais centrada na reflexão académica sobre comunicação, oferecem entendimentos ao estabelecimento da rede de motivações e constrangimentos nesta teia mediática.

Ao longo das entrevistas exploratórias foi possível observar algumas perceções a este respeito. Para Josep Capdevilla, contextualizando ao caso do debate sobre futebol que decorre na edição *online* do jornal onde trabalha, o principal constrangimento por parte dos média reside na incapacidade de gestão dos comentários, redundando num problema de recursos humanos: «o ‘doente’ muitas vezes perde a cabeça e começa a ir pelo insulto. Teríamos que ir controlando e nós, infelizmente, não temos uma pessoa que possa fazer esse trabalho. Por vezes abrimos os

comentários, para ver se as pessoas se acalmam um pouco». O jornalista sublinha ainda que a pouca identificação dos cidadãos com um determinado órgão de comunicação pode resultar nesse constrangimento participativo. Lídia Herédia identifica a repetição das mesmas vozes como um possível problema, apelando a uma melhor seleção e filtro de participantes: «há que procurar o equilíbrio e penso que o nosso dever como responsáveis destes programas consiste em garantir o máximo de pluralidade e que venham pessoas de todos os contextos. O máximo de vozes possível». A jornalista considera ainda que certos esforços interativos podem causar incómodos aos cidadãos: «no nosso caso, vir à televisão é um esforço, não é propriamente como enviar um *sms*. (...) Por outro lado, aqui pedimos que as pessoas venham, que percam duas horas e depois regressem a onde vivem. É um esforço muito grande que pessoalmente pouco poderia reprovar». Para António Casado, a ausência de participação constitui o comportamento mais transversal: «são o reflexo da sociedade que há, que um dia vê o programa, no outro vê uma série policial que passa noutro canal, no dia seguinte vê uma novela e no outro um programa musical». Já Núria Llop associa-se ao pensamento de Capdevilla, na medida em que os prevaricadores dos comentários *online* tornam conflituoso este espaço. Llop reconhece a dificuldade técnica em bloquear estes utilizadores, autênticos ‘dinamitadores’ do debate público, como intitula. Mireia Mallol, por seu turno, reflete igualmente sobre os constrangimentos, na medida em que o afastamento do tema em discussão pode constituir fator determinante para a ausência de participação, para além das próprias rotinas individuais das pessoas que se podem revelar incompatíveis com a intervenção nestes espaços. A jornalista revela ainda que por vezes sente um certo embaraço pela participação, de pessoas pouco cómodas com os formatos disponíveis. Pere-Oriol Costa denuncia uma descrença generalizada do público nas associações e nos resultados práticos de uma intervenção nos média, na melhoria das condições de vida ou na resolução de problemas. O académico considera, porém, a existência de contextos distintos:

«por exemplo, algo que funciona muito bem são os conselhos escolares, através da responsabilização de diversos setores da sociedade junto dos colégios, em localidades mais pequenas. Nessas zonas encontramos localidades que fazem planos estratégicos. Fiz um plano estratégico numa localidade de quatro mil habitantes onde participaram 250 pessoas. Depois muitos municípios criam mecanismos de participação».

Estes fatores que aqui trazemos para discussão podem apresentar uma leitura dispar, na medida em que um elemento, atuando como neutro, pode funcionar ora como estímulo, ora

como constrangimento. Por exemplo, a variável tempo pode significar uma oportunidade de relação com os média, se o indivíduo efetivamente tiver condições desse tipo para interagir com o meio de comunicação social, numa situação que não se verifica em pessoas com distinta disponibilidade.

Deste modo, algumas situações têm merecido o destaque pelos académicos no sentido de denunciar as razões pelas quais uma certa cultura participativa poderá estar em crise. Hague & Williamson denunciam um dos obstáculos que pode limitar a participação plena da população nos termos de uma «distribuição desigual das oportunidades, experiências, competências e conhecimentos, que preparam os jovens para a participação plena no mundo do amanhã» (2009: 26). Os autores referem que os adolescentes sofrem com a falta de oportunidade em pertencer a espaços de discussão sobre o papel e relevância dos média, no entendimento crítico de como o jornalismo reflete e constrói a realidade social. De acordo com Blumler & Gurevich (1995), o declínio da qualidade do jornalismo, conduzido pelo privilégio da comercialização e de critérios editoriais sensacionalistas, responsabiliza parte do desafeto das 'desligações' dos cidadãos ao média. Por outro lado, como sublinha Susana Sampaio Dias (2007), a balança do poder dos políticos, marcada pelas instabilidades governamentais e o aparecimentos de uma comunicação política profissional e especializada (consultores mediáticos, gestores de comunicação e *spin doctors*) levaram a um empobrecimento da imagem política e pública, desencadeando desconfianças, descrenças e imobilismo social sobre matérias de âmbito partidário e governativo trabalhadas pelos média. No fundo, este cenário paradoxal resume as francas possibilidades de formação pessoal que por hoje circulam no mundo em confronto com a falta de conhecimentos sólidos sobre política dos cidadãos (Entman, 1989). Recordando um pensamento de Dennis McQuail, poderemos sugerir que um dos possíveis dilemas na consolidação de uma cultura participativa nos média poderá decorrer na fragmentação das audiências, conduzindo a movimentos voláteis no interesse do público:

«não há duvida de que o conceito de audiência está, em muitas maneiras, fora de moda no seu tradicional papel na teoria da comunicação, modelos e a investigação tem de questionar. Podemos (e já o fazemos muito frequentemente) comportarmo-nos como se a audiência ainda existisse lá fora, algures, mas estaríamos provavelmente a engano a nos próprios» (1997: 142).

Partindo de outro posicionamento, será talvez possível encontrar referências e apontamentos que contribuam para compreender aspetos motivacionais de um envolvimento

cívico nos média. As considerações que colocam o envolvimento cívico num ponto positivo para o progresso social retomam frequentemente conceitos como os de 'capital simbólico' ou 'capital social'. Aplicando estes termos ao espaço mediático, sublinhando brevemente alguma da sua dimensão conceptual, podemos entender o capital simbólico nas palavras de Bourdieu (1992) como a propriedade de mostrar ou tornar algo credível, com prestígio ou carisma, de um indivíduo ou instituição em determinado campo. Neste sentido, podemos compreender que tanto os média como os cidadãos podem porventura apostar em formatos participativos para reforçar o seu posicionamento e credibilidade no espaço público, conferindo a sensação de uma organização atenta à voz do público ou, por outro lado, entender a intervenção dos sujeitos como forma de reforçarem as suas posições nos contextos a que pertencem. Quanto ao capital social (Putnam, 2000), estará em causa a rede de ação cooperativa que permite a resolução de problemas coletivos e a consolidação da confiança interpessoal, reciprocidade e ajuda mútua, potencialmente perspectivada neste caso pelo público, elemento mais interessado neste ponto.

Uma das motivações à ligação, na ótica do cidadão, pode revestir-se na procura de uma determinada identidade, sobretudo se nos apropriarmos do entendimento de Castells (2005), nomeadamente na questão do envolvimento *online*. Estes espaços podem consolidar o lugar de reconhecimento das nossas próprias características pessoais e do encontro, formação ou de preparação com identidades intersubjetivas. Por outro lado, embora não tenha trabalhado a área dos média em particular, Mark Hughes (2008) considera seis pontos que podem conduzir a níveis de conversação intersubjetiva elevados, sobretudo se os assuntos que percorrem o espaço público apresentam algumas destas características, como por exemplo: o tabu, invulgar, extravagante, hilariante, impressionante e segredo. Por seu turno, Richard Davis e John Curtice atribuem aos espaços de opinião pública nos média uma forte componente ideológica de cariz político. Para os investigadores, estes formatos procuram apenas desenvolver a relação entre os eleitores e os políticos, apesar de advertirem para o facto de ser necessário que o público desses programas seja representativo do eleitorado. Numa dessas vertentes, do ponto de vista da mobilização *online*, Raynes-Goldie & Walker (2008) definem que uma das orientações básicas para compreender este tipo de envolvimento reside, principalmente, na intenção de melhorar a comunidade onde se insere. Os investigadores afirmam que uma das virtualidades destes espaços consiste na forma abrangente e ordenada de determinadas manifestações que por aí se convocam, potenciando maiores níveis de adesão. Em todo o caso não descredibilizam as atividades que decorrem no mundo *offline*, ainda que reconheçam a melhor organização dos

websites, particularmente capazes de gerar trabalho voluntário, consciência sobre os assuntos principais do interesse de uma comunidade, educar ou formar organizações.

Com efeito, um dos estudos mais recentes sobre este tema, mais concretamente no tema da partilha de conteúdos *online*, foi o publicado na revista *online Insights*, do jornal The New York Times, em parceria com o CIG (Costumer Insight Group), um organismo autónomo do diário nova-iorquino que procura dar conta de uma série de reflexões sobre liderança. Apresentando-se como um dos primeiros inquéritos sobre a motivação dos cidadãos sobre a partilha de conteúdos *online* de toda a espécie, o documento intitulado *The Psychology of sharing, why do we share online*¹⁶⁵ toma como pretexto a abundância das pesquisas nos chamados *social media* para questionar diretamente as pessoas sobre os motivos que as conduzem a partilhar conteúdos na rede. Neste sentido, os investigadores quiseram conhecer mais sobre este assunto, até mesmo para que os publicitários, um dos setores que progressivamente aposta na divulgação de estratégias comunicacionais na Internet, possam conhecer traços explicativos e convergentes de um público-tipo, marcados por semelhanças e traços comuns.

Deste modo, uma das primeiras etapas do processo metodológico consistiu precisamente numa análise etnográfica, em que os autores do estudo tiveram a oportunidade de realizar entrevistas a utilizadores da Internet previamente definidos e considerados bastante ativos na partilha de conteúdos *online*, nas cidades de Nova Iorque, Chicago e São Francisco. Na segunda fase, a equipa analisou, durante uma semana, o ‘painel de partilha’, como os próprios definiram, isto é, uma análise quantitativa e qualitativa com 2500 utilizadores de elevada partilha de conteúdos, percebendo que redes, informações, assuntos e tópicos de debate se geram e proporcionam. Uma das frases curiosas do estudo acaba por ser a seguinte: «anteriormente, as pessoas partilhavam com as namoradas durante o almoço algumas coisas que consideravam interessantes. Ainda partilhamos coisas que pensamos relevantes, apenas partilhamos mais e *online*», concretizando a ideia de que a troca de conteúdos não representa uma novidade sideral no comportamento do ser humano, excluindo naturalmente as vias utilizadas para tal. Os investigadores defendem que a motivação neste caso se coloca frequentemente no segmento da personalidade individual, seja ao nível do desejo pela atualização, por uma questão de autoestima, de segurança, psicologia individual ou até de identificação com o tema debatido. Daí que o grupo CIG tenha concluído que a ‘sociedade de informação’ produziu substanciais alterações na relação entre pessoas, sobretudo no espaço *online*: partilhamos mais, a partir de

¹⁶⁵ [<http://nytmarketing.whsites.net/mediakit/pos/>, acessido em 19/05/2011].

mais fontes e com melhores recursos, com mais pessoas, de forma mais frequente e rápida. Na verdade, um dos títulos mais emblemáticos deste estudo acaba por ser *From Broadcasters to Sharecasters*, o que confere bem a ideia de translação entre um momento em que se assiste à passagem de um público meramente recetor a um mais ativo, que (re)cria, (re)distribui, combina e mistura. Partilhar significa, no fundo, dar a conhecer.

Neste sentido, sobre a gestão da informação, 73% dos inquiridos afirma que partilhar ajuda a processar melhor o conteúdo, enquanto 85% acredita que ter acesso às respostas dos outros utilizadores possibilita uma compreensão mais eficaz dos temas e informações que circulam pelos canais *online*. Relativamente a um dos pontos fundamentais do estudo – as motivações – os investigadores concluíram que praticamente metade dos inquiridos (49%) considera que a partilha de conteúdos lhes permite informar outros sobre produtos nos quais estão interessados e eventualmente influenciar na decisão sobre uma mudança de opinião. Ainda neste quadro, 94% pensa cuidadosamente sobre os efeitos que a partilha de determinados conteúdos poderá desencadear nos seguidores: «partilho para enriquecer a vida dos que estão à minha volta», refere um inquirido. No entanto, os autores destacam igualmente a margem significativa de pessoas que partilham para criar uma determinada identidade e as suas reflexões sobre temas do quotidiano. Por outra parte, 78% das pessoas, numa das localidades, defende que a partilha de conteúdos *online* serve para manter o contacto com pessoas, algo que seria impossível, na ausência da Internet. De forma simples, os autores acreditam que a partilha representa a variante mais atual das relações inter-humanas: conferir valor e/ou entretenimento ao conteúdo junto dos seus contactos; definição e identificação pessoal; criar e potenciar relações; desenvolver uma autossatisfação, sendo útil aos outros; e, por último, ter voz ativa na promoção de determinadas causas. Relativamente ao utilizador ativo na questão da partilha de conteúdos, o estudo revela algumas características: altruísmo (inclinação para procurar obter o bem para o próximo), carreirismo (ambiçã, por vezes exagerada, de uma carreira profissional de sucesso), seletivo (escolha criteriosa dos conteúdos a difundir), *hipster* (pessoa alienada das atividades e relações sociais comuns e estabelecidas), *boomerang* (indivíduo que testa os limites da publicação de determinados assuntos, até ao momento em que perceber que o reduzido feedback sobre o assunto partilhado) e *connector* (pessoa com elevada propensão para partilhar tudo sobre a sua vida no universo *online*).

Por outro lado, existem estudos sobre a motivação aplicada ao mundo *offline*. Neste sentido, Dutta-Bergman refere que a participação de (e na) uma comunidade tende a aumentar

na observância de determinados fatores, assente numa relação de proporcionalidade direta: «idade, educação, rendimento, emprego, deslocações à Igreja, sociabilidade em geral, fortaleza pessoal» (2005: 92). Portney & Berry vão mais longe nesta relação referindo que a participação cívica, num termo geral, e até num nível micro, como é o caso dos média, pode efetivamente depender da sustentabilidade associada às regiões onde um ou mais indivíduos habitam: «se uma cidade se desenvolve e implementa uma iniciativa sustentável, é muitas vezes motivada pela confiança e cooperação dos seus residentes. Não é simplesmente algo orquestrado do topo» (2010: 122). Por seu turno, Bonfadelli (2002) realça o papel decisivo da educação escolar/académica na mobilização de um certo devir cívico, na medida em que e recordando o trabalho de Shah *et al.* (2001), um elevado nível de instrução sugere a preferência de um setor da população mais próximo dos segmentos informativos, em contraste com a opção de conteúdos mediáticos de entretenimento ou de leitura e compreensão mais superficial de indivíduos com formações académicas mais baixas. Como refere Schlutz (2000), a ‘atenção’ converteu-se numa das marcas mais sensíveis desta nova era de informação abundante, para que as pessoas possam retirar benefícios efetivos da sua integração nos diversos ambientes mediáticos.

Basicamente, o que os anteriores investigadores procuraram denunciar assenta no facto de cada variável não atuar isolada e independentemente de outras consideradas para este efeito. A combinação de diversos indicadores pode, por sua via, ajudar a explicar com maior propriedade a pertinência de intervenção de cada uma na motivação individual para a participação. Talvez neste contexto poderíamos enquadrar a perspetiva de Lee (2009), que sublinha aspetos motivacionais que variam desde a diversão pessoal, intersubjetiva, a influência de familiares, amigos ou desconhecidos, ou até mesmo questões individuais que se relacionam com a tentativa de reforço da identidade e sobrevivência dos indivíduos. Recordando um texto de Katz *et al.* (1973)¹⁶⁶, Lee aponta ainda a tensão cognitiva, afetiva, integrativa, social que rodeia as teias sociais onde os cidadãos se envolvem diariamente. A utilização e consumo dos média pode encontrar pertinência em algumas destas inferências, o que, no fundo, poderíamos sintetizar como motivações de índole pessoal/relacional, intersubjetiva/social. Markus & Zanjoc (1985) preferem, por outra via, estabelecer um conjunto de justificações que ligam as pessoas aos média na base de diversas variáveis que se orientam para a atribuição de credibilidade do

¹⁶⁶ Katz, E. *et al.* (1973) ‘On the use of the mass media for important things’, *American Sociological Review*, 38: 164-181.

cidadão ao órgão de comunicação social onde participa, a atenção (estímulo), conhecimento institucional sobre esses média e a confiança que detém sobre essas instituições. Numa abordagem distinta, Rosalia Winocur (2003) acredita que entre as classes médias e baixas, em termos sociais e culturais, a participação assume a forma de denúncia ou reclamação, frequentemente associada a experiências pessoais. Neste sentido, «procuram utilizar o espaço mediático para assinalar a forma de atuação do governo ou de uma instituição em particular cuja conduta afeta a vizinhança ou um bairro popular» (2003: 33).

Compreender igualmente as rotinas de trabalho das organizações mediáticas poderá ser um elemento decisivo para analisar a forma como se abrem à participação do cidadão, nomeadamente das políticas editoriais escolhidas para o efeito, dos recursos humanos disponibilizados ou até mesmo as justificações que subjazem a essa relação particular, em alguns espaços interativos. Entrar nas redações permitirá não só o enquadramento concreto das motivações e constrangimentos, por parte destes dois grupos, mas também o desenho de um plano de propostas que possam ser aproveitadas neste contexto. Observando diversas correntes que se prestam a esclarecer a justificação das motivações da relação dialética entre cidadãos e média, partimos em definitivo para a abordagem metodológica desta investigação. Neste sentido, apoiados em várias interpretações anteriormente enunciadas, propomo-nos sugerir um quadro orientador para promover alguma reflexão e sistematização dos fatores condicionantes e promotores da participação do público nos média, ampliado eventualmente com a imprevisibilidade das sugestões que o terreno empírico pode acrescentar a esta análise.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO 3: PERCURSO METODOLÓGICO

1. Estudos preparatórios para o capítulo metodológico: experiências de investigação sobre o envolvimento dos cidadãos nos média

Após a discussão de índole teórica sobre a questão do envolvimento cívico em torno dos média, partimos para a concretização de um outro olhar fundamentalmente vocacionado para as políticas mediáticas atuais que procuram dar espaço às contribuições dos cidadãos. Ao longo das próximas páginas, procuraremos sublinhar os principais pontos de três estudos de caso de carácter exploratório que refletem sobre a participação das audiências em programas e formatos específicos, ensaiando o estudo central que aqui propomos. Em primeiro lugar, questionámos as representações sociais que os participantes do programa *Banda Ampla*, da estação pública catalã TV3, partilham sobre o fenómeno participativo¹⁶⁷. No segundo caso, analisaremos criticamente as estratégias desenhadas pelas rádios portuguesas para apelarem à participação dos seus ouvintes, em dois espaços emblemáticos no panorama radiofónico português, no que toca a programas dedicados à opinião pública: o *Antena Aberta* na Antena 1 e o *Fórum TSF*, na TSF – Rádio Notícias. Por último, num olhar mais abrangente, seleccionámos um conjunto de formatos participativos por diversas modalidades do jornalismo (rádio, televisão, imprensa e jornalismo *online*) para compreender até que ponto a comunidade imigrante residente em Portugal se manifesta nessas plataformas, uma situação que poderá levar-nos a pensar sobre a sua integração no espaço público nacional¹⁶⁸.

1.1 O lugar da participação dos cidadãos nos média: o caso do programa *Banda Ampla* da TV3 da Catalunha

Com o objetivo de identificar as motivações inerentes à participação num programa de opinião pública televisivo, pretendeu-se investigar sobre as representações mentais de um grupo de participantes no *Banda Ampla*, da televisão pública catalã TV3, além de medir os níveis de adesão dos inquiridos às possibilidades tecnológicas interativas proporcionadas por este formato,

¹⁶⁷ No âmbito de uma missão, a pretexto do cumprimento das atividades de formação complementar no grupo de investigação PubliRadio, da Universidade Autónoma de Barcelona, sobre a coordenação do Professor Doutor Juan José Perona Paéz e com o apoio institucional da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

¹⁶⁸ Estes estudos representam trabalhos que foram apresentados em congressos e reuniões científicas, espaços uteis para contactar e conhecer outras experiências nacionais e internacionais que se aproximam destas temáticas.

num inquérito respondido por 51 indivíduos que assistiram e participaram em direto numa determinada emissão¹⁶⁹, nos momentos antecedentes à entrada no *plateau*. A 13 de janeiro de 2011, o tema de debate¹⁷⁰ relacionou-se com a promulgação da nova lei antitabaco espanhola, que passaria a abranger todos os espaços públicos fechados no país¹⁷¹. Ao longo de hora e meia, como era habitual, os participantes e convidados pela produção trocavam argumentos sensíveis ao assunto em questão, sob a moderação da jornalista Lídia Herédia¹⁷².

A partir da análise dos dados retirados do questionário apurou-se uma distribuição de inquiridos entre 29 homens e 22 mulheres. Quanto à faixa etária, existiu um relativo equilíbrio, isto é, dos 15 aos 47 anos encontrámos um conjunto de 27 indivíduos, enquanto dos 48 aos 80 ficaram os restantes 24. Contudo, a classe mais representada está nos 48-58 anos, com 16 pessoas, seguida de perto pela dos 15-25 (12 indivíduos) ou dos 26-36, com 10 participantes. Na verdade, este aparente equilíbrio não é de todo inocente, uma vez que a produção do programa seleciona os participantes tendo em vista a obtenção de uma determinada equidade nestes parâmetros¹⁷³. Em relação às outras variáveis, poderíamos, antes de descrever os resultados obtidos, dividi-las em grandes conjuntos de informação, pertinentes para as nossas reflexões. Em primeiro lugar, avaliámos alguns modos de relacionamento dos inquiridos com a televisão. Trinta e nove em 51 indivíduos afirmam que veem televisão todos os dias, o que servirá desde logo para caracterizar esta amostra como fiel a este meio. Paradoxalmente, quase metade dos inquiridos (20) acaba por admitir que raramente assiste às emissões do *Banda Ampla*, tendo até 9 espectadores referido que nunca viram o programa e apenas cinco veem todos as emissões. No seguinte conjunto de variáveis, averiguámos a forma como os inquiridos

¹⁶⁹ O inquérito por questionário integral pode ser consultado no Apêndice 8.

¹⁷⁰ À data da redação final deste texto, o programa *Banda Ampla* deixou de ser emitido na TV3, devido às medidas de austeridade do governo da comunidade autónoma da Catalunha, que reduziu, em 2012 e 2013, o orçamento da estação em mais de 90 milhões de euros. Tendo estreado em outubro de 2009, a audiência média semanal deste formato atingia normalmente os 199 mil espectadores. [<http://comunicacio21.cat/2012/02/tv3-prescindira-de-%E2%80%98banda-ampla%E2%80%99-a-%E2%80%99abril/>], acedido em 13/02/2012].

¹⁷¹ [<http://www.abc.es/20100511/sociedad-salud/antitabaco-sera-efectiva-2011-201005111228.html>], acedido em 05/11/2010].

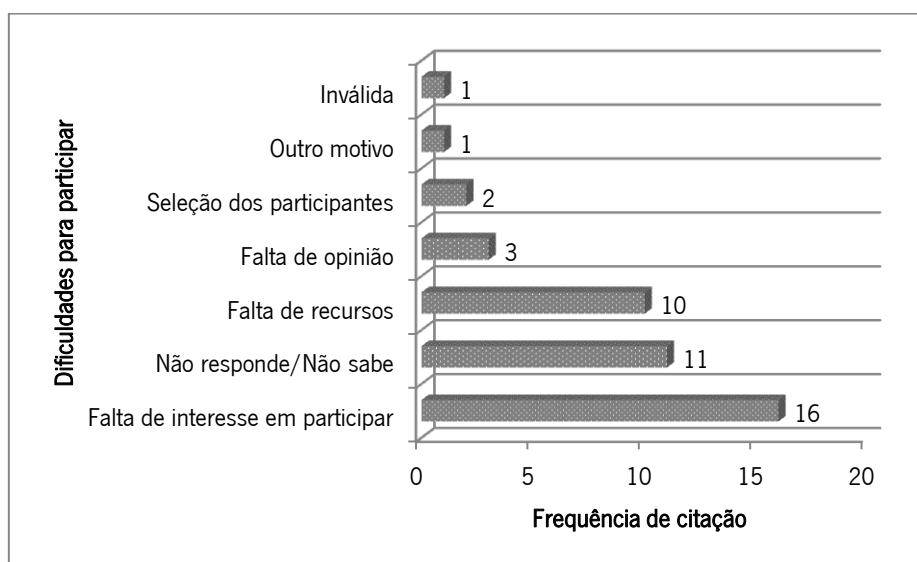
¹⁷² Para compor o painel de participantes, existiam basicamente três estratégias de recrutamento. Na primeira, a produção contacta determinadas associações populares de diversos pontos da Catalunha a fim de organizar um grupo de indivíduos que, pela maior ou menor proximidade com o tema em questão, esteja disposto a intervir no programa. Na segunda, a produção seleciona alguns participantes que utilizam o telefone do programa (934737102) ou o endereço eletrónico (bandaampla@tv3.cat) pedindo para marcar presença no debate. Por último, em número mais reduzido, são convidados especialistas e/ou profissionais relativos ao tema do programa. Pretende-se que a relação profissional ou pessoal com o tema em debate possa introduzir aspetos positivos à discussão, sendo que, nesta emissão em particular, o programa convidou advogados, médicos, proprietários de discotecas bares e restaurantes.

¹⁷³ Por último, poderíamos questionar a localidade de proveniência, mas excluimos esta questão uma vez que a residência no espaço catalão é uma das exigências prévias da produção do programa.

se relacionam com o programa, sobretudo ao nível de eventuais comportamentos participativo. Quarenta e cinco dos 51 inquiridos admitem nunca ter participado anteriormente no programa, invalidando, de imediato, a possibilidade de obter respostas nas seguintes perguntas ‘Como participa a partir de sua casa, em direto?’ e ‘Por que participa, através da *web*?’, em igual número de indivíduos. Deste modo, apenas duas pessoas referiram já ter participado através das ferramentas *online* disponibilizadas para o efeito (‘uma vez por mês’; ‘duas ou mais vezes por mês’). Analisando estas duas respostas, percebemos que uma sugere uma participação através do correio eletrónico (‘uma vez por mês’) e a outra através da página oficial do programa no Facebook. Ambos os depoimentos justificaram a utilização destas modalidades de participação pela facilidade e rapidez com que podem aceder ao debate.

Posteriormente, abordámos os eventuais obstáculos à participação, isto é, tentámos averiguar se os inquiridos conseguem identificar-se com alguns dos possíveis problemas colocados à intervenção dos cidadãos em formatos de opinião pública mediáticos. A distribuição de respostas encontra-se no gráfico 1:

Gráfico 1 – As dificuldades para participar no *Banda Ampla* (uma alternativa de resposta selecionada)

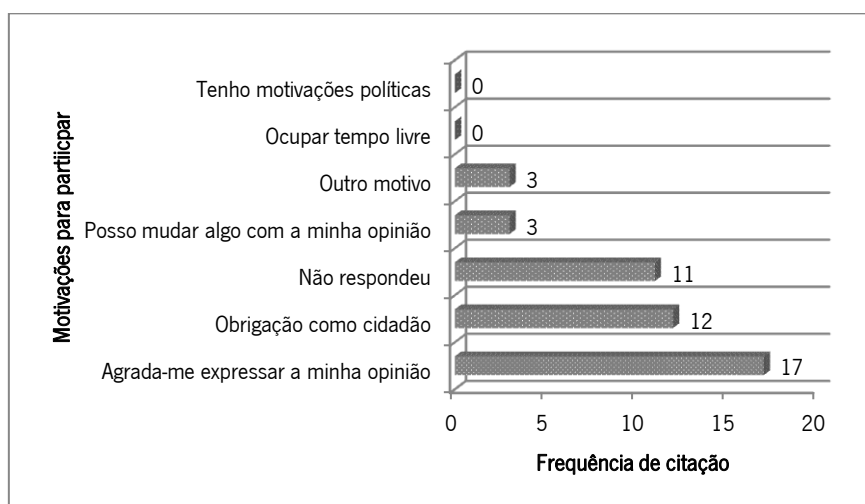


Fonte: Elaboração própria.

Podemos observar dois grupos de inquiridos: 32 pessoas escolheram apenas uma alternativa de resposta, tendo 16 apontado a falta de interesse pela participação nestes programas, 10 destacado falta de meios para intervir (tecnológicos, por exemplo), enquanto três

referiram a falta de opinião e outros dois responsabilizaram a gestão do programa, no que toca à seleção dos participantes; nos sete inquiridos que assinalaram duas alternativas houve, genericamente, um equilíbrio: o par ‘falta de opinião’ e ‘falta de interesse’ recolheu a preferência de três inquiridos; ‘falta de recursos’ e ‘gestão do programa’ foi apontado por duas vezes; ‘falta de recursos’ e ‘falta de interesse’, apenas por uma pessoa, em igual número na combinação ‘falta de recursos’ e ‘outro: falta informação sobre possibilidades de participar’. O que será provavelmente interessante verificar consiste na seleção, excetuando no par mais escolhido, da opção ‘falta de recursos (tecnológicos, por exemplo)’ em todas as combinações. No total, observámos que esse item de resposta recolheu 14 preferências, apenas superado pelos 17 que escolheram a opção ‘falta de interesse’. Ainda neste grupo de variáveis, percebemos que 39 pessoas não participavam em programas deste tipo antes da difusão generalizada das possibilidades de participação através das novas tecnologias. Contudo, 15 indivíduos afirmaram que já tinham participado em formatos de opinião pública que não possibilitavam a intervenção através do *e-mail* ou das redes sociais¹⁷⁴. Relativamente às motivações, o gráfico 2 revela alguns dados a este respeito:

Gráfico 2 – As motivações para participar no *Banda Ampla* (uma alternativa de resposta)



Fonte: Elaboração própria.

À semelhança do que já foi pedido anteriormente, neste ponto os inquiridos poderiam igualmente selecionar uma ou duas alternativas de resposta. Apesar da ausência de respostas em 11 questionários, foram obtidas 40 respostas, 35 das quais escolheram apenas uma

¹⁷⁴ 11 inquiridos não responderam a esta questão.

motivação. Neste sentido, 17 indivíduos reconheceram que a sua intervenção se baseou num agrado por expressar as suas opiniões nestes contextos mediáticos, 12 justificaram que a participação corresponde a uma obrigação cívica de intervenção na vida pública, além de três pretenderem alterar alguma situação na realidade social. No que toca aos cinco inquiridos que selecionaram duas respostas, dois justificaram-se com a crença de que podem ajudar a mudar algo com as suas opiniões, ao mesmo tempo que afirmam que é uma obrigação como cidadãos participar na vida pública. Este último argumento é, aliás, utilizado por mais dois indivíduos que diferem apenas no outro para escolhido, um porque lhe agrada expressar a sua opinião neste contexto e outro que refere a necessidade de tomar consciência dos factos sociais. Numa derradeira análise neste ponto, percebemos ainda que o par 'agrada-me expressar a minha opinião' e 'porque tenho motivações políticas' foi apenas combinado uma vez. Em suma, constatámos que a motivação 'agrada-me expressar a minha opinião' foi apontada por 17 vezes, seguida pela que denuncia a obrigação como cidadãos de participar na vida pública com 16 ocorrências.

Relativamente à questão sobre o eventual papel da televisão como promotora do debate público, todos os inquiridos defenderam a necessidade de as produções televisivas continuarem a promover espaços que possibilitem a auscultação dos espectadores. Neste contexto encontrámos, porém, uma ausência significativa de justificações que ajudassem a compreender a referida posição¹⁷⁵. De qualquer modo, nesta questão de resposta livre, recolhemos algumas das ideias principais referidas pelos inquiridos. Dezassete sublinharam a importância da presença do cidadão na televisão, uma vez que «todos têm de dar a sua opinião», «o cidadão é a voz da realidade», ou pela importância de «diversas opiniões», entre outras afirmações incluídas nesta categoria. Nas restantes opiniões, quatro indivíduos optaram por elogiar este tipo de programas, destacando o seu papel ativo na grelha da televisão, um argumento semelhante a outros dois inquiridos que defenderam um papel mais dinâmico da televisão, aproximando-se cada vez mais aos seus públicos. Ainda na leitura destes dados, quatro inquiridos dividiram-se por duas considerações que destacam a democraticidade destes programas e o direito à participação civil ou a liberdade de expressão nos média, tendo inclusivamente recordado o facto de a TV3 estar obrigada ao compromisso legal de estabelecer um diálogo com os cidadãos, promovendo a pluralidade e diversidade de opiniões. Ainda neste sentido, percebemos

¹⁷⁵ Mais concretamente em 23 inquiridos, incluindo aqui uma resposta considerada inválida, o que ocupa quase a metade da amostra.

igualmente que os inquiridos defendem o valor deste tipo de formatos televisivos, pelo que 37 inquiridos sustentaram a legitimidade destes programas, uma opinião contrária à de 12 indivíduos. Por outro lado, quase a totalidade dos participantes (46) admitiu que a inclusão da opinião dos cidadãos no discurso mediático constitui matéria essencial para a sobrevivência da generalidade dos meios de comunicação social, especialmente os jornalísticos. Dois discordaram desta afirmação, enquanto três não responderam.

Optando, numa outra perspetiva, por cruzar algumas das variáveis que serviram de base a este estudo, poderíamos eventualmente traçar algumas linhas de comportamento. A grande dificuldade de estabelecer relações entre variáveis consistiu no facto de existir um elevado número de indivíduos que não seguia o programa, nem sequer ter participado anteriormente, através das ferramentas tecnológicas. Não obstante este importante condicionalismo, quanto ao género, homens e mulheres acabam curiosamente por destacar as mesmas razões pelas quais participam ('gosto de expressar a minha opinião'; 'penso que é a nossa obrigação como cidadãos participar na vida pública'), embora o setor feminino defenda a primeira opção em maior número de vezes (9 contra 8 nos homens). Este equilíbrio poderia ser identificado na questão dos obstáculos à participação, no qual quer homens (10) quer mulheres (6) destacam a falta de interesse como o principal entrave a uma participação mais efetiva e ampla dos cidadãos nos média. Relativamente à faixa etária, verificámos que a principal motivação para participar no *Banda Ampla* ('gosto de expressar a minha opinião') recolhe igual número de inquiridos (5) em dois intervalos específicos (26 aos 36 anos, 48 aos 58 anos). Por outro lado, foi ainda possível concluir que os inquiridos que veem televisão todos os dias – 39 em 51 indivíduos – sublinham a falta de interesse e de acesso a recursos tecnológicos como obstáculos ao fenómeno interativo. Fica demonstrado, por último, que ver televisão não é um comportamento que, por si só, desencadeie motivações para participar, uma vez que das 39 pessoas que admitem ver televisão todos os dias, 35 diz que nunca participou no programa pelo menos até à emissão que serviu de base a este estudo.

Inscrito apenas como pretexto das reflexões sobre a entrada dos cidadãos nos média, este estudo exploratório sobre o programa *Banda Ampla* procura alimentar a discussão em torno de uma temática ainda pouco refletida em Ciências da Comunicação. Numa sociedade em que se denuncia frequentemente a desafetação dos cidadãos pela política, poderíamos talvez admitir que este tipo de espaços participativos podem ter a capacidade de reaproximar as audiências da discussão em torno dessa área da vida pública. Tendo em conta as poucas oportunidades que

as televisões concedem à opinião dos cidadãos anónimos, nomeadamente sobre temas políticos, poderíamos ser levados a pensar que o desencanto cívico pelos assuntos políticos abordado por Dahlgren (2006) poderia ser restaurado através de um discurso mediático agregador da voz das audiências. Por outro lado, este caso ajuda-nos porventura a refletir sobre os verdadeiros motivos de uma aproximação do público aos *plateaux* das televisões, servindo o propósito eventual de uma comunidade que se informa a partir (e com) os seus membros que normalmente não dispõem de possibilidades de ocupar o microfone. Inclusivamente poderíamos levantar uma questão anteriormente sublinhada, que se relaciona com a participação entendida do ponto de vista do *marketing* mediático, na medida em que a mobilização cívica em torno de espaços participativos poderá resultar no aumento dos níveis de audiência e *share*.

Em suma, partindo do pressuposto de que toda a participação do espectador se move por uma determinada motivação, de diversa ordem, parece ainda assim existir margem para um certo alheamento a esta realidade. Um desses casos poderá ser o do inquirido que referiu que a sua deslocação ao estúdio se deveu exclusivamente à sua curiosidade em perceber como funciona um programa de televisão. Por outro lado, conhecer os diferentes obstáculos que impedem e sujeitam cada vez mais indivíduos a um certo silêncio social, compreendendo e determinando novas e melhores formas de incentivar amplas audiências para a participação, constitui um desafio futuro a que este estudo procura dar extensão.

1.2 Sintonizando com os ouvintes: retrato da participação dos cidadãos nos programas de opinião de pública *Antena Aberta* e *Fórum TSF*

Partindo do entendimento que denuncia a atualidade da rádio intimamente sintonizada com ambientes digitais que forçaram a um nova forma de trabalhar neste meio, abordamos aqui dois emblemáticos programas de opinião pública do país para perceber como pode o ouvinte entrar nas ondas sonoras, de modo ativo. Neste contexto, a comunidade académica não se tem demitido do estudo desta realidade premente, promovendo entendimentos que poderíamos enquadrar na crença da adaptabilidade da rádio aos novos constrangimentos tecnológicos e quadros sonoros ou então pelos receios provocados por uma certa nostalgia em relação aos velhos tempos das emissões hertzianas. Raul Garcés (2007) sublinha uma trilogia do ‘alarme’: desde o ponto de vista tecnológico, como novo paradigma que simboliza a atração mais ou menos generalizada das rádios em adaptar-se aos circuitos que a técnica propõe; um alarme

intelectual, que despreza o potencial publicitário da rádio e desvia grandes investimentos neste setor para outros meios, como a televisão, levando à precariedade financeira das instituições radiofónicas; e, por último, um alarme científico, que denuncia a quantidade residual de estudos sobre rádio ou até mesmo o nível reduzido no número de estudantes interessados em seguir a formação nesta área, em comparação com outras modalidades do jornalismo. Emma Rodero & Chelo Serrano (2007) também seguem a ideia de crise radiofónica, destacando diversos pontos, entre eles a homogeneização da programação, a unificação de conteúdos e formatos, ou até mesmo a inexistência de uma promoção eficaz e coerente. Já para Ibarra, numa perspetiva que relaciona a rádio ao paradigma técnico atual, «o fenómeno digital não é o *armagedon*» (2007:1), ou seja, o fim do mundo, pelo que defende a plasticidade radiofónica a novos ambientes sonoros, como forma de atrair mais e novos ouvintes, através da democratização que tem vindo a acompanhar a evolução tecnológica¹⁷⁶. A este propósito, Laurent Gago (2004) sublinha igualmente que a rádio da atualidade imprime um ‘novo contrato de escuta’, pelo enquadramento tecnológico moderno que possibilita a escuta através de diversas plataformas. Entre a crise na rádio e a crença no enquadramento sonoro digital como alavanca eventualmente decisiva para o ressurgimento deste meio, parece de certa forma pacífico considerar que o ouvinte terá, por seu turno, um papel decisivo na estruturação deste caminho futuro, pelo que poderá ser determinante compreender como será processada a reconstrução de ambientes sonoros que apelam a um novo dinamismo com as audiências.

Tendo por base algumas destas interpretações a nível teórico, tentámos compreender de que forma algumas rádios portuguesas trabalham, em tempos correntes, a integração do público nos seus formatos ou programas. Deste modo, seleccionámos dois programas de opinião pública no espaço radiofónico português, no sentido de identificar proximidades e afastamentos de políticas de participação do ouvinte. Neste sentido, os programas matinais *Antena Aberta*, da Antena 1, e *Fórum TSF*, da TSF – Rádio Notícias, configuram aqueles que podem ser considerados como espaços de expressão popular emblemáticos da rádio portuguesa, pela sua trajetória longínqua e experiência no contacto com as audiências. Deste modo, implementámos uma observação de emissões de ambos os programas, entre os dias 11 e 15 de abril de 2011,

¹⁷⁶ Podemos sublinhar outras perspetivas. Um trabalho publicado em 2008 pelo OBERCOM (Observatório da Comunicação) em Portugal, demonstra que a rádio tem sido o meio – de todos os tradicionais (imprensa, televisão) – que melhor soube adaptar as suas características inatas com as potencialidades da Internet. Neste sentido, o presidente deste organismo admitiu que recentemente a rádio «foi o meio que mais êxito teve em termos de investimentos na Internet. Consegue igualmente fidelizar muitas pessoas. A rádio está mais vida que nunca» [http://jn.sapo.pt/PaginalNicial/Media/Interior.aspx?content_id=1527471, acessado em 25/5/2012].

ou seja, ao longo de uma semana de emissões regulares¹⁷⁷. Esta análise partiu da definição de diversos critérios. Em primeiro lugar, verificámos o horário das emissões dos programas, sendo que não existem diferenças substanciais. À data do estudo, ambos transmitiam durante a manhã, embora com ligeiras *nuances*, designadamente quanto ao início e duração. O programa *Antena Aberta* começava logo após o noticiário das 11h da Antena 1, prolongando-se até perto das 12h para dar lugar a novo bloco informativo. O *Fórum TSF* entrava no ar por volta das 10h15, depois das notícias das 10h. A emissão do fórum seria interrompida para um novo noticiário, neste caso o das 11h, prosseguindo normalmente até nova edição do meio-dia. Em termos médios, estimou-se que a duração média do *Antena Aberta* rondava os 55 minutos, enquanto o *Fórum TSF* ocupava cerca de uma hora e quinze minutos de antena.

Em relação à transmissão dos programas, observámos detalhes específicos e distintos. No programa da Antena 1, a produção decidiu apostar numa emissão em simultâneo com a RTP N, o canal de televisão por cabo de notícias da emissora estatal RTP, exclusivamente dedicado à informação, entretanto renomeado RTP Informação. Tal facto sucede, logicamente, da complementaridade entre rádio e televisão, agregadas na mesma empresa pública. Porém, na emissão transmitida por televisão, o telespectador poderia visualizar mais informações do que o ouvinte. No ecrã surgiam informações sobre as formas de participação através dos números de telefone e do endereço eletrónico, além de informações relativas à idade dos ouvintes. Estes dados eram, contudo, omissos aos ouvintes, sobretudo pela ausência de referência por parte do(a) moderador(a). A emissão do programa podia ainda ser acompanhada através do *site* da RTP. Na TSF, a emissão seguia apenas os procedimentos habituais para uma emissora exclusivamente radiofónica, com a possibilidade de acompanhar a edição na página *online* do fórum.

No que concerne à forma como as rádios disponibilizaram os seus programas, o modo de atuação é idêntico. Observámos que, de forma bastante ágil, as emissões foram colocaram no período da tarde. A partir daí seria possível consultar o arquivo de programas com a respetiva

¹⁷⁷ O período de observação, note-se, acaba por ser reduzido para uma comparação absolutamente fidedigna e sintomática quanto às proximidades e diferenças dos dois formatos radiofónico de intervenção do cidadão, possivelmente pela variabilidade na gestão dos programas e dos temas debatidos. É talvez nos temas discutidos nesta semana que algum *viés* pode ter sido introduzido. A situação de Portugal, sobretudo nos planos político e económico, foi alvo de constante foco mediático, nomeadamente com a crise política que se instalou com a demissão do Governo português e o conseqüente pedido de ajuda externa às entidades financeiras internacionais, em meados de 2011. O nosso estudo atravessou, portanto, todos estes condicionalismos e poderá ter eventualmente sido contaminado por esta sucessão de incidentes. Inclusivamente na escolha dos convidados para debate, a atualidade nacional acabaria por induzir de certo modo a proveniência desses intervenientes.

edição, através dos *sites*¹⁷⁸ e na secção de *feeds*¹⁷⁹ dos programas, em formato *mp3*. Ainda num plano de proximidade entre os dois programas, a moderação esteve a cargo de jornalistas da estação. A natureza jornalística destes espaços pode justificar esta decisão editorial, uma vez que a presença de um jornalista poderia contribuir porventura para uma certa idoneidade do programa, embora esta constitua já uma questão lateral a este estudo. No momento desta observação, encontramos a jornalista Margarida Serra na moderação do *Fórum TSF*, enquanto no *Antena Aberta*, a apresentação esteve a cargo de dois jornalistas, variando sazonalmente entre Eduarda Maio e António Jorge.

Relativamente à divulgação das normas de participação, encontramos pontos dissonantes. No *Antena Aberta*, através de uma pesquisa na página do programa, não existia qualquer referência a esta questão, enquanto no *Fórum TSF* as indicações eram públicas no *site* do programa. Além de informar que nem todos os comentários *online* e inscrições via telefone poderiam entrar na antena da rádio, as regras de intervenção parecem ser claras:

«A TSF lembra que devido ao elevado número de participantes no fórum, nem todas as opiniões aqui deixadas poderão ser lidas em antena. O Fórum TSF Online tem uma política de gestão de comentários mais restrita que nos restantes espaços de comentário disponíveis no site da TSF. Como tal, e em linha com as regras adotadas para a sua emissão na antena, lembramos que: os comentários no Fórum TSF Online devem ser sempre identificados com um primeiro e último nome; comentários anónimos nunca serão lidos em antena; comentários que contenham linguagem imprópria, obscena e difamatória, insultos, acusações de carácter criminal quer a pessoas quer a empresas, violações da vida privada, incitações ao ódio ou à violência ou que preconizem violações dos direitos humanos serão apagados deste espaço»¹⁸⁰.

No ponto que analisa os apelos à participação dos ouvintes, as opções divergiram novamente. Com efeito, o incentivo foi mais insistente na antena da TSF, relembrando aos ouvintes as modalidades de intervenção, enquanto no *Antena Aberta*, via emissão hertziana, esses apelos ficaram um pouco ausentes do diálogo com o público. No universo *online*, os apelos encontram outro tipo de expressão. No *site* da TSF, na página dedicada ao fórum, encontram-se expressões como «no fórum queremos ouvir a sua opinião» ou mesmo incentivos à participação *online*: «comente aqui». No *site* do *Antena Aberta*, a produção apenas refere que «na Antena 1 a opinião dos ouvintes tem bastante valor. Diariamente, o programa *Antena Aberta*

¹⁷⁸ *Antena Aberta* – [http://tv1.rtp.pt/programas-rtp/index.php?p_id=1040&e_id=&c_id=1&dif=radio];

Fórum TSF – [http://www.tsf.pt/Paginalnicial/Interior.aspx?content_id=1827724&tag=F%F3rum%20TSF].

¹⁷⁹ *Antena Aberta* – [http://ww1.rtp.pt/web/podcast/gera_podcast.php?prog=1040];

Fórum TSF – [<http://feeds.tsf.pt/TSF-ForumTSF>].

¹⁸⁰ Disponível em [http://www.tsf.pt/Paginalnicial/Interior.aspx?content_id=1835313&tag=F%F3rum%20TSF].

propõe um tema atual e relevante que é analisado por especialistas e ouvintes da rádio pública. A *Antena Aberta* é um espaço plural e com mais tempo para registar a opinião dos ouvintes».

Um dos pontos fundamentais para entender a dinâmica da participação nos dois formatos poderá eventualmente ser compreendido através da identificação das formas de intervenção no programa. Novamente encontramos formas distintas nas rotinas das duas produções. No *Antena Aberta* existiam apenas duas formas de intervenção por parte do ouvinte, através dos números de telefone sugeridos para a inscrição (800_220_101 / 223_399_912) e o *e-mail* (antena.aberta@rtp.pt). Por outro lado, o *Fórum TSF* não disponibilizava um *e-mail* próprio para receber comentários, contudo acrescentava outras opções de participação, através do telefone (808_202_173), a página do Facebook da TSF e o comentário no Fórum *online*¹⁸¹ na página do programa. Parece claro que o *Fórum TSF* disponibilizava outras possibilidades de intervenção do ouvinte, sobretudo através de um aproveitamento mais eficaz das plataformas existentes no próprio *site* e na rede social Facebook. Note-se que a participação *online* se realizava por meio dos comentários dos participantes nas plataformas já referidas. Na realidade, nem todos os comentários são escolhidos para integrar a emissão em direto, uma vez que a jornalista se responsabilizava pela leitura de algumas dessas contribuições, através da identificação do participante e da plataforma de onde interveio. Por sua vez, o *Antena Aberta* dedicava-se quase exclusivamente ao telefone como meio de interação com o público, ao mesmo tempo que o correio eletrónico figurava como uma mera modalidade estética e sem aproveitamento regular.

Relativamente aos temas debatidos nos programas, sintetizamos neste ponto o conjunto de assuntos e matérias tratadas durante as emissões observadas, além da presença ou ausência de convidados no programa. De facto, a situação económica de Portugal no momento da produção deste texto acabaria por ser determinante na escolha dos temas em debate, em ambos os programas. A crise política de março de 2011, motivada pela demissão do primeiro-ministro, José Sócrates, e a consequente dissolução da assembleia por parte do presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, anteciparam um pedido de ajuda financeira a entidades internacionais tendo em vista a resolução dos problemas de endividamento nacionais e a pouca capacidade de financiamento do Estado português. Em breves traços, a referida moldura social, política e económica condicionou a escolha dos temas nesta semana de observação. Neste sentido, observamos que em ambos os casos, os temas do âmbito político, económico e social,

¹⁸¹ Disponível em [<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>].

relacionados com a conjuntura atrás descrita, dominaram o espectro dos debates nesta semana. No *Antena Aberta*, e de acordo com as próprias indicações da produção, de segunda a quinta-feira foram discutidos temas como: *O que espera das escolhas dos partidos?*; *Que medidas vão ser impostas a Portugal em troca do empréstimo?*; *Que margem negocial tem o país na obtenção do empréstimo externo?*; *Crescem as vozes contra a ajuda externa a Portugal, sobretudo nos países mais ricos e conservadores da Zona Euro: Alemanha, Holanda, Finlândia. O modelo económico português foi vítima do fundamentalismo dos mercados*, respetivamente. Na verdade, torna-se bastante arduosa a tarefa de separar os temas por áreas, uma vez que a amplitude dos assuntos se estende a diversas esferas da realidade social, desde a política ou até abordando questões sociais e económicas. Na sexta-feira da semana em análise discutiu-se, porém, o sucesso de diversas equipas de futebol nacionais com o tema *Portugal em maioria absoluta nas meias-finais da Liga Europa*, aproveitando os resultados positivos dos clubes portugueses na competição internacional Liga Europa da UEFA, na presente época desportiva. Apesar de difícil definição, podemos concluir que, na semana de *Antena Aberta*, houve três temas de debate relacionados com economia e finanças, um sobre política partidária nacional e outro sobre futebol. No *Fórum TSF*, a situação apresenta-se de forma idêntica. Repetindo a dificuldade na separação clara dos temas, registámos dois temas de natureza política (*Há ou não espaço para uma cidadania à margem dos partidos?* – segunda-feira; *A necessidade de um entendimento político* – na quarta-feira), outros dois de âmbito económico-financeiro (*O futuro e a forma de evitar nova crise* – terça-feira; *As consequências da crise*, na quinta-feira) e um sobre futebol, com o tema *O sucesso dos clubes portugueses na Europa*, na edição de sexta-feira.

Em relação aos convidados existiu um conjunto de opções distintas. Os resultados obtidos através das cinco emissões analisadas indicam que o *Antena Aberta* recorre a um maior número de convidados (13), mais dois dos que se verificaram no *Fórum TSF*. No primeiro, parece que os convidados ocuparam um maior tempo de intervenção, uma opção que depois se reflete no número reduzido de ouvintes que intervieram na emissão, como iremos analisar no ponto seguinte. Já no *Fórum TSF*, embora não tenha sido feito um estudo pormenorizado desta questão, ficámos com a sensação de que os convidados intervieram num tempo mais reduzido, apesar de a duração deste programa ser mais extensa que o da Antena 1. Precisamente no *Antena Aberta* e em relação à origem desses convidados que ali intervieram, registou-se a presença mais notada de quatro professores universitários, oriundos das áreas da economia e finanças, três jornalistas (*Diário Económico*, *Record* e *A Bola*), três comentadores políticos da

rádio¹⁸². Nos menos representados, um economista, um sociólogo e um político. Curiosamente, a mesma tipificação de convidados, se assim poderíamos designar, repete-se no *Fórum TSF*, com apenas algumas diferenças: cinco professores universitários, novamente das áreas da economia e finanças, dois comentadores da rádio (política e desporto), um jornalista (editor de desporto da TSF), um sociólogo, um economista e um político¹⁸³.

Uma das dimensões importantes nesta análise comparativa residiu na caracterização dos participantes nestes espaços, em termos de uma caracterização sociodemográfica, ao nível do sexo, localidade e profissão. Por participantes entendemos o conjunto de ouvintes que, pelas mais diferentes formas, intervieram, de facto, nos programas via telefone em direto ou via *web*, sempre que as suas intervenções foram igualmente trazidas para a antena¹⁸⁴. Deste modo, o número de participantes nesta semana de observação parece bastante distinto em ambos os programas. No *Antena Aberta*, em cinco dias de emissão, participaram efetivamente 38 pessoas, enquanto no *Fórum TSF* o número foi exatamente o triplo, isto é, atingiu aos 114 ouvintes e participantes, sendo que não houve registo de repetições em nenhum dos casos. A distribuição em termos de género é igual nos dois formatos, uma vez que se registou um maior número de homens do que de mulheres. No programa da Antena 1, registámos 28 homens para apenas 10 mulheres. No *Fórum TSF*, registou-se um desequilíbrio ainda mais notório, com apenas 8 mulheres contabilizadas, perante 106 participantes masculinos¹⁸⁵. Em relação ao local de onde participam os ouvintes, o Mapa 1 oferece alguns dados¹⁸⁶:

¹⁸² Ainda sobre a presença de profissionais do jornalismo em espaços de opinião pública, mais concretamente no papel de convidados, o estudo do projeto de investigação 'Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital' denunciou a presença frequente de jornalistas nos espaços deste género. Neste caso, verificamos igual tendência, embora em menor expressão, contudo não deixa de ser um setor privilegiado para intervir nestes círculos, o que motivaria naturalmente outras reflexões. [<http://www.comunicacao.uminho.pt/cecs/content.asp?startAt=2&categoryID=672&newsID=2060>, acedido em 30/11/2012].

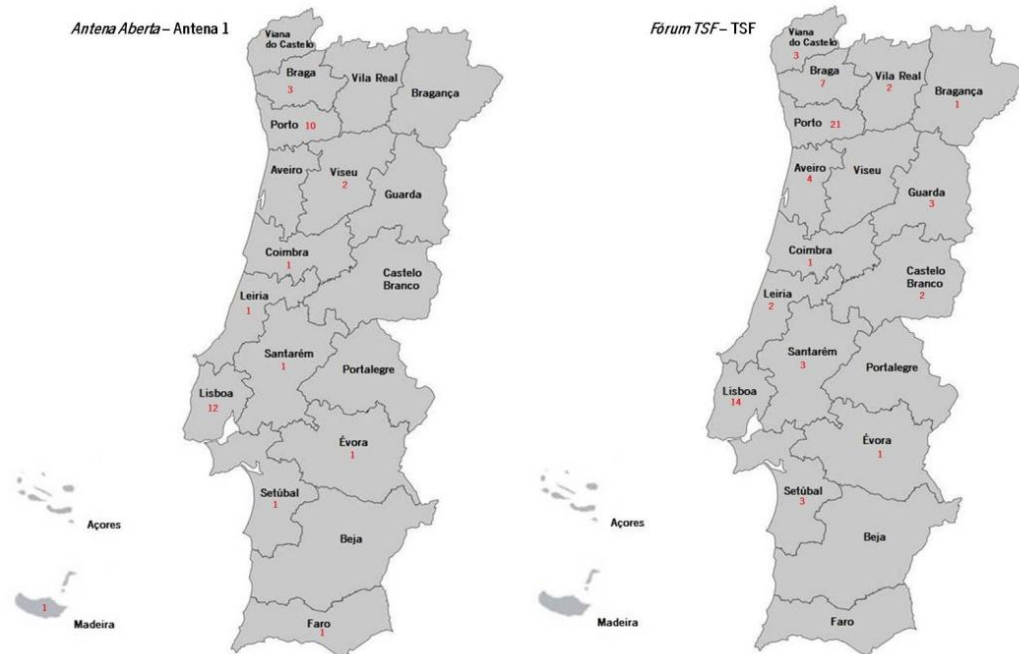
¹⁸³ Nas edições de segunda e quinta-feira, houve dois convidados que curiosamente intervieram em ambos os programas, no caso professores universitários da área da economia.

¹⁸⁴ Uma pequena nota importante a ter em conta: a transmissão em simultâneo do programa *Antena Aberta* através da rádio Antena 1 e da estação de televisão RTP N conduziu a um pequeno dilema metodológico. Neste caso, a observação registou e analisou os dados retirados através da emissão radiofónica, no entanto desconhecemos, de facto, se os participantes analisados eram, de facto, ouvintes ou telespectadores. Contudo, julgamos que tal não compromete a caracterização dos participantes do programa.

¹⁸⁵ Na verdade, estes dados só vêm justificar e dar pertinência a outros recolhidos no âmbito de uma investigação intitulada 'A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar' (Ribeiro, 2008), na qual se concluiu que no *Fórum TSF* havia uma tendência para encontrar um maior número de participação masculina do que feminina.

¹⁸⁶ Não foi possível identificar a localidade de 2 participantes no *Antena Aberta* e outros 3 no *Fórum TSF*. Sendo assim, temos um total de 36 e 67 intervenientes, respetivamente. Relembre-se que os ouvintes e participantes via *online* ficam de fora em ambas representações gráficas, uma vez que a produção não revela essas informações. Convém assinalar que os participantes via *web* do *Fórum TSF* não indicavam a localidade nem a profissão, pelo que ficaram fora deste tratamento estatístico. No Mapa 1 estão assinalados o número de participantes em cada distrito

Mapa 1 – Distribuição geográfica dos participantes no *Antena Aberta* e no *Fórum TSF*, por distritos



Fonte: Elaboração própria.

Além do predomínio claro dos participantes das zonas litorais (28 em 36 no caso do *Antena Aberta*; 55 em 67, no *Fórum TSF*), verificámos uma inexistência de intervenções das regiões autónomas da Madeira e dos Açores, exceção apenas para um ouvinte madeirense que interveio no *Antena Aberta*. Os distritos mais a sul de Portugal Continental (Faro e Beja) surgem igualmente pouco representados no programa da Antena 1, estando ausentes no fórum. Por outro lado, os distritos colocados na fronteira centro e norte com Espanha não estão representados no *Antena Aberta*, sendo que no *Fórum TSF* existe um conjunto significativo de ouvintes e participantes dessas regiões. Os dados podem eventualmente ser enganadores, na medida em que o tema em debate pode claramente condicionar a proveniência das audiências. Neste sentido, o sucesso de duas equipas de futebol do norte do país motivou não apenas o assunto do dia em ambos os programas, como conduziu a um significativo acréscimo de participantes dessas regiões. Muito provavelmente, na ausência de tal facto observaríamos um

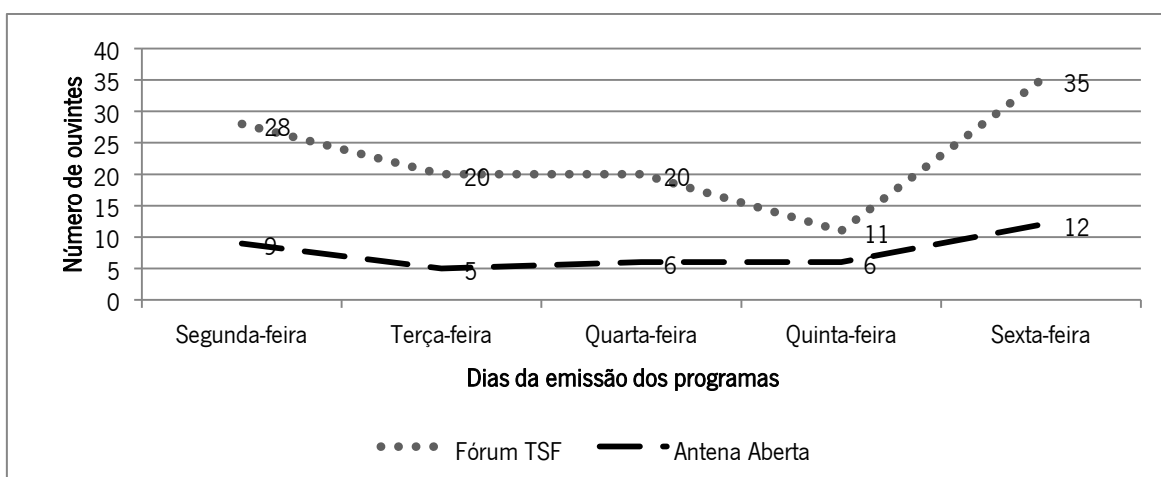
onde foi registada a intervenção de cada indivíduo. Os distritos sem qualquer anotação não registaram a participação de qualquer ouvinte.

cenário ainda mais atomizado de participantes das regiões de Lisboa e Porto, onde aliás estão em maioria nas restantes emissões¹⁸⁷.

No âmbito da situação profissional dos participantes¹⁸⁸, encontrámos algumas similitudes. No *Antena Aberta* foram contabilizados onze tipos de profissões, sendo que as três mais representativas foram as de empresário (5), professor (4), estudante e engenheiro (ambos com 3). No *Fórum TSF*, as mais registadas foram, novamente, empresário (10), vendedor (5), engenheiro e funcionário público, ambos com quatro ouvintes, num total de 34 profissões enumeradas. Ainda que os dados veiculados pela produção sejam escassos para a caracterização plena desta amostra de participantes em termos da sua ocupação profissional, poderíamos eventualmente sugerir que, em termos gerais, o participante-tipo apresenta uma formação universitária superior, embora admitamos este cenário com as naturais reservas de uma observação imprecisa neste contexto.

Após a caracterização sociodemográfica dos ouvintes e participantes, podemos tentar descrever a contextualização dos movimentos participativos. Desta forma, o gráfico 3 compreende a evolução diária das participações em cada programa:

Gráfico 3 – Evolução diária dos participantes nos dois programas



Fonte: Elaboração própria.

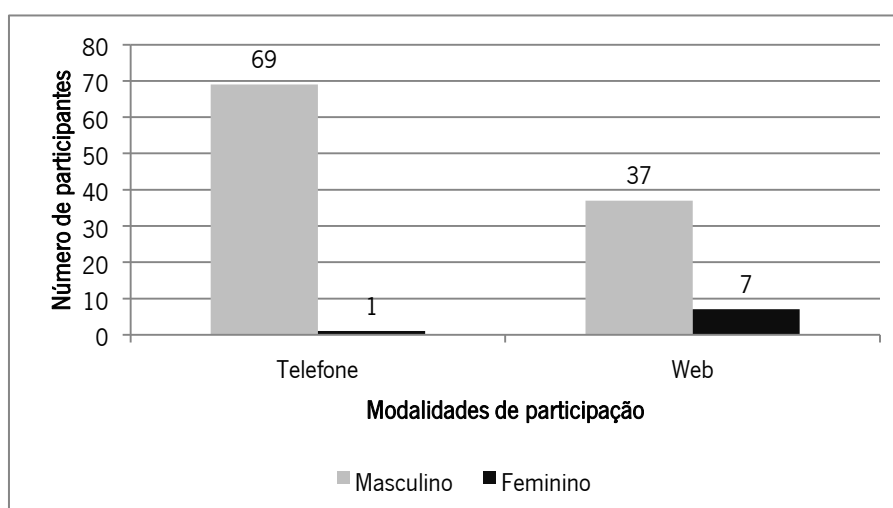
¹⁸⁷ Se optarmos por juntar os dois mapas, poderíamos dizer que 57 dos 103 participantes registados é destas regiões. No *Antena Aberta*, é Lisboa quem predomina. Porém, o distrito do Porto lidera no *Fórum TSF*.

¹⁸⁸ Convém sublinhar que na participação no *Antena Aberta*, a produção não divulgou a profissão de 16 dos 38 participantes. Já no *Fórum TSF*, excluindo a participação *online* que não referia o *status* profissional, não foi possível apurar a profissão de 2 dos 70 ouvintes.

Como refere o gráfico anterior, existe um número mais estável de participantes no *Antena Aberta*, que praticamente varia de cinco a doze intervenientes. Já no *Fórum TSF* existe uma maior oscilação, de onze participantes como mínimo registado na quinta-feira até aos 35 no dia seguinte. Na Antena 1, o número simplesmente duplicou, enquanto na TSF mais do que triplicou (11 para 35 ouvintes participantes).

As diferentes modalidades de participação no *Fórum TSF* trouxeram a este estudo comparativo uma vantagem, acompanhada porém de um ponto limitativo. Ora, em termos de paralelismo entre os dois formatos, não será possível estabelecer um retrato comparado no ponto de vista da abertura à participação através do universo *online*, uma vez que no *Antena Aberta* não existiu qualquer intervenção *online* feita pelos ouvintes, nesta semana de observação. No entanto, podemos aproveitar alguns dados retirados da referida intervenção *online* dos ouvintes no *Fórum TSF* e compreender as lógicas do programa neste segmento. Neste contexto, circunscrevemos a nossa análise ao programa da TSF, atendendo à distribuição de género pelas duas formas de participação, telefone e *web*, tal como referem os gráficos 4 e 5. Partindo da constatação já referida de uma maior participação masculina do que feminina, em ambos os segmentos de intervenção observámos que o telefone foi o meio de participação mais utilizado pela produção para chamar a si a contribuição dos ouvintes. Os nossos resultados indicam que as mulheres preferem os ambientes *online* para intervir¹⁸⁹.

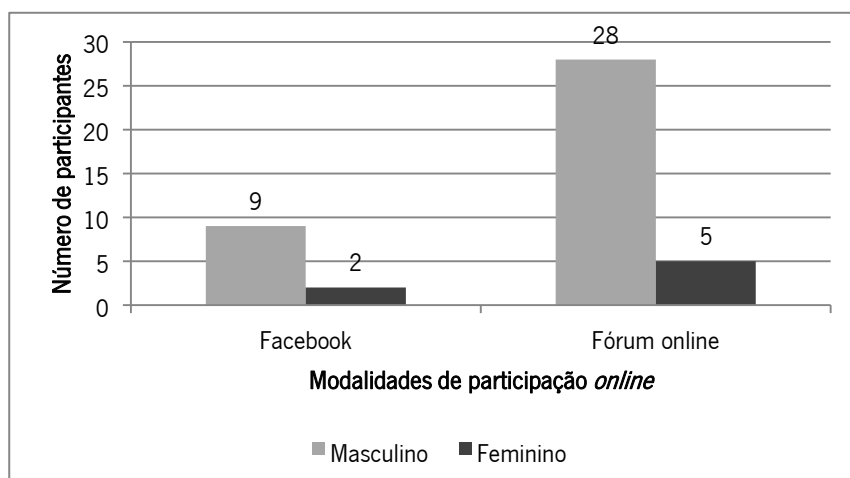
Gráfico 4 – Distribuição de género pelas duas formas de participação no *Fórum TSF*



Fonte: Elaboração própria.

¹⁸⁹ Sublinhamos, contudo, que as opções editoriais do programa, no que concerne à seleção dos participantes, configuram os presentes resultados, pelo que as conclusões dependem inexoravelmente dessa circunstância.

Gráfico 5 – Distribuição de género de acordo com as modalidades de participação *online* no *Fórum TSF*



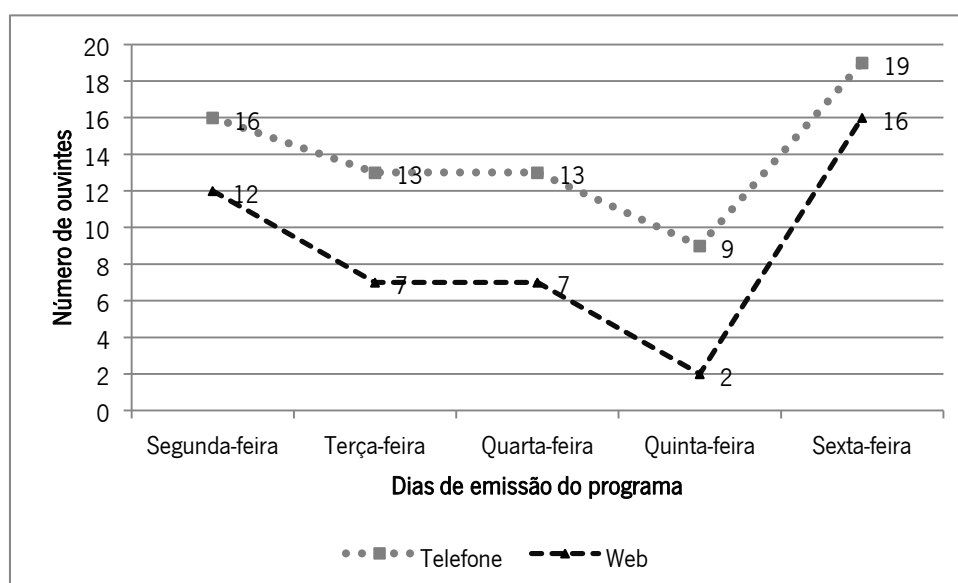
Fonte: Elaboração própria.

Restringindo a nossa observação à participação *online* no *Fórum TSF*, a produção colocou avisos no Facebook e na página do programa apresentando o tema e apelando à intervenção dos ouvintes. Desta forma, os resultados apontam para uma maior inclinação pela participação no Fórum *online*, no que se refere ao conjunto global dos participantes *online*. No Facebook, a presença masculina regista-se novamente em maior escala, com 9 participações, para 2 femininas. Esta tendência poderia ser justificada pelo facto de a moderadora do programa ter colocado no ar frequentemente as contribuições que são colocadas no Fórum *online*.

No *Fórum TSF* constatámos igualmente a evolução diária do número de intervenções dos participantes através das duas possibilidades já referidas¹⁹⁰. Como explica o gráfico 6, além de novamente percebermos a subida no número de intervenções de quinta para sexta-feira, sublinharíamos o nível reduzido de intervenções, quer pelo telefone, quer pela *web*, na emissão de quinta-feira, sobretudo em linha de conta com os recentes desenvolvimentos da crise política nacional que obrigaram o programa daquele dia a interromper a sua emissão para um determinado direto. Em ambas as modalidades de participação, registou-se uma tendência para um progressivo decréscimo de intervenientes, excetuando a referida subida abrupta no último dia.

¹⁹⁰ Provavelmente por uma razão quase ontológica da própria rádio e da natureza do programa em questão, poderíamos sublinhar que a gestão do programa dá evidentemente maior relevo ao telefone como meio preferido para o contacto com os ouvintes e participantes.

Gráfico 6 – Evolução diária das intervenções via telefone e *web* no Fórum TSF



Fonte: Elaboração própria.

Por último neste estudo, podemos observar de que forma a produção do programa da TSF gere a participação realizada através das modalidades *online*. Neste contexto, a tabela 2 relaciona a globalidade dos comentários realizados e o seu aproveitamento para a emissão do programa.

Tabela 2 – Aproveitamento dos comentários *online* na emissão em direto no Fórum TSF.

Dia	Comentários Facebook (na antena)	Comentários Facebook (total)	Comentários Fórum <i>online</i> (na antena)	Comentários Fórum <i>online</i> (total)
Segunda-feira	3	21	9	94
Terça-feira	3	22	4	54
Quarta-feira	3	28	4	49
Quinta-feira	1	20	1	62
Sexta-feira	1	6	15	33
Total	11	96	33	292

Fonte: Elaboração própria.

Tal como sucede com as inscrições pelo telefone, as limitações de tempo obrigam a que nem todos os comentários presentes nas plataformas *online* passem para a antena, isto é, o aproveitamento dificilmente será de 100%. Partindo desse importante pressuposto, constatámos a existência de um nível de comentários mais elevado no Fórum *online*, uma preferência que

depois se traduz no aproveitamento das contribuições ali deixadas para o programa, ligeiramente superior aos comentários na rede Facebook. Para ser mais preciso, contabilizámos uma taxa de aproveitamento de comentários no Fórum *online* de 11,3%, no entanto, apenas duas décimas acima da registada no Facebook (11,1%).

Com efeito, se a atualidade da rádio terá de lidar irremediavelmente com novos ambientes sonoros digitais e se a crise significa necessariamente oportunidade de repensar o modelo presente em que a rádio trabalha, será talvez legítimo considerar que o futuro deste meio não se pode desligar deste novo ecossistema que promove uma participação reconfigurada. Reconhecendo que a aposta no universo digital pode capacitar, de facto, novos públicos tendo em vista maiores níveis de participação, parece igualmente interessante verificar as distintas opções que diversos programas radiofónicos têm utilizado no segmento da auscultação da opinião pública nas suas antenas. O *Antena Aberta*, ligeiramente mais conservador que o *Fórum TSF*, demonstra que uma rádio tem necessariamente que depender de outras contribuições que ultrapassam o telefone. Não será de estranhar, por conseguinte, que o nível de participação naquele programa seja exatamente três vezes menor, comparativamente ao programa da concorrência. Ainda assim, parece claro que o telefone continua a ser o meio preferido para reunir as intervenções dos cidadãos nestes contextos e, não obstante os diversos ecossistemas digitais, a rádio deve manter-se fiel a algumas das suas raízes, sob o risco de perder parte da sua essência. Se a crise radiofónica explica uma certa homogeneização dos formatos, tal como observámos, não terá sido surpreendente verificar que os dois programas seguiram lógicas muito próximas, relativamente aos temas e convidados escolhidos. Num último ponto comparativo, compreendeu-se que as lógicas de participação francamente associadas ao digital no *Fórum TSF* se deparam com o pouco incentivo às mesmas no *Antena Aberta*. Trabalhar em rádio obriga necessariamente a constrangimentos de ordem económica e financeira, pelo que estes programas se apresentam como uma aposta relativamente pouco dispendiosa neste domínio. Desta forma, como símbolo de fidelização de audiências, de compromisso com diversos públicos, trabalhar com responsabilidade no contexto dos programas de opinião pública assume-se muito provavelmente como uma oportunidade importante e decisiva para manter um contacto permanente com as estruturas sociais que rodeiam o discurso mediático.

1.3 O silêncio dos imigrantes: da integração social à participação na vida pública através dos média

Expressão privilegiada da vida social, política, económica e cultural, os média, enquanto produtores de discursos de atualidade, são efetivamente um dos espelhos mais significativos das representações sociais dos imigrantes. Noutro prisma são igualmente um barómetro indispensável à análise da expressão e do lugar que os meios de comunicação ocupam na vida destes cidadãos. Num estudo financiado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social, percebe-se que a população ‘não nascida’ em Portugal manifesta consumos de televisão equivalentes aos consumos registados por cidadãos ‘nascidos’ no país¹⁹¹, encarando o pequeno ecrã como «atividade de lazer, doméstica e familiar, desfrutada como ‘companhia’ em casa» (Brites *et al.*, 2008: 236). Para além disso, atendendo às escolhas dos programas, é muito expressiva a percentagem de cidadãos supostamente imigrantes que admite ver programas de informação. Na verdade, mais de 95% dos inquiridos assinala esta categoria como um género de preferência na televisão que é o meio preferido neste grupo e ao qual se segue a Internet. Mais significativa que a rádio, a imprensa é o terceiro recurso mediático dos imigrantes em Portugal em matéria de informação, não deixando de ser curioso que os ‘não nascidos’ em Portugal parecem ter uma relação mais assídua com os jornais do que a população nacional. Particularmente interessados em notícias que se prendem com o registo de acidentes e crimes, os nascidos ‘fora de Portugal’ são ainda, de acordo com os dados divulgados por este estudo, mais interessados em notícias de política (nacional e internacional) do que os próprios nativos do país (sendo a diferença de cerca de 10%). No setor da rádio, os ‘não nascidos’ em Portugal são novamente mais consumidores do que os próprios nativos, sendo que 80% admite ouvir rádio diariamente, com uma preferência comum ao consumo nacional pelo período da manhã. Também equivalente ao paradigma nacional, a música é o género mais ouvido, seguindo-se-lhe a informação e o desporto.

Embora conscientes das diversas esferas da vida social em que a participação assume lugar central, votamos nesta abordagem especial atenção à participação nos média. Fazemo-lo procurando refletir sobre o lugar particular dos imigrantes no seio das audiências que os meios de comunicação convidam a participar a partir dos diversos canais disponibilizados para o efeito.

¹⁹¹ Tal como os autores do estudo, devemos assinalar que se toma de algum modo a população ‘não nascida’ em Portugal à população imigrante, sabendo-se no entanto que nalguns casos não se tratará efetivamente de imigrantes nem de estrangeiros, pois esta classificação não afasta a possibilidade de nesta categoria estarem incluídos cidadãos portugueses nascidos no estrangeiro.

Por isso, apesar de incipiente, o estudo exploratório que apresentamos tem como objetivo fazer uma primeira aproximação ao tema, confrontando precisamente as questões da representatividade da voz do imigrante nos espaços de discussão pública promovidos pelos média nacionais. Algumas intuições conduziram-nos às hipóteses que orientaram o trabalho de observação empreendido. Na verdade, por razões meramente impressivas e intuitivas, seríamos levados a acreditar que existe pouca propensão, por parte dos imigrantes, à participação nos espaços de opinião pública nos média em Portugal. Esta é, com efeito, a primeira hipótese de trabalho, que admite que se desconhecem, com rigor e propriedade, as justificações que se colocam neste sentido, centrando-se o enfoque na constatação da participação ou ausência dela.

A intenção deste estudo exploratório não poderia, no entanto, ignorar a cobertura mediática da imigração como tema da informação. Este olhar para a cobertura jornalística, focada na questão da imigração, pretende averiguar a relação entre a presença ou não de um tema nos conteúdos jornalísticos e a propensão à participação efetiva. Não poderia, aliás, esta questão ser excluída, sob pena de não se considerarem os enviesamentos possivelmente decorrentes de alguma situação de exceção no que à agenda jornalística diz respeito. Apesar de não constituir um eixo central na nossa investigação, seguimos uma ideia manifestada por investigadores como Vogel (2005), para quem os imigrantes não se encontram apenas afastados dos seus países como também dos próprios média. Atendendo a esta premissa, numa abordagem especialmente focada nos imigrantes em Portugal, considerámos ainda o lugar dos emigrantes portugueses que, desta forma, consideraríamos igualmente 'afastados' da dinâmica dos órgãos de comunicação social nacionais.

Em termos metodológicos, procurámos observar durante duas semanas o curso de um conjunto de programas e espaços que se inscrevem naquilo que denominaríamos de lugares de participação do cidadão nos média. Fixou-se, portanto, aleatoriamente duas semanas do mês de outubro de 2009 (de 12 a 16 e de 19 a 23), considerando-se as emissões e edições de segunda a sexta-feira apenas, por se entender que o fim-de-semana tem, em termos de programação e de publicações características que os distinguem dos restantes dias da semana¹⁹². Sabemos como este recorte temporal é acanhado, no entanto julgamos que é francamente ilustrativo da normalidade, isto é, do dia-a-dia da agenda destes espaços.

¹⁹² A retirada dos dois fins-de-semana justifica-se ainda pela ausência de emissões dos programas *Antena Aberta* (RTP N e Antena 1) e *Fórum TSF* (TSF) e pela necessidade de colocar em pé de igualdade todos os formatos participativos, nos dias em que todos estavam a ser transmitidos.

Ora, no que diz respeito a programas e iniciativas vocacionadas à participação, fizemos também uma seleção, dada a impossibilidade de observar o conjunto de todos os canais disponibilizados pelos média em matéria de participação. Assim, atendendo às características próprias dos espaços que apelam à intervenção das audiências, centrámos a observação nos seguintes espaços, assegurando a representatividade de cada modalidade mediática: na televisão, visionámos os programas *Antena Aberta*, da RTP N e *Opinião Pública* do canal SIC Notícias; na imprensa, lemos as *Cartas do Leitor* do Jornal de Notícias e as *Cartas ao Diretor* do jornal PÚBLICO; na rádio ouvimos as emissões dos programas *Fórum TSF* da rádio TSF e *Antena Aberta*¹⁹³ da Antena 1, principal canal de serviço público da radiodifusão; no *online*, anotámos os comentários submetidos aos espaços *Fórum Record*, da edição *online* do jornal Record¹⁹⁴ e na *Coluna de Opinião* da edição *online* do jornal Diário de Notícias¹⁹⁵.

Os critérios de seleção dos média apontam de facto para diferentes direções. Na amostra não seria possível, a nosso ver, excluir o serviço público de televisão e de rádio, uma vez que o Estado português se propõe precisamente contribuir para a promoção «do direito de informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações», como consagra por exemplo, a alínea b, número 1, do artigo 8º da Lei da Televisão, o que já indicaria a tentativa de abranger todos os públicos, comportando as diferentes faixas etárias e comunidades étnicas. Todavia, o serviço público não desempenha o critério fundamental neste ponto. Optou-se pela seleção de canais televisivos e radiofónicos informativos – RTP N e SIC Notícias, TSF e Antena 1 – precisamente pela predominância da informação na atividade dessas organizações. No *online* escolheu-se um espaço criado recentemente – *Fórum Record* – pioneiro nesta estratégia no quadro dos jornais desportivos portugueses, apostado a mostrar sensibilidade para a criação de espaços interativos com os leitores na rede. Por outro lado, a escolha recaiu na *Coluna de Opinião* do Diário de Notícias, onde são colocadas diariamente as reflexões de figuras importantes da sociedade portuguesa. Na imprensa, a observação orientou-se para dois periódicos com uma posição privilegiada no panorama mediático nacional e com abordagens diferentes: um jornal considerado de referência como é o caso do PÚBLICO, em contraposição com um jornal de cariz mais popular como é o Jornal de Notícias (JN). O propósito assenta precisamente na vontade de analisar,

¹⁹³ Deve referir-se que o programa *Antena Aberta* faz parte das emissões do serviço público de televisão (na altura emitido no cabo pela RTP N) e de rádio (Antena 1), assumindo o mesmo formato e apenas variando no horário de transmissão (11h na rádio e 17h na televisão).

¹⁹⁴ Em [<http://comunidade.xl.pt/Record/forums/31.aspx>].

¹⁹⁵ Em [<http://dn.sapo.pt/inicio/opiniao/>].

eventualmente, as diferenças de registos entre as duas publicações. As escolhas no âmbito radiofónico – *Fórum TSF* e *Antena Aberta* – refletem apenas um certo reconhecimento generalizado de dois espaços emblemáticos de opinião pública nas rádios portuguesas. O objetivo, como referimos, consistiu na tentativa de encontrar a participação de imigrantes nesses espaços de opinião pública. A identificação realizou-se através do nome e da localidade a que os participantes faziam referência. O critério pode ser frágil, sendo impossível aferir com exatidão a naturalidade dos intervenientes nestes espaços, mas atendendo ao facto de serem facilmente identificáveis nomes estrangeiros e vozes de acento brasileiro ou africano, julgamos não haver neste domínio qualquer enviesamento significativo.

Neste período de observação, centrado nas duas semanas intermédias de outubro de 2009, a imigração e os imigrantes obtiveram algum destaque na agenda jornalística. O caso excepcional haveria de ser protagonizado pelo diário de cariz popular, o JN, ao destacar quatro peças jornalísticas com conteúdos associados à população imigrante. Duas referem-se a atos criminais por parte de grupos de imigrantes em Portugal (furtos a uma gasolinera e habitação), ambas no dia 13 de outubro de 2009, e as restantes abordam a integração dos filhos dos imigrantes (23 de outubro) – questão considerada ‘crucial’ por um relatório entretanto divulgado pela UNICEF – e a possibilidade de imigrantes adultos poderem frequentar cursos de português (16 de outubro), uma medida publicada no Diário da República. No jornal PÚBLICO, houve apenas o registo, no dia 16 de outubro, para uma breve notícia sobre uma detenção de suspeitos por contrafação e imigração ilegal, alegadamente praticada por quatro imigrantes. Como foi possível evidenciar, o período designado para o estudo não pode ser encarado como uma oportunidade particularmente fértil para o destaque de conteúdos jornalísticos sobre imigração¹⁹⁶. Desta forma, passemos agora à descrição de alguns resultados:

i. **na imprensa:** nos dois jornais observados, a preocupação centrou-se em analisar o contributo dos cidadãos em dois espaços tradicionalmente concebidos pelos dois periódicos para

¹⁹⁶ Se bem que este não seja um tema totalmente alheio da agenda jornalística portuguesa, pois justamente nos dias posteriores à amostra em análise, aproveitando o lançamento de um estudo sobre a representação dos portugueses sobre os imigrantes que residem no país, o jornal PÚBLICO trabalhou, numa grande reportagem, as abordagens que se colocam à atualidade do imigrante. O destaque surgiu no dia 8 de novembro de 2009, pelo que não foi incluído no período de observação. Todavia, o trabalho desenvolvido pelo PÚBLICO reveste-se, provavelmente, de especial importância para o conjunto de reflexões que desenvolvemos e confere algumas pistas sobre possíveis conclusões que venhamos a extrair. Com o título «Em Portugal não há dinheiro, mas há sentimentos», esta reportagem destacou algumas declarações de indivíduos entrevistados, como por exemplo a de Arvyol Namniyek, oriundo da Ucrânia: «Queríamos sair para um lado qualquer. Não tínhamos quase nenhum dinheiro e Portugal era o mais barato. Visitei muitos países e nunca vi um tratamento tão bom [no hospital]. Num país grande, nunca seria assim».

a publicação de cartas enviadas pelos leitores. No caso do JN, foram analisados 36 contributos por parte de leitores e não houve registo de qualquer intervenção por parte de imigrantes. No PÚBLICO não houve um número tão elevado de colaborações dos leitores – fixaram-se apenas nas 21 cartas –, no entanto, a dúvida sobre a nacionalidade foi suscitada em três casos: Hans-Peter Heilmar, de Lisboa, na edição de 16 de outubro; Augusto Küttner de Magalhães, do Porto, a 21 de outubro, e ainda no dia 23, Rudolfo Burmester, do Porto. O discurso não permitiu, ainda assim, a identificação inequívoca sobre a nacionalidade destes leitores, pelo que não serão incluídos no grupo de imigrantes. Sublinhamos, neste ponto, que os critérios que presidiram à identificação de imigrantes podem não ter sido suficientemente esclarecedores, na medida em que o reconhecimento da imigração pode estar para lá do nome, da localidade e do discurso. A reconhecer-se, no entanto, um mínimo de validade a estes critérios, deve, pois, assumir-se que a participação de imigrantes é, senão inexistente, praticamente insignificante;

ii. **na rádio:** a intervenção dos imigrantes nos programas *Fórum TSF* (TSF) e *Antena Aberta* (Antena 1) resume-se ao único caso onde se verificou a participação efetiva de um imigrante foi na emissão de 19 de outubro do *Fórum TSF*. Através de um comentário realizado no *Fórum online* da TSF, um imigrante oriundo da Ucrânia deixou algumas opiniões acerca de um possível encontro entre as seleções nacionais de futebol de Portugal e Ucrânia, no *Play-off* de apuramento para o Mundial de 2010 na África do Sul. A referida emissão contou igualmente com a intervenção do então Presidente da Associação dos Imigrantes Ucrânicos em Portugal, Pavlo Sadoka, mas não deve contabilizar-se esta participação nos nossos resultados, uma vez que a participação decorreu de um convite e não de um ato voluntário. Na auscultação do *Fórum TSF*, as 10 emissões não permitiram a recolha de outras intervenções de imigrantes, salientando-se apenas, de novo, a presença de um contributo que encerra dúvidas, na emissão de 21 de outubro, marcada por um ouvinte com um nome suscetível de ser confundido com um imigrante brasileiro, hesitação que foi suscitada igualmente pelo sotaque do ouvinte. Nota ainda para a participação de um emigrante na Galiza, na emissão de 23 de outubro. Em suma, no conjunto das 169 participações no programa no período em análise, há apenas registo confirmado de um imigrante. No programa *Antena Aberta*, por outro lado, não houve sequer lugar a dúvidas. Ao longo de 10 emissões, que corresponderam a 89 participações, não se registou qualquer intervenção nem de imigrantes nem de emigrantes;

iii. **na televisão:** nos programas televisivos selecionados, a tendência da não participação acaba por manter-se inalterável. No programa *Antena Aberta* da RTP N registaram-se 95

participantes e, novamente, nenhum imigrante. Houve apenas duas situações a registar: a intervenção de um emigrante português na Holanda, na emissão de 20 de outubro e mais uma vez a dúvida sobre a nacionalidade de um outro participante, por questões do nome próprio e do sotaque. No programa *Opinião Pública* não foi visível, novamente, qualquer intervenção de imigrantes ou emigrantes, no conjunto dos 99 participantes a quem a SIC Notícias deu oportunidade de participar, no total das duas semanas em análise;

iv. **no *online*:** estendemos as nossas reflexões até ao universo *online*, na medida em que diversas têm sido as alusões à tecnologia como fator decisivo para a participação dos cidadãos nos média (Kelly, 2009). No entanto, não foi possível seguir, de algum modo, este entendimento. A coluna de opinião do Diário de Notícias não revela, aparentemente, qualquer participação de imigrantes, apesar dos 44 comentários publicados no *site*. Contudo, registámos a intervenção de cinco emigrantes, residentes no Brasil, na Holanda, na Bélgica, na Finlândia e na Suíça. No *Fórum Record*, um espaço de opinião pública criado precisamente em outubro de 2009, não houve alterações à linha de não intervenção que tivemos oportunidade de constatar: 11 participantes, nenhum imigrante, apesar de não ter sido possível averiguar a localidade de quatro intervenientes.

Reconhecendo, pois, a dificuldade em averiguar, com a propriedade que um estudo de maior escala e dimensão poderia indicar, a naturalidade de alguns participantes, reveste-se este caso exploratório de uma missão muito particular: tentar abrir caminho à discussão sobre a integração dos imigrantes, não só do ponto de vista político, cultural e social, mas também nos média, sobretudo se os perspetivarmos como importantes espaços educacionais e mobilizadores da vida pública. A amostra, como também poderá ser reconhecido, procurou observar a questão em cada modalidade do jornalismo para comparar eventuais diferenças de registo e distintos níveis de participação. No entanto, os resultados parecem confirmar a hipótese de trabalho, na medida em que não existem dados reveladores da participação efetiva de imigrantes, exceção feita a um único caso, na emissão do *Fórum TSF* de 19 de outubro. Não serão os resultados porventura suficientes para estabelecermos uma relação de causalidade entre a exposição mediática e o grau de participação de determinados grupos, mas é talvez significativo o facto de a única intervenção num programa de rádio surgir no contexto de especulação sobre um eventual jogo de *playoff* entre Portugal e Ucrânia, de acesso ao Mundial de futebol de 2010.

Relativamente ao lugar dos emigrantes, somos forçados a reconhecer a verdade de Vogel e admitir um certo afastamento do emigrante português em relação aos média nacionais,

mesmo quando estão salvaguardadas as condições de acessibilidade como é o caso da imprensa e do *online*. Se alguma comparação for possível entre a participação dos imigrantes e dos emigrantes, deverá por certo reconhecer-se, a partir da observação de duas semanas, que é ligeiramente mais significativa a propensão dos nativos, mesmo quando residentes no estrangeiro, para intervir através dos média (cinco emigrantes na coluna *online* do Diário de Notícias e outros dois divididos entre os programas *Antena Aberta* (RTP N) e *Fórum TSF*).

Não serão, como sugeríamos antes, nada surpreendentes estes resultados. Correspondem, de algum modo, às intuições de partida, confirmando deste modo a nossa tese. Não podem, é certo, ser ignorados vários constrangimentos no acesso dos imigrantes aos programas e publicações com apelo à participação. O domínio da língua poderá apresentar-se como um fator essencial, a que poderíamos eventualmente juntar a (in)compreensão da atualidade mediática debatida nestes espaços. No entanto, também aqui julgamos haver algum trabalho de relevo a ser empreendido, no sentido de promover a melhor integração da comunidade imigrante. Daí que se insista que estes resultados sejam tomados como um desafio para os propósitos da educação para os média, não apenas na promoção da receção mas também da participação, sob pena de os imigrantes continuarem a ser um setor silencioso das audiências.

2. Metodologia: a participação dos cidadãos nos média como objeto de estudo

Tendo em conta as linhas orientadoras da reflexão teórica que colocaram em discussão o papel ativo dos cidadãos nos média, pareceu-nos adequado concretizar algumas dessas questões no plano empírico. Desta forma tentámos, tanto quanto possível, conduzir um conjunto de abordagens que coloquem em confronto a perspetiva de quem toma parte no discurso mediático e aqueles que definem as modalidades, os momentos e a natureza dessa relação específica.

Transitando, pois, de um entendimento de índole teórico para outro de inclinação pragmática e empírica, partimos para o terreno recordando uma curiosa analogia de Quivy & Campenhoudt (1997), na medida em que a investigação em ciências sociais se apresenta idêntica ao processo de procura de petróleo no solo. Tal como a procura desregulada por esta matéria-prima induz a certos perigos ambientais, a natureza do trabalho de investigação deve ser orientada por princípios. Por isso diríamos que será necessário, na medida do exequível, uma

certa 'ordem e método', seguindo uma expressão popularizada pelo detetive belga Hercule Poirot, uma personagem que animou tantas páginas dos romances policiais de Agatha Christie, no século XX. Ora, se Madeleine Grawitz (1993) define os métodos como um conjunto organizado de operações que são realizadas para cumprir um ou mais objetivos, um corpo de princípios que orientam toda a investigação competentemente organizada, Quivy & Campenhoudt (1992) consideram-nos um conjunto de prioridades, de enquadramentos de análises teóricas e empíricas, através da seleção e coordenação de técnicas. Parece ser de algum modo elementar que as metodologias não substituem o investigador, nem atuam separadas de um contexto. Por seu turno, as técnicas de investigação representam, por isso, em procedimentos operatórios rigorosos que podem ser aplicados nas mesmas condições em estudos semelhantes e em períodos desfasados temporalmente (Grawitz, 1993).

Genericamente, os métodos de investigação podem ser ponderados através de uma tipologia que categoriza métodos qualitativos e quantitativos. Enquanto no primeiro a natureza dos dados recolhidos se aproxima de uma análise sobre as considerações teóricas dos atores e da observação documental das experiências em estudo, no segundo aborda-se um tratamento de inspiração estatística e matemática, em que os dados ordinais e de intervalo sugerem essa mesma interpretação. Embora a atualidade se preste a auxiliar um manuseamento da informação qualitativa com recursos a alguns dados matemáticos (como a contagem de palavras numa entrevista, por exemplo), assumimos aqui um entendimento de investigação próprio que não procura isolar estes dois modos de atuação, pelo que aproveitaremos as vantagens que ambos os modelos conferem para a prossecução dos nossos objetivos¹⁹⁷.

Para Quivy & Campenhoudt, os métodos quantitativos «seriam extensivos (análise de um grande número de informações sumárias) e teriam como unidade de informação de base a frequência do aparecimento de certas características de conteúdo» (1992: 225). Já os métodos qualitativos seriam «intensivos (análise de um pequeno número de informações complexas e detalhadas) e teriam como unidade de informação de base a presença ou ausência de uma característica» (*ibidem*). Por outro lado, partimos igualmente de um ponto de vista de preparação do contacto empírico em que não submetemos a nossa análise à constatação de hipóteses de trabalho no modelo tradicional em que são elaboradas. Por isso, tentaremos que os

¹⁹⁷ No método de investigação quantitativo, o papel da teoria apresenta-se numa espécie de teste, de dedução, baseada numa orientação epistemológica positivista. Ontologicamente remonta ao objetivismo. Em paralelo, o qualitativo sugere uma aproximação indutiva, através da geração de teorias, que conduz a um interpretativismo e construtivismo. Para tal, optamos por um modelo que possa retirar os eventuais melhores ensinamentos de cada abordagem.

resultados obtidos nesta etapa possam contribuir, de algum modo, para a eventual constatação de diversas linhas teóricas que percorreram os capítulos anteriores, explorando outras que escaparam a essa análise. Deste modo, estas ferramentas de investigação convergem na observação detalhada de determinadas realidades sociais e mediáticas, tomadas sob a perspectiva dos estudos de caso, que Merriam (1998) propôs como uma forma de observação detalhada de um contexto, ou indivíduo, a partir de uma única fonte de documentos ou acontecimento específico. Já para Yin (2003), este enquadramento particular reveste-se de interesse em examinar o ambiente natural de um fenómeno, através da aplicação de diversas metodologias de recolha de dados, visando obter informações de múltiplas entidades. Devido à impossibilidade prática de estudar toda a complexidade empírica a que nos poderíamos reportar com este trabalho, recortamos parte dessa moldura para tentar compreender as estruturas que regem essas realidades quotidianas que já definiremos pormenorizadamente.

Estas observações incidem, por conseguinte, no espaço mediático, tendo em conta a centralidade que os média ocupam nas nossas vidas, em lugares privilegiados nas relações sociais, de construção de significados (Silverstone, 2004). Retomando o argumento de Marshall McLuhan (1964), os média são a extensão de nós mesmos ou, como diria a este propósito José de Bragança de Miranda (2002), constituem a «ligação» dos nossos dias. Diria ainda este investigador português que a atualidade poderá estar a ser marcada por uma ‘compulsão’ na ligação aos média, um atributo que Mark Deuze descrevia como a nova característica das produções mediáticas, baseada na interatividade: «hoje todos podem fazer, copiar, modificar, e enviar qualquer artefacto mediático» (2006: 692). Mühlenfeld (2002) desconfia, por isso, da adaptabilidade dos média em aderir, de forma global e consistente, ao fenómeno da digitalização e da intervenção cidadã a partir das novas tecnologias. Por sua vez, Moreno (2006) defende que apesar de os média apostarem na participação dos seus públicos, pouco se faz em termos da capacitação das audiências, daí que a investigadora defina a interação como um processo que de carácter hermético, limitado e pouco influenciador de outras realidades sociais e quotidianas.

Em termos sumários, a discussão que será realizada em torno dos média como «espaço de tensões e fragmentação onde se luta por transformações de sentido» (Correia, 2001: 1) não deverá abstrair-se deste e de outros pontos de reflexão. O jornalismo, parte específica das produções mediáticas, surge neste contexto como a esfera mais sensível e particular onde o nosso trabalho se irá implementar e desenvolver, ao nível, recorde-se, dos formatos e plataformas participativas disponíveis para os cidadãos. Se o jornalismo tipifica e constrói a

realidade social (Correia, 2003), seria provavelmente justo indagarmos que modalidades concorrem melhor para aquilo que poderíamos designar por cultura participativa. Além de o nosso radar metodológico ter como objetivo ouvir rádio, ver televisão, ler a imprensa e o *online*, gostaríamos de eventualmente destacar que diferenças poderemos encontrar nos públicos que percorrem estes espaços mediáticos, ao nível dos formatos utilizados para promover a participação. Poderemos tentar comprovar até que ponto o estudo publicado por Moy *et al.* (2005) – que defendia a maior capacidade política da imprensa – poderá ter algum tipo de correspondência nos estudos do caso português que estamos a tentar construir. A rádio, por seu turno, sempre esteve associada a uma emancipação social, de Bertold Brecht (1932)¹⁹⁸ até estudos mais recentes que ainda conseguem colocar esta marca identitária do mundo radiofónico no panorama dos novos média. Robert Putnam (1994) considera que a televisão do entretenimento constitui aquele que é um dos muitos pontos negativos neste meio em particular, porque aliena os indivíduos das suas responsabilidades sociais. No entanto, outros estudos (Besley, 2006) retratam a forma como programas de entretenimento como *Simpsons*, *American Idol* ou *Survivor*, podem servir os claros propósitos de aumentar os níveis de participação e envolvimento comunitário. A terminar este ponto, parece-nos ainda válido sublinhar o papel que os novos média – sobretudo os que estão ligados ao mundo *online*, do *Twitter*, *Facebook*, *Ning*, *Delicious*, entre outros – desempenham na eventual promoção de uma maior cultura participativa nos média.

2.1 Resultados esperados e recursos necessários à condução do estudo

Orientados, portanto, por um horizonte teórico focado no envolvimento dos cidadãos nos discursos mediáticos, do ponto de vista da participação, a investigação que empreendemos dispõe-se compreender a deslocação de uma comunicação tradicionalmente unilateral – das instituições para públicos –, para uma comunicação de índole interativa. Na verdade, procurámos estabelecer um programa de trabalhos que permita avaliar e determinar as práticas correntes de uma pretensa passagem para um público mais ativo nos média. Deste modo baseámos o presente trabalho de acordo com os seguintes objetivos

¹⁹⁸ Brecht, B. (2005) 'Teoria do rádio (1927-1932) in Meditsch, E. (ed.) *Teorias do rádio – Textos e Contextos*, Florianópolis: Insular.

i. **Problematização dos conceitos de ‘participação’, ‘opinião pública’, ‘cidadania’, entre outros**, tentando enquadrá-los numa perspetiva mais genérica nos termos do envolvimento cívico nas questões públicas;

ii. **Elaboração de um estado da arte** dos estudos nacionais que tenham colocado a tónica na participação das diversas audiências na construção do discurso mediático e público;

iii. **Observação, caracterização, avaliação e comparação de diferentes espaços de participação dos públicos nos média nacionais**, por diversas modalidades do jornalismo, da rádio à televisão, bem como na imprensa e no *online*, nomeadamente nos ritmos de apropriação das tecnologias avançadas de comunicação no quadro destes formatos, dos atores que as produções jornalísticas sujeitam ao contacto com os cidadãos, de vozes exteriores aos média que adquiriram prestígio e credibilidade pela intervenção nesses espaços, sobretudo tendo em linha de conta algumas sugestões de âmbito teórico que denunciam o monopólio dos jornalistas sobre a palavra no espaço público (Singer *et al.* 2011):

iv. **Contributo com elementos que possam concorrer para o melhor conhecimento do ‘público-participante’ português**, de acordo com um posicionamento sociodemográfico, nos termos de género, da idade, residência, do nível de instrução, rendimento do agregado familiar e mesmo das eventuais filiações associativas de índole política/partidária, clubística, sindical ou outras;

v. **Reflexão com exemplos que decorrem da realidade de outros países**, procurando avaliar as condições da transição para a atividade das audiências no contexto europeu, como foi o caso já abordado do programa de opinião pública *Banda Ampla*;

vi. **Identificação de objetivos que presidem à criação de espaços participativos pelas organizações mediáticas a desenharem formatos de auscultação popular nos seus domínios**, bem como das eventuais dificuldades sentidas para a consolidação de um diálogo com o público, especialmente enquadrada num paradigma que sugere uma renovada ‘ecologia dos média’, entre uma liberdade teórica, sem precedentes, para a participação dos cidadãos e as opções mediáticas de inspiração instrumental ou manipulada por interesses organizados (Olson & Dunham, 2010);

vii. **Avaliação do conjunto de motivações que conduzem à intervenção do público participante nos espaços de expressão popular**, assinalando, por outra via, críticas, dificuldades, e constrangimentos à concretização desse movimento participativo, questionando, entre outros

pontos, a participação dos cidadãos no jornalismo como uma mais-valia para a democracia ou risco para as próprias instituições mediáticas;

viii. Inscrição da questão da participação num quadro mais alargado, isto é, na perspetiva de uma ‘Educação para os Média’ ou da literacia mediática, definindo alguns pontos consistentes na afirmação histórica desta disciplina académica que promovam um sentido de ‘alfabetização’ das massas relacionado com a intervenção do público nos média. Compreender igualmente o nível de familiaridade e perceção dos participantes sobre estes termos, para além de discutir o papel da literacia e do pensamento crítico sobre os média na capacitação dos cidadãos para uma participação responsável, crítica e substantiva;

ix. Contributo para o progresso do conhecimento científico no campo das ciências da comunicação em geral e dos estudos da receção e da sociologia da comunicação em particular.

Do ponto de vista dos principais recursos conducentes aos objetivos traçados nesta investigação, reconhecemos o carácter decisivo de uma larga amplitude de livros, artigos científicos, documentos e relatórios de entidades oficiais que têm tomado parte nestas reflexões. Estes elementos revelaram-se, por isso, decisivos para a elaboração dos diferentes ângulos onde repousámos o nosso olhar sobre o envolvimento cívico nos média. Por outro lado, tentámos desenvolver esforços para contactar, no âmbito das entrevistas exploratórias, diversos personagens da academia e do jornalismo que têm experiência na reflexão e/ou contacto diário com a intervenção dos cidadãos nesta esfera da vida social tirando partido de missões de investigação em Espanha. Como já foi anteriormente sugerido, pretendemos complementar estas questões com a análise no teatro das operações quotidianas, entrando em contacto com os jornalistas e os participantes. Deste modo, tentámos sensibilizar os responsáveis nos média para a pertinência do tema, no sentido de promover uma observação dos formatos e programas considerados para análise, além de procurar inquirir diretamente os cidadãos e confrontar alguns resultados desse contacto com as interpretações dos jornalistas, como explicaremos a breve trecho.

2.2 Elementos fundamentais na construção do enquadramento teórico

De acordo com a lenda, o buda histórico, Siddhartha Gautama (546-324 a.C.), vivia isolado no seu palácio, nas planícies de Lumbini, a sul do Nepal. A sua estrutura familiar, social e económica pautada pelo luxo e ostentação conduziram a que, paradoxalmente, se tivesse

deparado com uma insatisfação permanente em relação à futilidade da sua condição¹⁹⁹. Por isso, tomou a decisão de sair do seu meio faustoso para conviver de perto com o sofrimento, a pobreza, a velhice e a doença, juntando-se aos monges brâmanes. Contudo, Siddharta não se identificaria com esta atitude contemplativa e resignada destes agentes, decidindo, por isso, optar por um estilo de vida errático, deambulando pelo mundo, levando-o a experimentar situações de jejum, penitência, para tentar encontrar respostas para o sofrimento das pessoas. A solidão e a meditação seriam, na sua perspetiva, caminhos adequados para atingir a verdade. O que se pede ao investigador no decurso da sua vida nesta área não pode, se quisermos tomar como pretexto esta lenda budista, radicar num isolamento extremo. As metodologias e as técnicas de recolha de dados procuram justamente abrir a investigação às incidências do quotidiano, às movimentações que podem fornecer respostas que reforcem ou dirimam aspetos sublinhados no enquadramento teórico, lembrando uma frase popularmente conhecida do filósofo chinês Confúcio (551-479 a.C.): «o que ouço, esqueço. O que vejo, recordo. O que faço, compreendo». Ao longo desta investigação, procurámos convocar várias lentes que possam observar, da forma mais fidedigna possível, o fenómeno da participação dos cidadãos no jornalismo português. Para tal, agrupam-se as vozes dos cidadãos e dos média num estudo globalizado que procura conferir um retrato deste assunto. Desde logo assumimos que este conjunto de informações que retiramos do contacto com estes agentes não procuram construir verdades definitivas, restringindo-se o período desta investigação a um 'aqui' e 'agora' específicos. Tendo em conta uma opção prática e disciplinar de considerar espaços de opinião pública nos meios de comunicação social, obedecemos a uma estruturação teórica que conferiu prioridade a discursos que colocam o cidadão no âmbito preferencial dos estudos em comunicação.

Com o propósito de esclarecer, tanto quanto possível, todas as questões descritas, estabelecemos um quadro de atividades orientado em diferentes fases ou momentos de investigação e que desenvolvemos com uma metodologia que convoca o ensaio teórico e o confronto empírico. Não obstante a necessidade de um trabalho exploratório que permita esclarecer convenientemente a linha de investigação em que nos inscrevemos, o nosso processo científico estruturar-se de acordo com as seguintes etapas:

i. Análise de referências bibliográficas relativas ao tema: com a leitura integral dos mais variados contributos teóricos, procurámos conhecer melhor o campo de estudo em que nos

¹⁹⁹ [[http://www.infopedia.pt/\\$budismo](http://www.infopedia.pt/$budismo), acedido em 22/12/2012].

situamos. Consideramos, pois, esta produção científica relevante para o estudo da participação dos cidadãos nos discursos mediáticos no contexto das atuais tendências de investigação das ciências sociais, em geral, e da comunicação, em particular. Incluímos nesta seleção bibliográfica os contributos da comunidade científica nacional e internacional no âmbito da cultura mediática contemporânea úteis para a construção do aprofundamento da primeira parte deste trabalho. De acordo com Quivy & Campenhoudt, as leituras revestem-se de particular importância na medida em que podem ajudar a «ultrapassar as interpretações estabelecidas, que contribuem para reproduzir a ordem das coisas, a fim de fazer aparecer novas significações dos fenómenos estudados, mais esclarecedoras e mais perspicazes do que as precedentes» (1992: 47-48), o que desde logo configura um fundamento teórico que legitima esta opção de investigação. Neste ponto, destacamos o papel importante que as fichas de leitura, enquanto objeto de esquematização do material bibliográfico lido, desempenharam;

ii. Estado da arte e quadro teórico: esta etapa é, na verdade, uma extensão da anterior, já que, atendendo à produção científica existente, nos permite esclarecer a pertinência do tema em análise, bem como explicitar mais convenientemente os contributos que podem resultar da nossa proposta de trabalho. Indagando os conceitos centrais de ‘cidadania’ e ‘participação’, procuramos, num ensaio teórico, clarificar o seu sentido no âmbito da cultura tecnológica e cibernética contemporânea. Com efeito, para conhecer o modo como estão os média a potenciar a participação cidadã das audiências no espaço público, procedemos no sentido de aferir previamente os instrumentos que tornam possível medir os índices de implicação ou envolvimento de leitores, ouvintes, telespectadores e cibernautas;

iii. Entrevistas exploratórias: segundo Quivy & Campenhoudt, «as entrevistas contribuem para descobrir os aspetos a ter em conta e alargam ou retificam o campo de investigação das leituras» (1992: 67). Estas entrevistas preparam o contexto empírico, através de conversas que introduziram as abordagens realizadas nesse segmento, como podemos observar na primeira parte. Neste contexto definiu-se um conjunto de personalidades que pudessem acrescentar informações úteis sobre as temáticas mais importantes para este estudo. A forma de tratamento desta entrevistas obedeceu à técnica simples de análise textual. Como a intenção consiste na comparação das diferentes perspetivas entre os diversos entrevistados, colocámos apenas à consideração desta etapa as aproximações ou distonias patentes nessas conversas. A quase totalidade das personalidades requisitadas para este efeito pertence ao mundo dos profissionais da comunicação social espanhola, apenas pontuada pela presença de um académico. Neste

sentido, realizámos entrevistas aos seguintes atores no contexto académico e empresarial-mediático: Pere-Oriol Costa, professor catedrático da Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Barcelona, em Espanha, especialista em assuntos como a Educação para os Média e a comunicação política; Mireia Mallol, jornalista e apresentadora do programa noturno de opinião pública *La nit dels ignorants*, da Catalunya Ràdio; Carles Manteca, diretor de programação da emissora televisiva catalã TV3, que esteve ligado igualmente a um formato participativo daquele canal que dá pelo nome de *Banda Ampla*; Lídia Herédia, jornalista e dinamizadora do programa *Banda Ampla* da TV3; Josep Capdevilla, jornalista e chefe da edição *online* do diário desportivo catalão SPORT; António Casado, realizador de programas como *Tengo una Pregunta para Usted* da RTVE; e ainda Núria Llop, jornalista e responsável pela gestão *online* de conteúdos do jornal El Periódico, da Catalunha.

2.3 Preparando o terreno empírico: entre o objeto de estudo e a seleção da amostra

A nossa proposta insere-se, genericamente, no deslocamento de um certo tradicionalismo de considerar os meios de comunicação social como eixos de atuação dominantes neles recaindo toda a atenção e interesse. Privando-nos, em certa medida, deste entendimento de inspiração mediocêntrica, fixaremos o nosso olhar especialmente nos indivíduos que tomam parte do sistema mediático. Em suma, pretendemos observar estratégias, políticas, movimentos, decisões, silêncios do trabalho dos média selecionados para a amostra, além de promover um estudo que sublinhe perfis, anseios, motivações, dificuldades, práticas rotineiras, etc. Trata-se, portanto, um trabalho que apresenta uma abordagem duplamente facetada, entre uma perspetiva medio e sociocêntrica.

Contudo, o presente trabalho não escapa a uma das tendências mais expressivas da investigação em Ciências da Comunicação, na medida em que assume o jornalismo como área específica de reflexão. Aliás, de acordo com um estudo elaborado pela SOPCOM (Associação para as Ciências da Comunicação em Portugal), apresentado em 2012, sobre a natureza temática das teses de doutoramento no nosso país, verificou-se uma presença do jornalismo como área temática dominante neste percurso académico. Entre 1990 e 2012, foram defendidas, em Portugal, 32 teses que privilegiaram o jornalismo no seio de outras modalidades das Ciências de Comunicação, o que representa 21% do total das cerca de 150 teses defendidas nesta área de conhecimento. Deste conjunto de trabalhos, 11 versavam os conteúdos, enquanto

dois se repartiram pelos públicos e pelas políticas de média. Mesmo ao nível dos projetos de investigação financiados pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), 23 seleccionaram o mesmo campo de estudos, perfazendo 30% do total²⁰⁰. Este trabalho de investigação recolhe, por isso, alguma desta herança clássica, privilegiando o campo do jornalismo e dos públicos, ainda que, em termos de categorização temática da área de estudos, seja mais correto inseri-lo no âmbito de uma Sociologia da Comunicação.

Circunscrevendo o âmbito da nossa investigação ao território geográfico português, decidimos optar por estudar quatro organizações mediáticas que detêm, no espaço jornalístico português, um impacto privilegiado, que remontam não apenas aos seus valores de audiência de destaque no nosso panorama, mas também à sua longevidade como empresas jornalísticas. Por uma questão pragmática, e sendo provavelmente inoperativa a hipótese de analisarmos todos os espaços participativos que tomam lugar nos principais órgãos jornalísticos do país, decidimos seleccionar um conjunto de formatos que, da responsabilidade exclusiva de jornalistas, assume um espírito sensível à ideia de participação dos cidadãos nos média. Deste modo, dividimos as nossas reflexões em quatro espaços de opinião pública, uma por cada modalidade do jornalismo: na rádio, a TSF – Rádio Notícias e o programa *Fórum TSF*; na televisão, escolhemos a SIC Notícias e o *Opinião Pública*²⁰¹; na imprensa abrimos o Jornal de Notícias e as *Cartas do Leitor*, e, por último, na imprensa *online* seleccionámos o PÚBLICO *online* e as caixas de comentário às notícias²⁰².

Uma das razões que levaram a esta escolha residiu na significativa audiência que estes média recolhem diariamente, o que, atendendo aos seus projetos editoriais, os converte em referências aglutinadoras de um público vasto. Relativamente ao caso da TSF, e de acordo com os resultados do estudo Bareme Rádio da Marktest, para o primeiro trimestre de 2012, que

²⁰⁰ Estudo apresentado no Fórum Integrado de Comunicação Ibero-Americana – Fórum Confibercom, entre 11 e 13 de abril de 2012, em Quito, no Equador.

²⁰¹ Em janeiro de 2011, acordou-se a implementação do estudo no programa *Antena Aberta*, da RTP Informação. Porém, sem aviso prévio, foi comunicada à equipa da investigação o cancelamento do programa no dia anterior à implementação do processo empírico. Naquela altura demos primazia ao serviço público no enquadramento empírico deste estudo, contudo perante a eliminação daquele formato de opinião pública televisivo, houve necessidade de adaptar o planeamento e estudar outro que fosse igualmente representativo neste segmento mediático da televisão. Entretanto este programa regressaria em janeiro de 2013.

²⁰² Na verdade, a pouca expressão de meios de comunicação social jornalísticos eminentemente *online* no quadro das audiências de topo em Portugal, obrigaram à seleção da edição *online* de um diário. Ainda assim, tomaram-se como viáveis algumas alternativas como o portal de informação desportiva Maisfutebol, um exemplo de um *site* do grupo Media Capital que além de ser pioneiro em Portugal no jornalismo desportivo *online*, promove formatos participativos regulares com os cidadãos. Depois de contactos intensos e diversas explicações sobre a natureza e pertinência da presente investigação, nem os responsáveis editoriais, nem os jornalistas contactados se mostraram recetivos a reagir à colaboração neste estudo.

coincide com a aplicação do contacto empírico, a TSF – Rádio Notícias obteve um *reach* semanal de 9,5%, uma audiência acumulada de véspera de 4,3% e um *share* de audiência de 4,4%. Na globalidade das rádios nacionais, foi a quinta mais ouvida e, no segmento particular das rádios de inspiração jornalística – isto é, que fazem do jornalismo a sua principal atividade – ficou-se pelo segundo posto, atrás da Antena 1 que recolheu um *share* de audiência de 5,8%²⁰³. Quanto à SIC Notícias, embora não surjam dados específicos sobre este canal, o estudo aponta para a pouca variação do *share* dos canais generalistas ao longo de 2011, traduzindo-se numa média de 6,6%, colocando este grupo de estações no segundo lugar, onde os canais por cabo alcançaram, na generalidade, 35,4% de share. No que se refere ao JN, o mesmo documento aponta para a manutenção de um desafio interessante com o jornal com uma maior percentagem de audiência média no país, o Correio da Manhã, uma luta que vem desde 2008. No final de 2011, a diferença entre as duas publicações era apenas de 2,6%, ficando o JN no segundo posto das publicações diárias, de circulação paga. Por último, na lista dos 100 domínios mais visitados em Portugal, em termos de utilizadores únicos, a Marktest revela que o *site* do PÚBLICO ocupa a 35ª posição, numa hierarquia liderada pelo Google.com e Facebook.com. Se analisarmos a presença de órgãos de comunicação social, apenas os *sites* da RTP e de A Bola estiveram à frente da edição *online* do PÚBLICO, em 2011, na 24 e 29ª posição, respetivamente. Para além de termos cedido prioridade a grandes órgãos de comunicação a nível nacional, justamente por esse carácter de longo alcance de audiências, fomos também seduzidos pelo facto de estes meios serem amplamente reconhecidos por iniciativas pioneiras, de impacto ao nível do desenvolvimento do panorama mediático

Para corresponder a este propósito, ultrapassámos sucessivas etapas. Desde logo, houve a necessidade de realizar um planeamento do estudo, através de contactos com os responsáveis pelos respetivos espaços participativos, escolhendo-se a forma e o momento mais adequado para colocar em prática os instrumentos de recolha de dados. Neste contexto optámos pela implementação, em primeiro lugar, da perspetiva mediocêntrica, isto é, a abordagem que se centra no conjunto dos órgãos de comunicação selecionados para a amostra.

²⁰³ Os resultados divulgados pela Marktest relativos ao primeiro trimestre de 2012 mostram que a RFM, do Grupo r/com, se mantém como a estação de rádio mais ouvida em Portugal, com um *reach* semanal de 28,7%, uma audiência acumulada de véspera de 13,7% e 20,7% de share de audiência. A Rádio Comercial, do Grupo Media Capital Rádios, manteve a segunda posição, com um *reach* semanal de 25,0%, uma audiência acumulada de véspera de 12,2% e 18,4% de share de audiência. A Rádio Renascença manteve a terceira posição, com 18,3% de *reach* semanal, 8,5% de audiência acumulada de véspera e 12,1% de share de audiência. Segundo os dados do Bareme Rádio, 80,6% dos residentes no Continente com 15 e mais anos contactaram com este meio pelo menos uma vez durante a semana (período de sete dias) e 57,3% ouviram rádio na véspera. [<http://www.marktest.com/wap/private/images/news2012/776/Bareme.pdf>, acedido em 25/11/2012].

Neste sentido, pretendemos conhecer as dinâmicas rotineiras das produções mediáticas especificamente nestes programas, através de uma observação não-participante, *in loco*, dependendo da disponibilidade dos próprios média. Em termos genéricos, estipulou-se a observação de 10 emissões nos casos da rádio e televisão, ao longo de duas semanas. Na imprensa observou-se um mês de cartas do leitor e, no *online*, a notícia mais comentada de março de 2012. Por outro lado, avaliamos os espaços participativos disponibilizados em projetos editoriais semelhantes aos estudados. Em segundo lugar, a perspectiva sociocêntrica, ou seja, a que se relaciona exclusivamente com os cidadãos. Definindo uma amostra de participantes por cada caso, contactámos com os cidadãos que intervieram nestes espaços e que se disponibilizaram a responder a algumas questões, através do telefone ou através do formulário *online*, pelo que podemos considerar esta amostra do tipo não probabilística por conveniência ou acidental. Neste caso, a escolha dos elementos realizou-se a partir de um conjunto de critérios estabelecidos pelo investigador, desconhecendo-se, à partida, a probabilidade de os elementos em pertencer à amostra, uma vez que varia em função de inúmeros fatores, como a disponibilização pessoal para participar, bem como da capacidade e seleção dos média em incluir aqueles indivíduos nos seus discursos. Por isso, este tipo de amostras surge no local e no momento onde a pesquisa está a ser implementada (Quivy & Campenhoudt, 1997).

Em suma, foi nosso propósito compreender aspetos que ajudem à identificação de traços identificativos do público participante português nestes espaços de opinião pública, através de uma análise social e demográfica, para além de perceber a natureza das suas motivações de participação e dos aspetos eventualmente mais problemáticos para desenvolver este comportamento. A partir do apuramento dos resultados, tratamos de confrontar os responsáveis pela gestão desses espaços para obter comentários e reações às considerações retiradas desses questionários, ao longo de entrevistas semiestruturadas. Deste modo, cruzaremos o olhar particular dos participantes com as reflexões dos jornalistas, abrindo espaço a uma eventual similitude ou distanciamento entre ideias.

2.4 Conversando com os participantes: o inquérito por questionário

Neste contexto em que avaliamos as rotinas estabelecidas entre os média e os cidadãos, no que toca a determinados formatos de expressão popular nos seus domínios, poderemos eventualmente recorrer a alguns dos fundamentos da teoria fenomenológica. Com efeito, a

influência da fenomenologia como disciplina da psicologia humana ganhou terreno no domínio científico devido ao importante contributo de Edmund Husserl (1859-1938). O princípio do 'vir a ser' de Hermann Cohen, filósofo que viveu até princípios do século XX, procurava resumir o último axioma onde o pensamento pudesse ser explicado e observado. Nessa altura, enquanto a psicologia gozava efetivamente de pouca credibilidade na sociedade e na academia (Ziles, 2007), Cohen atribuía ao pensamento a dimensão de fim em si mesmo, a lógica na obtenção de um resultado específico. Neste sentido, Husserl (1965) sugere que as proposições discursivas contêm apenas verdades necessárias, ideias, pressupondo generalizações e interpretações da experiência. Tomando este aspeto singular e básico da originalidade que o autor alemão emprestou à ciência, sublinhamos a eminência de uma teoria fenomenológica sustentada em três aspetos distintos: a situação biográfica dos sujeitos, a consciência intencional e o cenário social e intersubjetivo. Ora, para Husserl (1965) tudo é mundano e a vida não é mais do que a reunião de todas as cogitações²⁰⁴. Enquanto as ciências exatas se debatiam pelo tratamento independente dos objetos sociais, a fenomenologia sugere a tematização do sujeito, do 'eu transcendental' (Ziles, 2007).

Ao contrário do que propõe Husserl (1965), o nosso trabalho debate a existência de um mundo social empírico que mobiliza e predispõe os indivíduos à cristalização de uma determinada consciência. Ora, justamente tomando a interação entre audiências e meios de comunicação como pretexto genérico da presente investigação, simbolizamos a ideia de 'participação' como um fenómeno em si mesmo, procurando caracterizá-la, do ponto de vista da receção dos indivíduos, à luz da trilogia sugerida por Husserl. Sendo assim, em primeiro lugar, os instrumentos de recolha de dados – que compõem parte importante da abordagem metodológica – servem o propósito genérico de conhecer e entrar em contacto com o público participante destes espaços. Deste modo, o conhecimento biográfico dos indivíduos resume-se, no nosso caso, em aferir as variáveis sociodemográficas escolhidas para concretizar esta caracterização, ao nível do género, idade, localidade de residência, rendimento, etc. Quanto ao segundo item proposto pela teoria fenomenológica, estudamos a consciência intencional dos inquiridos, nomeadamente, a natureza das motivações individuais que ligam os indivíduos aos média, ao mesmo tempo que procuramos descortinar que situações podem desincentivar os cidadãos a interferir na atividade mediática, além de conhecer que objectivos pensam estar na base da criação dos espaços de participação observados. Será igualmente útil compreender que

²⁰⁴ Termo glosado de *cogito*, a síntese do mundo, como Descartes referiu.

condições encerram o cenário social e intersubjetivo onde o indivíduo pode eventualmente ser enquadrado, pelo que, neste sentido, medimos o nível e o motivo de eventuais interações entre o inquirido e o órgão de comunicação estudado, as percepções sobre as dinâmicas das representações sociais e mentais dos inquiridos em relação ao nível de familiarização do conceito 'Educação para os Média' ou 'literacia mediática', sugestões e recomendações elencadas pelos cidadãos para melhorar estes espaços de intervenção pública.

No fundo, a teoria fenomenológica, descrita aqui de modo sumário, consiste em corporizar uma abordagem holística e dinâmica sobre a participação entendida como um fenómeno social e mediático. Na primeira, procuramos dar corpo aos retratos, caracterizações, desligados do todo social, dos indivíduos que compõem o auditório tipo destes espaços. Na segunda, desvendamos os processos, transformações, inovações e tensões que os visados sublinham quanto ao estabelecimento de um contacto com aquele e com outros meios. Tal como recorda Mauro Wolf (1985), a pesquisa sobre a forma como o público recebe e compreende um determinado programa já foi estudada em 1940, quando Paul Lazarsfeld estabeleceu três metodologias para compreender as satisfações dos cidadãos relativamente a esses formatos. Para tal, utilizou a análise de conteúdo sobre as temáticas debatidas, as características dos ouvintes e o estudo sobre as satisfações relacionadas com um determinado espaço radiofónico. Nesta investigação sobre consumo dos *mass media*, Lazarsfeld haveria de propor a 'teoria dos efeitos limitados' que, em breves traços, determina que a influência dos média opera através de um mecanismo de pré-seleção do público para posteriormente exercer uma influência específica junto dele, pelo que deixaria de existir uma relação direta e casual entre a propaganda de massas e a manipulação imediata do público. Esta teoria afirma que a formação da opinião pública não depende exclusivamente dos média, mas principalmente da rede de interações que se desenvolvem e se consolidam entre as pessoas. A influência pessoal está, portanto, acima da eficácia da atividade dos órgãos de comunicação.

Ora, o nosso sistema de análise inspira-se em certos aspetos do modelo de Lazarsfeld, excluindo apenas a questão da análise de conteúdo das temáticas debatidas e das intervenções singulares dos participantes ao pormenor. Julgamos que esta tarefa seria suficiente para um outro projeto de investigação, pelo que decidimos deslocar a tónica para o cidadão, compreendendo a natureza das suas raízes biográficas básicas (género, idade, residência, rendimento, etc.) até ao seu nível de satisfação relativamente ao programa, bem como as importantes críticas e sugestões que lhes deixa, por exemplo. Um dos elementos essenciais para

cumprir esta missão pode eventualmente ser entendido recorrendo à técnica do inquérito por questionário, como forma de auscultação direta dos participantes, retirando apontamentos sobre as suas perceções e entendimentos próprios. Segundo Quivy & Campenhoudt, 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 (...)» (1992: 190). Em termos da sua implementação, trata-se de uma administração direta, isto é, «quando o próprio inquiridor o completa a partir das respostas que lhe são fornecidas pelo inquirido» (*ibidem*) e indireta quando o inquirido preenche com as suas próprias opiniões. No entanto, esta técnica apresenta alguns condicionalismos importantes. A superficialidade das respostas e o facto de os resultados se apresentarem, em algumas situações, como simples descrições, ausentes de uma reflexão complementar, podem concorrer para uma compreensão descomprometida com as questões observadas. De qualquer modo, «o facto de a exigência, por vezes, essencial, de representatividade do conjunto dos entrevistados poder ser facilmente satisfeita através deste método» (1992: 191), tornam esta opção bastante credível e de fácil aplicação. O inquérito por questionário permite ainda um «grau de profundidade dos elementos de análise recolhidos (...) o facto de a flexibilidade do método poder levar a acreditar numa completa espontaneidade do entrevistado e numa total neutralidade do investigador» (1992: 195).

Para além desta perspetiva teórica, a verdade é que a origem dos inquéritos de opinião – que convive com as sondagens – remonta a julho de 1824 e ao jornal americano *The Harrisburg Pennsylvanian*, com os inquéritos aos leitores num episódio que ficou conhecido como o voto de palha (*straw vote*, votação fictícia). Tal como se recorda na Lei 10/2000, de 21 de junho²⁰⁵, a controvérsia sobre esta técnica instalou-se nas eleições americanas de 1936, numa altura em que os grandes inquéritos de opinião já ocupavam o espaço público. Nessa altura, os inquéritos realizados pela *Literary Digest* davam a vitória ao candidato Alfred Landon com 56% dos votos, tendo, no entanto triunfaria Franklin Roosevelt com cerca de 61% das preferências do eleitorado, facto polémico acabou por determinar o aparecimento da figura da margem de erro, uma forma de advertir para um espaço residual incontrolado pelos inquéritos. Em Portugal, a primeira publicação de uma sondagem eleitoral aconteceu em 1973, tendo o primeiro número do semanário *Expresso* escrito na primeira página que «63% dos portugueses

²⁰⁵ [<http://www.erc.pt/documentos/newsletter/Discurso%20Barros%20Caldeira.pdf>, acedido em 21/12/2012].

nunca votaram». Sobre este tema poderíamos ainda convocar uma outra abordagem contemplada na legislação nacional. A Lei 10/2000, de 21 de junho, distingue inquérito de opinião e sondagem de opinião. O primeiro é a «notação dos fenómenos através de um mero processo de recolha de informação junto de todo ou de parte do universo estatístico», enquanto o segundo «é a notação dos fenómenos cujo estudo se efetua através do método representando apenas uma amostra (representatividade)». As sondagens são fontes de notícias, permitindo conhecer opiniões e atitudes, no campo político e comercial. Permitem avaliar o impacto de políticas, eventos, tendo por base estudos de mercado e imagem, que inferem caracterizações de uma população.

Naturalmente a presente investigação reconhece as limitações que a administração dos inquéritos poderá ter comportado. Na verdade, o nosso modelo primou pela inquirição individual dos elementos da amostra, não contemplando duas respostas pelo mesmo inquirido em caso de repetição da sua participação em mais do que um espaço participativo considerado²⁰⁶. A estrutura do questionário, aplicada às referidas quatro modalidades do jornalismo estudadas, obedeceu à tentativa de compreender e analisar a participação destes indivíduos na base de duas perspetivas: cognitivista, no sentido de perceber as suas opiniões sobre as rotinas habituais de trabalho do programa, críticas, sugestões, sobre temas, moderadores e convidados, colunistas, etc.; e pragmática que procurou medir o nível de maior ou menor regularidade na interação entre o inquirido e aquele meio de comunicação social estudado e, eventualmente outro. Neste ponto avaliámos igualmente outras formas de contacto exteriores aos programas/formatos considerados para a análise. Uma forma de esquematizar o conjunto de reflexões promovido pelo inquérito por questionário encontra-se na tabela 3:

²⁰⁶ No que concerne à aplicação *online*, teremos forçosamente de admitir que existe uma possibilidade de isso ter sucedido, através de inquiridos que podem ter manipulado os seus nomes para conseguirem escrever mais vezes quer nas *Cartas do Leitor* e na caixa de comentário *online* ou até mesmo tendo colocado referências de e-mail distintas que permitem mais comentários. Em todo o caso, verificámos os dados disponíveis e não encontramos sugestões que isso pudesse ter acontecido, ainda assim deixamos esta nota complementar a esta descrição metodológica. Trabalharemos, adicionalmente, para conseguir uma taxa de retorno dos questionários significativa, isto é, que a taxa de respostas recolhida apresente os maiores índices possíveis, tal como vamos detalhar em cada estudo de caso.

Tabela 3 – Estruturação do inquérito por questionário aplicado aos participantes

Categoria das questões	Variáveis
Sociodemográficas	Género Idade Nível de instrução Localidade de residência ²⁰⁷ Situação profissional ²⁰⁸ Rendimento mensal bruto do agregado familiar; Filiação organizativa ou associativa (partido, clube sindical, etc.)
Contacto do inquirido com o órgão de comunicação social analisado	Correspondência postal Telefone <i>E-mail</i> <i>Site</i>
Relação do inquirido com o programa/formato analisado	Primeira vez que participou nesse espaço Regularidade com a qual acompanha o formato Frequência da sua participação efetiva Tema(s) preferido(s) para debater, comentar Interpretação sobre os objetivos da criação do programa/formato Motivações da participação Nível de satisfação perante o programa/formato Constrangimentos da participação (dificuldades, críticas, problemas pessoais que obstem a uma participação mais regular) Credibilidade atribuída aos comentadores no espaço/programa
Perceções do inquirido sobre os conceitos de 'Educação para os Média' e 'literacia mediática'	Conhecimento/Desconhecimento Proposta individual de definição
Atualidade, futuro e sugestões para reconfigurar o formato	Crise económica como elemento promotor, neutro ou dissuasor de uma maior participação dos cidadãos nos média Avaliação sobre a eventual (des)continuidade dos média em promover o programa/formato analisado Sugestões para melhorar, reconfigurar o espaço/formato analisado

Fonte: Elaboração própria.

Para completar o quadro de questões anteriormente descrito foi necessária a realização de um pré-teste que, no entendimento de Quivy & Campenhoudt (1992), serve para cumprir as exigências de precisão e fiabilidade dos instrumentos de recolha de dados. Deste modo, decidiu-se inquirir alguns indivíduos que tomaram parte dos formatos participativos observados – fora da

²⁰⁷ Numa categorização que respeitará o esquema proposto pelo NUTS II (Nomenclaturas de Unidades Territoriais para fins Estatísticos - *nomenclature d'unités territoriales statistiques*).

²⁰⁸ Numa categorização de acordo com a Classificação Nacional de Profissões – CNP – do Instituto do Emprego e Formação Profissional.

amostra temporal considerada – no sentido de responder, numa primeira instância, às questões formuladas, tendo em vista a perceção dos pontos fortes e fracos deste instrumento. Este contacto revelou-se absolutamente fundamental para evitar o excesso de perguntas, a dificuldade de obtenção de respostas e a necessidade imperiosa de contar com a colaboração dos inquiridos através de um modo simples de interação com o investigador. De facto, o guião de questões a colocar aos inquiridos apresentou uma homogeneidade que apenas foi contornada pela alteração de perguntas específicas sobre os programas e formatos participativos analisados. Esta situação acabaria por facilitar a implementação do modelo de pré-teste, pelo que foi dispensada a aplicação insistente a vários indivíduos devido ao levantamento das mesmas dúvidas e problemas em iguais questões²⁰⁹.

Para concretizar a recolha de dados, utilizámos o telefone como meio de administração do inquérito por questionário, nos casos da rádio e televisão, aos intervenientes nos programas observados após a respetiva emissão. No caso das cartas na imprensa e dos comentários às notícias *online*, optámos pelo contacto por *e-mail*, através de uma mensagem eletrónica para os endereços facultados pelas organizações mediáticas. O corpo da mensagem remeteria para o inquérito alojado no servidor *Limesurvey*, associado ao LASICS (Laboratório de Sistemas de Informação para a Investigação em Ciências Sociais) do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Os dados foram tratados e categorizados segundo as indicações técnicas do programa de análise *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)*.

Por fim, tal como já afirmámos, os resultados globais e mais importantes dos diversos casos mereceram a apreciação e o comentário dos responsáveis diretos pela gestão desses espaços participativos. Em torno de entrevistas semiestruturadas, os profissionais pronunciaram-se sobre algumas das questões discutidas com os participantes. Na verdade, este tipo de entrevista distingue-se da ‘estruturada’ e da ‘não estruturada’ por conceber um processo de interação social, verbal e não-verbal com um objetivo previamente definido em que o entrevistado possui a informação que possibilita estudar o fenómeno observado. Pretendeu-se, por isso, favorecer a compreensão deste fenómeno social, através de um guião de questões menos rígido, que permitiu a liberdade do entrevistado. Após a recolha das interpretações individuais, partiremos para a integração dos pontos mais salientes na estrutura da presente investigação, tentando completar a análise sugerida pelos resultados obtidos nos inquéritos por

²⁰⁹ Para consultar os resultados do modelo de inquérito por questionário submetido antes do pré-teste e as consequências introduzidas neste contexto, consultar, respetivamente, o Apêndice 17 e 18, respetivamente.

questionário com as perspetivas dos jornalistas. A categorização dos termos mais importantes desse contacto resulta numa comparação entre diversos entendimentos, no sentido de consultar as ruturas de pensamento entre os vários atores. Também poderíamos caracterizar estas entrevistas como de *focus interview*, um método descrito pelos autores como «uma entrevista centrada, mais conhecida pela sua denominação inglesa, que tem por objetivo analisar o impacte de um acontecimento ou de uma experiência precisa sobre aqueles que a eles assistiram ou que neles participaram» (1992: 194). Do ponto de vista metodológico, podemos afirmar que esta investigação se propõe a avaliar a vitalidade da esfera pública mediática, nomeadamente no sensível cruzamento com o público, no quadro genérico de modificações em curso no seio do jornalismo e que dependem, porventura, da administração tecnológica.

TERCEIRA PARTE

CAPÍTULO 4:

DA PERSPETIVA TEÓRICA AO REAL EM PERSPETIVA

1. A participação dos ouvintes na rádio: o caso do *Fórum TSF*

Depois de, na primeira parte, termos apresentado o quadro teórico de referência do nosso trabalho, bem como correntes de interpretação sobre a questão do envolvimento cívico no jornalismo, na terceira parte desta investigação procuramos apresentar os resultados de uma pesquisa empírica sobre participação nos média portugueses. Tendo em conta a perspetiva multidisciplinar da comunicação jornalística de que esta investigação se socorre, tentamos responder a essas inquietações, deslocando o nosso olhar para o interior das redações, no quadro das presentes dinâmicas que se prestam a incluir o leitor, ouvinte ou espectador nos seus discursos.

Neste contexto, a rádio surge como o primeiro campo onde nos detemos com pormenor. Relembrando o apelo de Paéz (1999) para que a rádio se distancie do conservadorismo das últimas décadas, observaremos com especial atenção a forma como o discurso *online* tem vindo a abrir eventuais vias alternativas na comunicação entre públicos e a rádio. Circunscrevemos, por isso, as nossas reflexões ao *Fórum TSF*, como fundamento de uma análise mais ampla, que procura localizar na TSF e nos projetos radiofónicos semelhantes, outras formas de envolvimento cívico através das ondas sonoras. Avaliaremos as forças e as tensões que se geram nesta particular relação entre as audiências e rádios de orientação primordialmente jornalística.

1.1 O enquadramento da TSF – Rádio Notícias como objeto de observação

Sob a inspiração do crescente fenómeno das rádios piratas, dos anos 80, a TSF – Rádio Notícias começaria a emitir a 29 de Fevereiro de 1988, ainda em modo experimental e sem autorização legal. Um ano mais tarde, depois de obtida a regulamentação legal, esta estação passaria a trabalhar utilizando a designação de TSF – Rádio Jornal. Um quarto de século depois encontrámos esta rádio consolidada no sinal hertziano e com a respetiva extensão ao *online*, através de uma página criada em 1999. Em termos do regime de propriedade a que está vinculada, a TSF pertence a uma empresa privada, o Grupo Controlinveste Media, Rádio Notícias, Produções e Publicidade, SA²¹⁰. Ao longo das 24 horas de emissão ininterrupta, a

²¹⁰ Que detém títulos na comunicação social portuguesa (Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Dinheiro Vivo, O Jogo, Sport TV, Jornal do Fundão, Ocasão, entre outros). No período reportado ao nosso estudo, a TSF contava com a direção de Paulo Baldaia, no cargo desde fevereiro de 2008.

informação prevalece como discurso prioritário nesta rádio, convivendo com alguns formatos musicais e de entretenimento. A abordagem jornalística de que se ocupa serve de base à dinamização de blocos informativos e regulares sobre economia, desporto, saúde, finanças, justiça, entre outros. Os géneros jornalísticos da reportagem, entrevista, crónica ou comentário convivem com a existência de espaços que assinalam o convite direcionado ao ouvinte a participar, intervir, tomar parte. Tendo por base uma aposta forte na informação e no jornalismo, em detrimento do peso maioritário que outras rádios conferem à música, por exemplo, podemos caracterizar a TSF como uma 'rádio temática', dispondo de uma grelha editorial plena de conteúdos uniformes, recorrendo a alguma diversidade de programas ou rubricas (Gutiérrez & Huertas, 2004). Nos termos de Eduardo Meditsch (1999), a TSF poderia ser descrita como uma 'rádio jornalismo', uma vez que privilegia uma base editorial de inspiração jornalística, entre o relato de notícias, reportagens, crónicas, entrevistas, entre outros. Para Mariano Cébrian Herreros, a definição de uma 'rádio informativa' consiste na:

«na conceção informativa de uma interpretação sonora da realidade: interpretação, como processo intelectual de análise, valorização e tratamento segundo um sistema de valores (...); o som, como portador de afetos, sentimentos, valores (...); a realidade, que deve ser entendida na sua complexidade, numa atualidade imediata, renovada e, por vezes, fugaz» (2001: 180).

Cébrian Herreros propõe uma distinção de vários géneros radiofónicos, que variam desde a ficção, o género realista ou informativo, o publicitário, o musical, o humorístico e o educativo. Dentro do género informativo, Herreros encontra a notícia, a reportagem, a reportagem de investigação, o inquérito ou a sondagem, o documentário, a entrevista e a tertúlia. O investigador considera, por isso que, «o género mais desenvolvido é, sem dúvida, o informativo, sobretudo porque tem adquirido um destaque pela atitude expositiva ou de relato, persuasiva, com recurso a testemunhas apelativas» (2007: 123). A linha editorial seguida pela TSF – Rádio Notícias encaixa-se numa variedade assinalável de temáticas, de espaços dedicados ao lazer, turismo, viagens, mundo digital, reflexões sobre a política nacional e internacional, desporto, fóruns de debate, entre tantos outros. A marca própria desta rádio, poderíamos assim sugerir, reside na atualização da informação em blocos de notícias a cada meia trinta minutos, coincidindo com o dobrar das horas. Por outro lado, a participação dos ouvintes representa um género radiofónico com

«modalidades, estrutura e fins definidos, pode 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).

Pérez acredita que participação oral, embora pendente do ritmo da expressividade oral dos intervenientes, transmite um significado mais 'rico' ao discurso e debate público, pela possibilidade de gerar respostas imediatas, pela afetividade ou credibilidade. Animados por estes pressupostos, consideramos a TSF como uma rádio temática, onde o género informativo predomina com maior visibilidade, em sintonia com o seu estilo atual e a sua herança histórica, um posicionamento que nos permitirá eventualmente perceber com nitidez a forma como os média de vocação jornalística trabalham em tempos correntes para permitir a integração do público em determinados espaços.

1.2 A abertura à participação dos ouvintes na emissão hertziana da TSF

Tendo em vista a caracterização do cenário participativo promovido pela TSF, tentamos averiguar os espaços que esta rádio disponibiliza na emissão hertziana para corresponder ao contacto com o ouvinte, nos termos do seu envolvimento ativo (e não passivo, puramente recetivo) no discurso mediático. Neste sentido, definimos o ano de 2012 como um período apropriado para esta observação, dispondo de um tempo alargado para considerar um conjunto eventual de novos formatos que possam ter surgido e que se centram na ideia de intervenção do ouvinte.

Na emissão hertziana podemos assinalar quatro formatos radiofónicos que, embora distintos entre si, desenvolvem rotinas diárias apoiadas nos contributos dos ouvintes. Em primeiro lugar, um dos espaços que mais frequentemente passa na antena da TSF e provavelmente na generalidade das rádios, *grosso modo*: as informações sobre o tráfego automóvel. Embora a dinamização destes momentos informativos não dependam exclusivamente dos ouvintes, existe um número da linha verde (808_202_173) onde podem ser fornecidas indicações relativas a acidentes, congestionamentos de tráfego, alterações à circulação, etc. Estes espaços de curta duração podem, de algum modo, configurar uma primeira aproximação de um envolvimento cívico na rádio, sem uma periodicidade fixa e

intensificando-se nas horas consideradas de intenso trânsito (horas de ponta, como costuma designar-se), com especial foco nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto e pontualmente noutras zonas do país. Na realidade, estes dados não aparecem atribuídos a um ou mais ouvintes em particular, uma vez que este tipo de informações tem uma curta duração²¹¹. Em segundo, o *Conselho Fiscal*, um programa emitido de segunda a sexta-feira, que resulta de uma parceria entre a TSF e a OTOC (Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas). Nestes espaços, igualmente curtos (sensivelmente de três a quatro minutos de duração), a rádio deu oportunidade às questões dos ouvintes relacionadas com temas fiscais, de contabilidade e de novas ou recentes alterações legais nestas áreas. Através do endereço eletrónico (conselhofiscal.tsf@otoc.pt), os ouvintes, devidamente identificados, veem as suas perguntas respondidas por técnicos oficiais de contas, às 07h20 e repetindo às 18h45²¹². O programa *Jogo Jogado*, no ar ao final da tarde à segunda-feira, debate os principais temas de futebol, entre um jornalista e dois comentadores. Pontualmente integra a contribuição dos ouvintes através dos comentários realizados no blogue²¹³. Por último, o programa mais emblemático neste sentido. Tal como observaremos em seguida, o *Fórum TSF* contempla, nas manhãs de segunda a sexta-feira, um espaço dedicado à reflexão sobre o tema mais importante do dia, permitindo a opinião dos ouvintes, pelo telefone, pelo Fórum *online* e ainda pelo Facebook da rádio. Este convite parte igualmente motivado pela presença de determinados convidados, que representam figuras sensíveis aos temas em discussão²¹⁴.

Estes formatos representam apostas continuadas e não exclusivas deste ano de observação. Com efeito, tal como o jornalista da TSF Manuel Acácio reconheceu na entrevista que serve de enquadramento a este estudo²¹⁵, existe a sensação, a nível editorial, de que os espaços existentes serão suficientes para o que a rádio pretende no segmento da sua interação com os ouvintes. Em tempos não muito longínquos, esta rádio teve outros programas de opinião pública, como o *Fórum Mulher* ou mesmo outros espaços após determinados relatos de futebol.

²¹¹ Na página *online* do trânsito destacamos o mapa virtual com indicações luminosas sobre a circulação automóvel, aqui numa perspetiva mais alargada e que cobre outros pontos do país: [<http://www.tsf.pt/servicos/transito.aspx>].

²¹² Disponível em [http://www.tsf.pt/Programas/programa.aspx?content_id=1015526&audio_id=2643939].

²¹³ Disponível em [<http://www.tsf.pt/blogs/jogojogado/default.aspx>].

²¹⁴ Disponível em [<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>].

²¹⁵ A entrevista integral está disponível no Apêndice 9.

1.3 O 'palco participativo' em projetos radiofónicos semelhantes à TSF

No intuito de compreender a moldura do cenário participativo aqui evocado, convocámos outros meios de comunicação que têm trabalhado neste sentido, sobretudo os que se apresentam numa linha editorial semelhante ao projeto da TSF. Com efeito, no nosso país, apenas a Antena 1, uma das rádios do serviço público de comunicação, utiliza a informação e o jornalismo como elementos preponderantes da sua atividade mediática. As restantes optam por um entendimento distinto, dando natural importância à informação, embora o entretenimento ocupe a maioria das preocupações a nível editorial, como a Rádio Renascença, RFM, Rádio Comercial, entre outras.

Motivados, então, pelo mesmo exercício de análise anteriormente realizado, enquadrado no mesmo período temporal (2012), observámos como a Antena 1 trabalhou para incluir os seus ouvintes nas suas emissões. Devemos, antes de mais, sublinhar que os estatutos legais aos quais está vinculada a Antena 1, a obrigam teoricamente, a desempenhar um papel distinto nesta conceção de inclusão das audiências. Pelo menos esta é a leitura que podemos depreender do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, na medida em que se pretender «promover, com a sua programação, o acesso ao conhecimento e à aquisição de saberes, assim como o fortalecimento do sentido crítico do público». Por outro lado, o contrato sublinha a necessidade de «assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural», naquele que nos parece um ponto especialmente vocacionado para o pluralismo²¹⁶.

A verdade é que, ao longo desta observação, verificámos casos interessantes que se enquadram neste propósito. Tal como na TSF, também o serviço público de rádio conta com atualizações permanentes sobre o trânsito, através de um modelo em tudo idêntico ao anteriormente registado. Através de um número verde (800_21_01_01), o ouvinte pode acrescentar as suas informações sobre o tráfego automóvel, num formato onde estas contribuições não aparecem atribuídas. No *site* da Antena 1²¹⁷ encontramos um mapa idêntico ao verificado no exemplo anterior. O programa *Direto ao Consumidor*, no ar de segunda a sexta-feira, às 14h20, contou com a moderação da jornalista Filomena Crespo e com a colaboração da DECO (Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor) para refletir sobre «os assuntos fortes da atualidade, sempre na perspetiva da defesa dos direitos e legítimos interesses dos

²¹⁶ [http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missao_pdf.php, acedido em 26/11/2012].

²¹⁷ Através do endereço [<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?headline=203&visual=57>].

consumidores. Informar, alertar, acompanhar os consumidores no seu quotidiano»²¹⁸. Este formato procurava responder às dúvidas dos ouvintes relativamente às matérias anteriormente referidas, através de *e-mail* (consumidor@rtp.pt) ou do telefone (213_820_110). Por fim, o programa mais parecido ao *Fórum TSF* na rádio pública. Com efeito, o *Antena Aberta* optava por um modelo bastante similar pela primazia que atribui à opinião dos ouvintes, recorrendo à presença e comentário de especialistas sobre um determinado assunto. Verificámos ainda que o horário de emissão era ligeiramente semelhante, começando logo após as notícias das onze e prolongando-se até ao meio-dia, de segunda a sexta-feira com a moderação de António Jorge ou Eduarda Maio. No entanto, o que provavelmente a Antena 1 terá de mais original consiste na figura do Provedor do Ouvinte, uma figura que «recebe as críticas, dúvidas, sugestões ou felicitações sobre a Programação ou sobre a Informação das Estações do Serviço Público»²¹⁹. O programa *Em Nome do Ouvinte* procurava, assim, responder às diversas contribuições por parte de quem escuta e acompanha a atividade deste meio, por correspondência postal, endereçado ao Provedor e para as instalações da RTP, em Lisboa ou no Porto, por *e-mail* (provedor.ouvinte@rtp.pt) ou então submetendo os dados respeitantes a um formulário *online*²²⁰. Neste sentido, a produção deste programa exige que as mensagens dos ouvintes sejam escritas, por considerarem que exige uma maior reflexão por parte de quem a escreve²²¹, apelando ainda à sua capacidade de síntese, em textos não manuscritos, nem *e-mails* com mais de 450 palavras (2200 caracteres)²²². Em termos genéricos, a intervenção do ouvinte neste espaço pode versar, fundamentalmente, quatro eixos temáticos, entre a crítica, a dúvida, a sugestão ou a satisfação. Estes motivos acabam por orientar um programa que emitiu semanalmente à sexta-feira, ao longo de pouco mais de 15 minutos, e que à data da redação deste texto estava a cargo de Paula Cordeiro (Provedora) e de Anacleto Cruz (produção)²²³. Por último, o programa *A Rede da Rádio* emitia, durante aproximadamente uma hora, uma ‘teia de sons’, entre reportagens, crónicas, entrevistas e músicas, recorrendo a sugestões ou produções autónomas dos ouvintes. Nesta altura, Madalena Balça apresentou um formato que, embora não tendo uma inspiração estritamente jornalística, traduz de forma evidente um movimento interativo entre as audiências e a rádio, apoiando-se na dinamização do *e-mail* (rede.radio@rtp.pt) e da página do programa no

²¹⁸ Tal como refere o *site* do programa em [<http://www.rtp.pt/programa/radio/p2155>].

²¹⁹ [http://www.rtp.pt/wportal/grupo/provedor_ouvinte/], acedido em 26/11/2012].

²²⁰ Em [http://www.rtp.pt/wportal/grupo/provedor_ouvinte/enviarmensagem.php].

²²¹ Em momentos excepcionais, a receção de mensagens gravadas pode ser considerada.

²²² O Provedor não aceita mensagens não identificadas, respeitando, apesar de tudo, o pedido de reserva quanto à identidade pública do correspondente, desde que devidamente assinalado.

²²³ Em [<http://www.rtp.pt/programa/radio/p5367>].

Facebook. Ao longo deste período de observação, o programa ia para o ar semanalmente à terça-feira, pouco depois do noticiário das 23h²²⁴.

No que se refere a formatos participativos exclusivamente *online*, ao contrário da TSF, o *site* da Antena 1 não possibilita a inscrição de comentários. Do ponto de vista 'ativo' poderíamos apenas considerar a opção 'corrigir' a notícia, em que o ouvinte pode inserir alguns comentários sobre o conteúdo publicado e enviar para a redação. De resto, as possibilidades resumem-se a um nível passivo (ler) e reativo/instrumental (enviar por *e-mail* e partilhar pelas redes sociais). Ora justamente neste universo em específico, as opções não são propriamente inovadoras, numa participação ativa em que apenas se pode comentar no Facebook ou Twitter da Antena 1.

1.4 O *Fórum TSF* como objeto de estudo

A opção de estudar o *Fórum TSF* responde, em termos concretos, 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

²²⁴ Em [<http://www.rtp.pt/programa/radio/p4689>].

presença mais regular neste contexto, numa primeira etapa entre 1999-2008²²⁵, regressando depois em 2011.

No momento da realização desta investigação, o *Fórum TSF* contava com a moderação de Manuel Acácio, sendo que a produção estava a cargo de Fernanda Oliveira. Nesta altura, o programa ia para o ar nas manhãs de segunda a sexta-feira, após o noticiário das 10h e com uma duração até perto da edição de notícias das 12h, interrompendo apenas a emissão para as notícias das 11h. Neste horário, a emissão da TSF dedicava-se em pleno à reflexão do tema que marcava a atualidade daquele dia. No entanto, no caso de ser a produção a sentir dificuldades em definir um assunto dominante no panorama informativo, optava-se pela seleção de uma matéria que pudesse, tal como Manuel Acácio afirmou, ser sinónimo de «interesse público, promovendo o interesse do público»²²⁶.

Ilustração 2 – Aspeto da página *online* do *Fórum TSF*, data de 23 de março de 2012



Fonte: [<http://www.tsf.pt/PaginalInicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>].

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 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

²²⁵ Durante este período, Margarida Serra esteve à frente do programa.

²²⁶ Em situações pontuais, como acontecimentos inesperados de grande mediatismo ou debates parlamentares, a emissão regular do programa poderia ser interrompida ou cancelada.

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, numa primeira análise, o alargamento do espaço de discussão. O Facebook²²⁷ e o Fórum *online*²²⁸ 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.

Relativamente à dinâmica do programa, deixamos essa tarefa para uma reflexão posterior, quando entrarmos na metodologia que serviu de base à recolha de dados tendo por base este programa. Contudo, sublinhemos ainda um ponto fundamental, nomeadamente à informação sobre as normas de participação. O moderador não repete diariamente os critérios pelos quais uma opinião deve ser emitida no programa, aludindo apenas a algumas dessas recomendações quando existem transgressões ao que se minimamente exige. Como já adiantámos na segunda parte, as regras surgem bem claras na página *online* do programa:

«A TSF lembra que devido ao elevado número de participantes no Fórum, nem todas as opiniões aqui deixadas poderão ser lidas em antena. O Fórum TSF Online tem uma política de gestão de comentários mais restrita que nos restantes espaços de comentário disponíveis no site da TSF. Como tal, e em linha com as regras adotadas para a sua emissão na antena, lembramos que: os comentários no Fórum TSF Online devem ser sempre identificados com um primeiro e último nomes; comentários anónimos nunca serão lidos em antena; comentários que contenham linguagem imprópria, obscena e difamatória, insultos, acusações de carácter criminal quer a pessoas quer a empresas, violações da vida privada, incitações ao ódio ou à violência ou que preconizem violações dos direitos humanos serão apagados deste espaço».

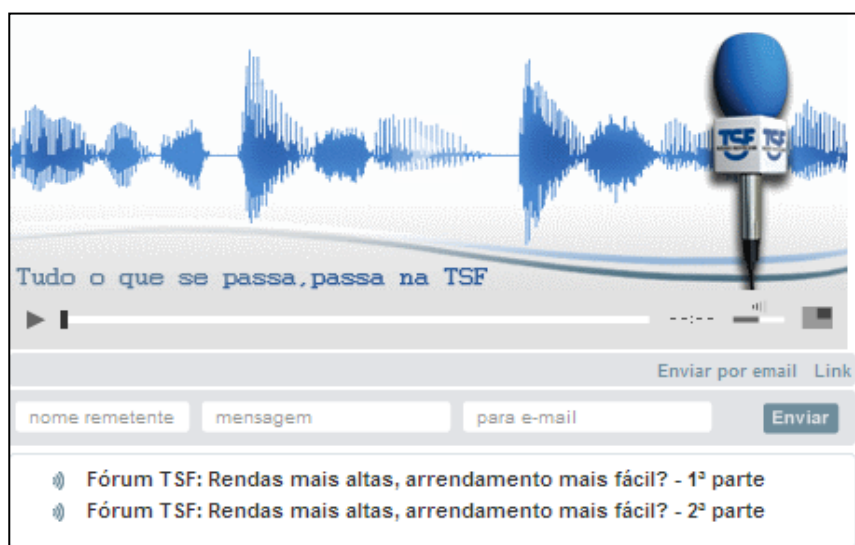
A produção do programa não se confina aos intervenientes já referidos. Existem outras figuras que se relacionam com a dinâmica matinal deste formato, num nível de colaboração mais discreto. Normalmente existe sempre um jornalista da TSF *online* que colabora na extensão do programa à Internet, mais concretamente na colocação da informação genérica sobre o tema e as questões colocadas aos ouvintes, além de disponibilizar os mesmos conteúdos no Facebook. A propósito do tema da disponibilização do programa, depois de concluído, também está a cargo de um jornalista da TSF *online* que, normalmente, coloca na página deste formato,

²²⁷ Em [<https://www.facebook.com/tsfradio>].

²²⁸ 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».

à tarde, no próprio dia. Por outro lado, um técnico de som fica responsável por criar o chamado 'filme do fórum', ou seja, um curto registo sonoro que resume algumas das intervenções e que passa no final do programa. Por último, colaboram ainda na produção do programa, a telefonista da rádio, em Lisboa, que abre um *chat* com Fernanda Oliveira, onde são registados os números de telefone dos participantes que efetuam a inscrição para participarem no programa.

Ilustração 3 – Exemplo do *podcast* disponibilizado pela produção para a escuta do programa emitido durante a manhã



Fonte: [<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>].

Depois de termos justificado a nossa opção por este programa, será talvez conveniente desenhar a forma como estudámos o *Fórum TSF*. Deste modo, optámos por observar *in loco* a rotina do programa, na redação da TSF em Lisboa, tendo em vista a recolha de apontamentos para caracterizar tanto quanto possível os momentos que antecedem à preparação do fórum. Neste sentido, apresentou-se a ideia de observar 10 emissões do programa, através de uma grelha de análise previamente elaborada para o efeito. Este período seria igualmente indicado para recolher, junto da produtora Fernanda Oliveira, os contactos telefónicos dos ouvintes que efetivamente participaram no programa e que estariam na disposição de responder ao inquérito, um ponto ao qual regressaremos mais adiante²²⁹. No que concerne às datas em que esta

²²⁹ Por outro lado, a opção de conversar com os elementos da produção procura, no âmbito deste trabalho, conferir os espaços que ficaram em aberto na reflexão levantada pelo contacto com o público. As rotinas próprias da produção podem justificar a obtenção de determinados resultados. Por isso, definiu-se que o moderador do

investigação marcou presença no estúdio da TSF, dependeu essencialmente do progresso do trabalho realizado do ponto de vista teórico, fundamental para a maturação das ideias principais a implementar no contexto empírico, para além da disponibilidade da rádio em receber o conjunto de processos de observação que iremos descrever de seguida. Neste sentido, como sugere o Apêndice 10, o período de estudo realizou-se entre os dias 13 de fevereiro de 2012 e 2 de março de 2012.

1.4.1 A rotina do programa, da seleção do tema à entrada em estúdio

A longa tradição do *Fórum TSF* nesta rádio torna o seu formato bastante conhecido e popular, sobretudo na forma como o moderador conduz este formato. Ao longo desta análise, que coincidiu com a observação não participante na redação, retirámos alguns apontamentos que consolidam um entendimento rotineiro do programa, uma vez que as suas dinâmicas se encontram perfeitamente consolidadas e homogéneas²³⁰.

À data da produção deste texto, a responsabilidade pela produção do programa recaía fundamentalmente em Fernanda Oliveira e Manuel Acácio. Há mais de cinco anos que trabalham nesta tarefa comum, o que leva a um conhecimento consolidado relativamente às várias etapas que compõem a preparação do programa. Para além de dinamizar e produzir o programa, Manuel Acácio exerce também as funções de chefe de redação. Depois de chegar à rádio, normalmente pelas 6h30 da manhã, o jornalista procura sentir o pulso da atualidade mediática, percorrendo as folhas dos jornais dispostos na sua secretária, ao mesmo tempo que espreita os ecrãs colocados na redação onde surgem os canais de televisão informativos. Sentado numa secretária colocada na parte lateral da ampla sala de redação da TSF, Acácio vai tomando nota dos principais temas da atualidade e começa a escolher aqueles que lhe parecem mais importantes. Nesta altura, percebe-se alguma agitação no seu rosto. Escreve de forma acelerada no computador, num ritmo interrompido por telefonemas ou abordagens de outros colegas. Após ter definido o tema, será provável admitir que o jornalista já tenha possíveis

programa, Manuel Acácio, e a produtora, Fernanda Oliveira, poderiam ser elementos decisivos para clarificar as linhas de debate que ficaram por responder até ao momento. Por outro lado, apenas na presença dos profissionais da rádio podemos avaliar com rigor as motivações que conduzem este meio a promover programas deste tipo, confrontando com algumas das perceções teóricas sublinhadas anteriormente. Por fim, defendemos que deste modo poderemos abrir uma frente de reflexão entre emissores e recetores, colocando a tónica, por exemplo, nas dificuldades e problemas que a participação suscita.

²³⁰ Pelo caráter rotineiro do programa, utilizaremos preferencialmente uma forma verbal do presente do indicativo, uma vez que estas dinâmicas não suscitam, à partida, substanciais alterações no dia-a-dia.

convidados em mente, contudo, esta seleção dependerá também de uma conversa com Fernanda Oliveira, em que discutem as melhores opções, pedem conselhos ou opiniões aos colegas e procedem aos respetivos contactos. De qualquer modo, este planeamento não significa que todos os intervenientes estejam definidos à hora do início do fórum, dependendo sempre de uma certa disponibilidade dos convidados. Com responsáveis governamentais, por exemplo, procura-se que sejam sempre os primeiros a intervir, devido aos vários compromissos da sua agenda. Mesmo depois de confirmar a presença no programa, existirá sempre a possibilidade de um convidado desmarcar esse compromisso, por motivos alheios à produção, o que exige uma orquestração de esforços para suprir esse espaço na antena e, eventualmente, optar por outro convidado.

Entre o momento da definição do tema e a escolha dos convidados passará sensivelmente uma hora. O momento em que Acácio pede ao jornalista do *online* para colocar a informação sobre o assunto do programa do dia no respetivo *site* (onde se encontra o Fórum *online*) e no Facebook. Entretanto, a listagem de inscritos no fórum começa a ser preenchida pela telefonista, que abre um *chat* com a produtora para que esta possa selecionar os ouvintes, obedecendo à tentativa de não repetir os mesmos intervenientes, um facto que deriva da sua longa experiência no reconhecimento dos participantes mais regulares. A seleção ocorre igualmente por ordem de chegada e sem qualquer escrutínio prévio de opiniões, estando inclusivamente aberto o período de inscrições enquanto o fórum decorre. A poucos minutos do início do programa, Fernanda Oliveira começa a telefonar para os inscritos, tendo em vista a sua participação. Para tal, recolhe os nomes (primeiro nome e apelido), a profissão, o local de onde participa, colocando os ouvintes em espera, o que significa que a partir desse momento, enquanto aguardam a sua intervenção, escutam a emissão da TSF através do telefone.

Com o tema escolhido, os convidados delineados e a lista de inscrições dos participantes pelo telefone a aumentar, sente-se que o programa está perto do seu começo. Nessa altura, apenas ficam no estúdio Manuel Acácio e um dos locutores e animadores da rádio, responsável por passar a emissão para Manuel Acácio, normalmente após os anúncios publicitários consequentes ao bloco noticioso das 10h e das informações de trânsito. Entra no ar o *jingle* do programa e Acácio saúda os ouvintes, apresenta o tema da emissão, contextualiza-o e vai introduzindo reportagens, declarações isoladas, etc., que passaram na antena da TSF justamente sobre a questão a ser tratada. Terminada esta introdução, apela à participação dos ouvintes, sobretudo pela repetição da expressão, 'queremos ouvir a sua opinião', que resume no

fundo a essência mais básica e minimalista do programa, explica as formas de participação, desde o telefone à Internet²³¹, enquanto Fernanda, na redação, prepara o alinhamento dos ouvintes e mantém um contacto permanente com Acácio, controlando a entrada dos convidados e posteriormente a dos ouvintes. Tal como referiu na entrevista constante no Apêndice 11, a produtora opta sempre por colocar dois ouvintes em espera, uma vez que poderá existir algum problema técnico com as chamadas telefónicas e convém ter sempre algum participante pronto a substituir. De qualquer modo, Fernanda confessou que, na ocorrência de problemas técnicos relacionados com as chamadas ou mesmo a chegada tardia de um convidado ao programa, o moderador pode ir lendo alguns dos comentários *online* até tudo estar solucionado, sem prejuízo para a dinâmica da discussão em curso.

Em situações normais, Acácio inicia o período de reflexão sobre o assunto em causa, recorrendo a um convidado, através de um contacto telefónico ou da presença no estúdio, uma opção menos frequente. Após este primeiro contacto com o convidado, o jornalista inicia a ronda de intervenções dos ouvintes e participantes pelo telefone, podendo alterar a passagem dos seus depoimentos com leituras integrais ou parciais dos comentários realizados pelos ouvintes no Facebook e na página *online* do programa. Tal como nos explicaram, a seleção destes participantes está normalmente a cargo da produtora. A partir da intervenção inicial do convidado, a dinâmica do programa divide-se justamente por estas esferas, a da participação de outros membros convidados pela produção, dos ouvintes que se inscreveram pelo telefone para intervir e dos comentários selecionados pela produção, a partir dos espaços *online*. Perto das 11h, o programa faz um pequeno intervalo, para a emissão horária das notícias. Regressando no final desta síntese informativa, escuta-se novamente o genérico do programa. Manuel Acácio retoma as linhas principais da discussão, recorrendo a uma dinâmica em tudo semelhante à primeira parte. Em diversas ocasiões, esta dinâmica pode ser alterada em função de reportagens que acrescentam dados ao assunto em debate ou até mesmo ligações em direto a determinados locais. Já próximo do final, perto das 12h, Acácio pode optar simplesmente por concluir o programa, lembrando a principal matéria que esteve em discussão, ou introduzir o ‘filme do fórum’ com as opiniões emitidas, sonorizadas com o genérico do programa.

²³¹ Por outro lado, o moderador pode fazer alusão à existência de um inquérito *online*. A razão pela qual não é assumido como um meio de participação assenta no facto de nem sempre a temática do inquérito coincidir com o assunto do debate no *Fórum TSF*.

1.4.2 Análise das emissões observadas do *Fórum TSF*

De acordo com o Apêndice 12, 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 4, elaborámos um conjunto de critérios com o objetivo de avaliar diariamente cada emissão:

Tabela 4 – 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 o primeiro item. Caracterização dos participantes através das formas de entrada no programa
Tema do dia	Natureza do assunto diário em reflexão
Timings do programa	Contagem e registo das intervenções do moderador, convidados e participantes, além do início e final do programa
Estatísticas no <i>site</i> do fórum	Conjunto de dados que compõem o mostrador numérico das visualizações e partilhas <i>online</i> do tema do fórum
Convidados em direto no programa	Caracterização dos convidados/comentadores selecionados pela produção para intervir no programa

Fonte: Elaboração própria.

1.4.2.1 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 5 encontramos a distribuição de todas as participações dos ouvintes, de acordo com o género e a modalidade de participação, mesmo considerando intervenções repetidas.

Tabela 5 – 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 6:

Tabela 6 – 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 recolhe

uma variação residual, subindo ligeiramente para os 11,65%²³². 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 7 – A participação dos ouvintes nas 10 emissões observadas do Fórum TSF

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

²³² 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.

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 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 8 – 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 indivíduos²³³.

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)²³⁴. 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 Gaia²³⁵. 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 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

²³³ 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.

²³⁴ 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.

²³⁵ 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.

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 deslocações 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 9, podemos constatar esta popularidade no número elevado de comentários nesta plataforma diariamente:

Tabela 9 – 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%²³⁶.

²³⁶ 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.

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, uma vez que o número de comentadores corresponde sensivelmente a um terço do Fórum *online* (103). Tal como será possível comprovar na tabela 10, 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 cinco²³⁷.

Tabela 10 – 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.

1.4.2.2 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

²³⁷ 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.

debate alargado junto do público para o qual trabalham. Assim, relativamente à análise global desses temas, podemos concluir o seguinte, apoiados na tabela 11:

Tabela 11 – Avaliação global dos temas e das áreas temáticas das emissões observadas do Fórum TSF

Emissão	Título [no site]	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.

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)²³⁸ 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.

²³⁸ Este tema tem um pretexto absolutamente excecional, o facto de se ter celebrado, pela primeira vez, em 13 de fevereiro de 2012, o Dia Mundial da Rádio.

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 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.

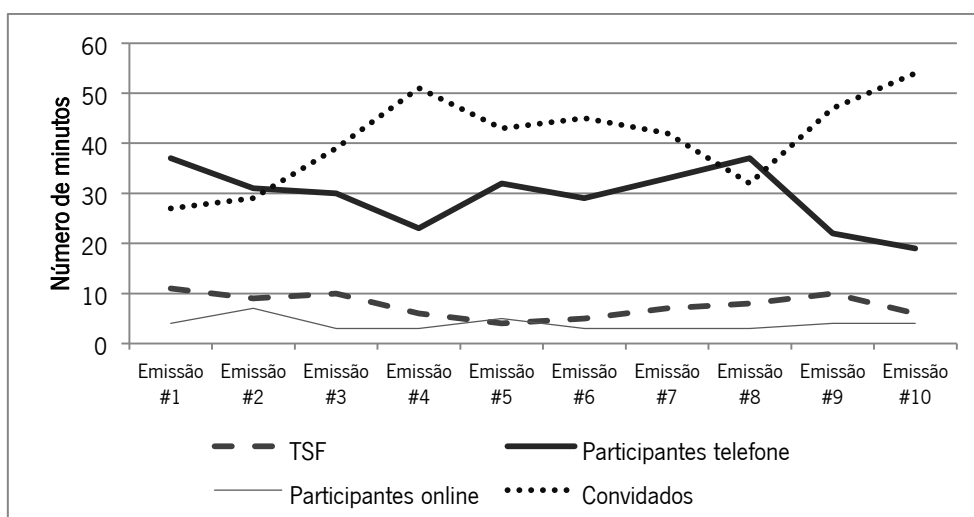
1.4.2.3 *Timings* do programa

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 minutos²³⁹. 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 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 7, que determina a evolução diária dos minutos de intervenção dos diversos intervenientes no fórum e no gráfico 8, que indica a distribuição média que cada elemento teve para intervir nas emissões observadas:

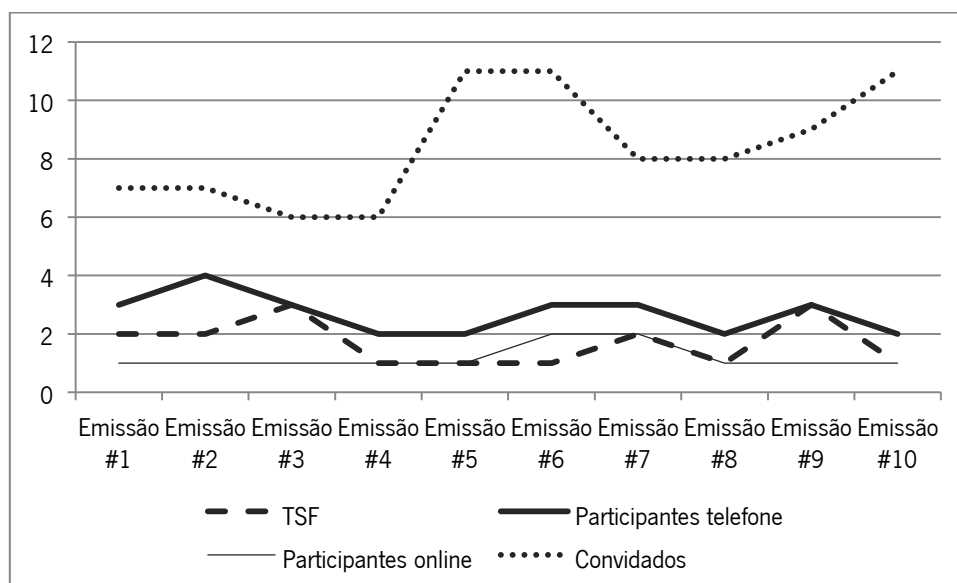
Gráfico 7 – Evolução diária dos minutos globais de intervenção dos elementos do programa



Fonte: Elaboração própria.

²³⁹ Arredondamento à unidade.

Gráfico 8 – 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 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».

1.4.2.4 Estatísticas no *site* do fórum

Importará perceber a dinâmica que porventura se estabelece no *online*, tendo como protagonista a página do programa na Internet. Neste sentido, definimos um período de observação correspondente a 24 horas, contando a partir da divulgação do tema²⁴⁰. Observou-se então o número de partilhas do tema do fórum nas redes sociais Facebook, Twitter, LinkedIn e Google +, além do número de visualizações, envios, impressões, reações no Twitter e comentários, tendo em vista a compreensão do nível de interesse, a partir dessas indicações, que a transposição do tema para o fórum desperta nos ouvintes. Os entendimentos que daqui podemos retirar não são particularmente complexos, em função do pouco dinamismo nessa página, pelo menos a avaliar pelos números. Ao longo das 10 emissões observadas, não houve qualquer partilha do tema do fórum pelas referidas redes sociais. A única tendência a contrariar este facto surge com as visualizações que se mantiveram num nível bastante equilibrado, entre as 310 (no topo das mais vistas, curiosamente um tema futebolístico na oitava emissão analisada) e as 878 (dia da rádio), numa média diária de 468 visualizações *online*.

1.4.2.5 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:

²⁴⁰ Entendeu-se fixar este período temporal de forma a possibilitar contribuições dos ouvintes que tenham tido a possibilidade de ouvir o programa em *podcast* depois da emissão da manhã, até nova edição no dia seguinte.

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 convidados²⁴¹;

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

²⁴¹ 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 de Lisboa surgem mais vezes nos média, acaba por ser natural a sua repetição no comentário. O jornalista sublinha ainda que, no plano dos académicos, tem procurado diversificar as vozes, com professores universitários do Porto, Aveiro ou Braga.

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 se convertem em focos da atenção mediática generalizada, em notícias²⁴². 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.

1.4.3 As reflexões por entre conversas com o auditório do *Fórum TSF*

Para completar este estudo de caso, depois da caracterização da dinâmica rotineira deste formato radiofónico e da análise de 10 emissões, julgámos conveniente estabelecer contactos no sentido de inquirir diretamente os ouvintes, que representam a essência e a razão da existência do modelo do *Fórum TSF*. A partir deste ponto, tentaremos discutir alguns resultados produzidos deste contacto com os ouvintes e participantes neste programa, tendo em conta a intenção de prolongar o debate sobre o sentido e pertinência da participação dos cidadãos nos média, através dos grupos que efetivamente participam. Neste caso em específico, submetemos à aprovação da produção do fórum a ideia de administrar os inquiridos por

²⁴² 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].

questionário através do telefone, aos participantes que intervieram no programa utilizando essa mesma modalidade de intervenção. Deste modo, antes de entrarem em direto, a produtora Fernanda Oliveira questionou os ouvintes sobre a possibilidade de responderem às perguntas de uma investigação sobre a participação dos cidadãos nos média, propondo a eventualidade de a TSF facultar o contacto telefónico ao investigador. A partir da anuência de uma determinada amostra de ouvintes, reunimos os dados num conjunto de variáveis²⁴³:

1.4.3.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos

Como já referimos, registámos 114 participantes por telefone nas 10 emissões analisadas, sendo que 65 aceitaram colaborar com a nossa investigação, através de um contacto telefónico que serviu de base à aplicação de um inquérito por questionário²⁴⁴. Neste grupo, apenas uma mulher respondeu às questões, perante 64 respostas masculinas. Quanto à idade, como identifica a tabela 12, existe uma concentração particular de indivíduos entre os 35 e os 55 anos, num total de 47 inquiridos.

Tabela 12 – Distribuição dos inquiridos do *Fórum TSF* por faixa etária

Idade	Frequência absoluta
25-30	1
30-35	2
35-40	11
40-45	16
45-50	9
50-55	11
55-60	5
60-65	8
>65	2
Total	65

Fonte: Elaboração própria.

²⁴³ Poderíamos ter optado por juntar a este grupo de participantes, os ouvintes que seguem e participam no programa através das plataformas *online*. Contudo, pela primazia que a própria produção confere ao telefone, conotado com um certo simbolismo ontológico com a rádio, decidimos restringir esta série de inquéritos a este grupo para, de algum modo, premiar um comportamento interativo que exige, à partida, um esforço adicional. De facto, não se considera aqui o telefone como o veículo imaculado da participação, no sentido de promotor imediato de uma intervenção sólida e condizente com uma reflexão crítica.

²⁴⁴ Disponível no Apêndice 19.

As classes mais representadas situam-se entre os 35 e 40 anos e os 50-55 anos, num total de onze participantes cada. Estamos, portanto, a observar uma amostra de participantes adultos, onde a média da idade se situa globalmente nos 47 anos e o mínimo e máximo registados residem nos 25 e 82 anos, respetivamente. Além de uma amostra de ‘meia-idade’, temos, por conseguinte, uma amplitude bastante larga no espetro da idade dos indivíduos. A moda reside nos 40, 41 e 43 anos, com quatro ocorrências cada.

Ainda nesta variável, para conseguirmos encontrar uma definição mais fina e apurada sobre a idade podemos estabelecer um conjunto de observações que decorrem de um estreitamento dos dados. Com efeito, devido à pouca dispersão das idades, os valores registados nas extremidades podem, de algum modo, contribuir para um certo enviesamento interpretativo. Por isso, assumimos a opção de recortar alguns destes registos, nos termos da criação de *outliners*, isto é, excluindo os dados nas extremidades para definir melhor a variável²⁴⁵. Através desta opção, a média não se afasta, todavia, do valor observado anteriormente, situando-se agora nos 48 anos, enquanto o valor modal reside nos 43 anos e a mediana se fixa nos 45 anos. Por isso concluímos que, de facto, a faixa etária dos 40 anos domina o espetro genérico da idade dos participantes inquiridos²⁴⁶.

No âmbito de uma caracterização sociodemográfica, incluímos o nível de instrução ou grau de escolaridade. Tal como observámos nos apontamentos teóricos (Silverstone, 2004; Shah *et al.*, 2001; Rodrigues 1980), o percurso escolar dos indivíduos pode ser fator determinante para maiores índices de participação cívica na vida de uma sociedade. Ora, tal como observamos na tabela 13, podemos concluir que efetivamente a formação universitária, desde a licenciatura não concluída às pós-graduações reúnem 60% dos inquiridos, pelo que os que detêm uma educação compreendida entre primária e a secundária se fixa nos 40%. Os licenciados estão em maior número (22), seguidos do secundário (17), enquanto um nível equilibrado, de três inquiridos cada, se divide pelo ensino primário, básico e 3º ciclo. No fundo, esta amostra representa uma distribuição equilibrada e revela igualmente que o programa consegue ser plural na aceção de um público participante abrangente, longe de um elitismo educativo.

²⁴⁵ Repare-se na seguinte dispersão de dados: três inquiridos distribuídos nas idades 25, 31 e 32 separam-se da seguinte, nos 35 anos, que já recolhe três inquiridos. Por outra parte, nas idades mais elevadas o intervalo entre 67 e 82 anos, com um inquirido cada, mostram bem o desfasamento entre o centro da dispersão e as extremidades da amostra. Equivale a concluir, por isso, que 61 dos inquiridos situa-se entre os 35 e 67 anos.

²⁴⁶ Recordamos que apenas nos inquiridos temos acesso à idade dos participantes. De resto, nem na apresentação feita pelo moderador esse dado é referido.

Tabela 13 - Distribuição dos inquiridos do *Fórum TSF* por nível de instrução

Nível de instrução	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Primário	3	4,6%
Básico	3	4,6%
3º Ciclo	3	4,6%
Secundário	17	26,2%
Licenciatura (não concluída)	9	13,8%
Bacharelato	1	1,5%
Licenciatura	22	33,8%
Mestrado (não concluído)	2	3,1%
Mestrado	4	6,2%
Doutoramento	1	1,6%
Total	65	100%

Fonte: Elaboração própria.

Do ponto de vista da caracterização geográfica dos inquiridos, o seguinte mapa de Portugal Continental e das regiões autónomas revela bem uma distribuição desequilibrada e tendencialmente concentrada nas regiões do litoral. Apesar de não devermos confundir os inquiridos com o total de participantes, parece clara a inclinação para uma participação de cidadãos residentes em distritos e regiões costeiras. Em 65 inquiridos, apenas sete vivem em distritos sem qualquer fronteira com o mar. As ausências claras de representantes das regiões autónomas e dos distritos de Faro, Beja, Portalegre e Bragança, debatem-se com uma bipolarização de participantes maioritariamente de Lisboa (20) e Porto (15), seguidos de Setúbal (7), Braga e Leiria, ambos com cinco²⁴⁷.

²⁴⁷ De acordo com o NUTS II (Nomenclaturas de Unidades Territoriais para fins Estatísticos - *nomenclature d'unités territoriales statistiques*), Lisboa (parte da antiga Lisboa e Vale do Tejo, extinta) e o Norte apresentam o mesmo número de inquiridos (22). Depois o Centro com 14 e o Alentejo com 7.

Mapa 2 – A residência dos 65 inquiridos do *Fórum TSF*



Fonte: Elaboração própria.

Quanto à situação profissional dos inquiridos, praticamente a quase totalidade dos inquiridos afirmou pertencer ao setor ativo laboral (60). Apenas quatro estavam desempregados e um reformado. Desta forma, as profissões mais registadas foram as de empresário (12), seguidas de seis engenheiros, quatro motoristas e quatro comerciais. Dentro das 32 atividades profissionais assinaladas podemos recorrer a uma tipologia elaborada pelo IEFP (Instituto do Emprego e Formação Profissional), relativamente à classificação das profissões, num exercício curioso de equilíbrio entre grupos: Pessoal Administrativo e Similares (20)²⁴⁸; Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (18 inquiridos)²⁴⁹; Pessoal dos Serviços e Vendedores (13)²⁵⁰; Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio (6)²⁵¹; Operadores de Instalações e Máquinas e Trabalhadores da Montagem (2)²⁵²; e Operários, Artífices e Trabalhadores Similares (1)²⁵³. Ora, se

²⁴⁸ Empresário (12), motorista (4) delegado comercial (2), com um inquirido: supervisor e assessor de gestão.

²⁴⁹ Engenheiro (6), professor (3), advogado (2), com um inquirido: arquiteto, delegado de informação médica, médico, professor universitário, psicólogo, geógrafo e economista.

²⁵⁰ Comercial (4), comerciante e gestor comercial (2 cada), com um inquirido, gestor, gestor comercial, bancário, gestor de conteúdos e mediador de seguros.

²⁵¹ Publicitário, vendedor, técnico cultural, técnico de educação, técnico de informática, técnico de logística e técnico fiscal da construção civil, todos com um ouvinte cada.

²⁵² Eletrotécnico (2).

a TSF trabalha para um público pertencente às classes A e B, como Manuel Acácio referiu na entrevista, parece seguro considerar que a participação no fórum estará relacionada maioritariamente com ouvintes com profissões que exigem uma formação superior, enquanto as atividades laborais menos qualificadas surgem em menor expressão.

Após termos compreendido as variáveis de género, idade, localidade de residência e situação profissional, abordámos a questão do rendimento do agregado familiar onde o ouvinte se insere. Neste caso, pretende-se saber se existirá alguma inclinação específica para justificar uma participação no programa de indivíduos posicionados no mesmo escalão monetário. Tal como indica a tabela 14, parece claro que o nível económico situado acima dos dois salários mínimos nacionais reúne a maioria dos inquiridos, isto é, 55 no total de 65. Sete participantes afirmaram pertencer a agregados que auferem entre um e dois salários mínimos. Embora esta definição possa representar algum grau de simplismo, podemos ainda assim pensar que a participação nestes espaços sugere a motivação de indivíduos com possibilidades económicas relativamente mais favoráveis.

Tabela 14 – Rendimento bruto mensal do agregado familiar dos inquiridos do *Fórum TSF*

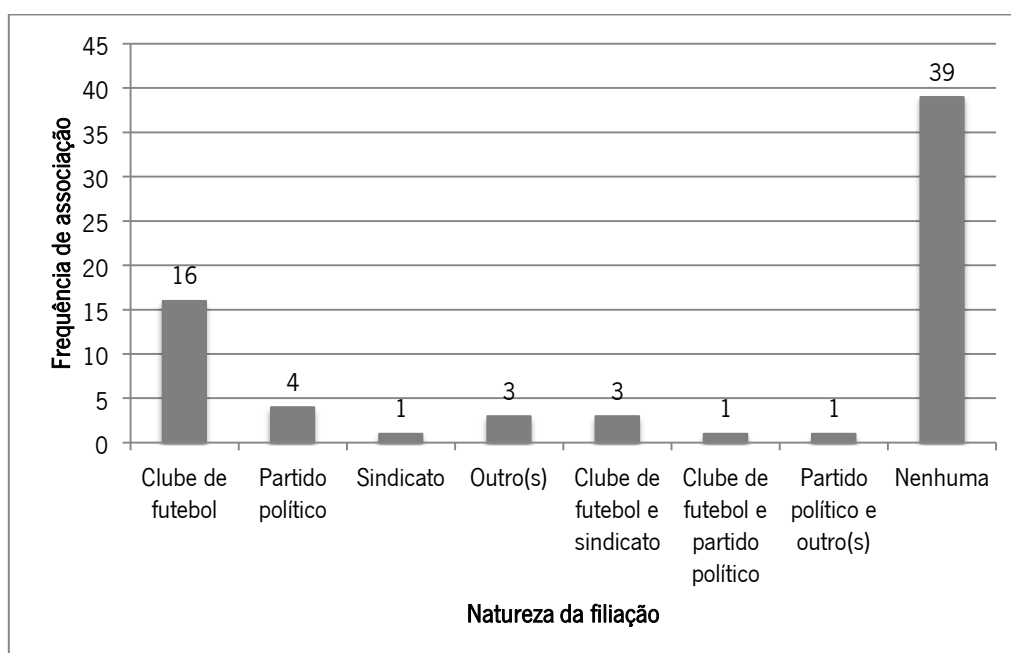
Rendimento bruto mensal do agregado familiar	Frequência absoluta
Abaixo de um salário mínimo (menos de 485 euros)	1
Um salário mínimo (menos de 485 euros)	2
Entre um e dois salários mínimos (entre 485 e 970 euros)	7
Acima de dois salários mínimos (mais de 970 euros)	55
Total	65

Fonte: Elaboração própria.

Por fim na caracterização de âmbito social e demográfico, averiguamos a possibilidade de a questão do envolvimento cívico nos média poder estar, de algum modo, relacionada com ligações a diferentes estruturas da sociedade civil. Deste modo, tentámos procurar que tipo de associações de interesse comum reúnem os inquiridos, a partir de uma tipologia baseada em clubes de futebol, partidos políticos, sindicatos e outra(s) associação(ões):

²⁵³ Operário Têxtil (1).

Gráfico 9 – A filiação associativa dos inquiridos do *Fórum TSF*



Fonte: Elaboração própria.

Na verdade, parece não existir relação direta entre a participação e um certo apelo à filiação associativa, na medida em que 39 dos 65 participantes afirmou não ter qualquer ligação organizacional. Ainda assim, e tendo em conta que alguns inquiridos dispõem de mais de uma filiação, as estruturas associativas mais destacadas foram os clubes de futebol (16)²⁵⁴, quatro a partidos políticos²⁵⁵ e três mantêm ligações a clubes e sindicatos²⁵⁶.

Ao ler alguns destes resultados, o jornalista responsável pelo fórum admitiu que, em determinadas situações, é possível aferir o posicionamento político dos ouvintes. Em todo o caso, Acácio considera que, num clima de descrença na classe política, será porventura um pouco difícil um ouvinte assumir uma determinada filiação, especialmente de natureza político-partidária:

²⁵⁴ Nota ainda para a presença de inquiridos com a seguinte distribuição associativa e clubística: Sporting Clube de Portugal (cinco participantes); Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Braga e Benfica (dois); Boavista Futebol Clube, Vitória de Guimarães, Paços de Ferreira (um). Destaque ainda para dois participantes que apresentam dupla associação (Futebol Clube do Porto e Leixões Sport Clube; Sport Lisboa e Benfica e Vitória de Setúbal). Estes resultados surgem depois de já termos assinalado a existência de dois programas sobre futebol e que, desse modo, podem condicionar estes resultados.

²⁵⁵ Com dois participantes filiados em cada um dos partidos PPD-PSD e CDS-PP, além de um outro no PS.

²⁵⁶ Representações únicas de membros do Sindicato Independente dos Médicos, Sindicato dos Professores das regiões centro e norte e ainda do Sindicato dos Trabalhadores do Município de Lisboa. Na opção 'Outro', assinalou-se a Associação Dadores Voluntários de Sangue, a Ordem dos Engenheiros, a Associação Portuguesa de Contabilistas e a DECO.

«é claro que se percebe que determinadas opiniões são partidariamente fundamentadas e orientadas. Se forem temas de âmbito político, sobretudo em finais de ciclos políticos, percebemos opiniões que se emitem apenas para ‘defender a dama’. Regra geral, não sinto essa inclinação, nem esse peso político. Contudo, sabemos que há temas que reúnem diferentes preocupações partidárias. Aqui há tempos, a Visão mostrava um *sms* do secretário-geral do PSD a dizer «hoje o tema do fórum é sobre o tema X, liguem». Há uns anos ligaram para cá duas senhoras a dizer, «pois, o Dr. Paulo Portas queria que a gente participasse...». Como se cruzam tantos inscritos, mesmo que haja máquinas partidárias a funcionar, elas acabam por se cruzar. Por isso agrada-me que seja essa a leitura».

1.4.3.2 Modalidades de contacto dos inquiridos com a TSF

Neste ponto avaliamos a relação que os inquiridos mantêm com a TSF, compreendendo a sua eventual participação noutros contextos participativos na rádio. Em primeiro lugar, podemos verificar que nenhum dos inquiridos recorreu a todas as formas de contacto com a rádio, consideradas para o efeito: (telefone, correspondência postal, mensagem eletrónica e consulta do *site*)²⁵⁷. Neste contexto, a modalidade de interação mais assinalada reside no *site*²⁵⁸, uma vez que 47 dos 65 inquiridos confirmou já ter acedido a esta página. Logo de seguida, o telefone com 15 participantes, para efeitos que não se relacionam com este programa. Cinco pessoas admitiram ter contactado a TSF por mensagem eletrónica e outras três por carta. Contudo, importa perceber um pouco melhor a natureza deste contacto, isto é, em que esferas temáticas esse contacto se produziu.

No que se refere ao contacto através do *site*, aparentemente a leitura de notícias (28 registos), a consulta de programas em *podcast* (16) e a escuta da emissão em direto (16) dominam o conjunto de atividades *online* destes indivíduos. Num nível menos expressivo, a consulta do *podcast* do fórum (4 inquiridos), o comentário das notícias (apenas um) e nenhum selecionou a opção de ‘partilhar as notícias nas redes sociais’. Se tentarmos medir os comportamentos *online* através de uma escala de frequência, observamos que a leitura das notícias (4 registos) e a possibilidade de acompanhar a emissão em direto (3) representam as atividades desenvolvidas mais frequentes ‘todos os dias’. Por outro lado, durante ‘a maior parte

²⁵⁷ O máximo registado foi de três modalidades em duas pessoas: uma pessoa (carta, *e-mail*, *site*) e outra (carta, telefone e *site*).

²⁵⁸ De referir que apenas questionámos os inquiridos se já alguma vez visitaram a página da TSF na Internet, sem que isso se tenha revertido numa participação ativa. Contudo, à luz do esquema teórico defendido, a visualização de conteúdos resume um certo sentido participativo, embora seja de uma natureza diferente das restantes consideradas.

da semana', a inclinação parece residir na leitura de notícias (10 inquiridos) e a escuta do *podcast*, em seis ocasiões.

Das 15 pessoas que admitiram já ter contactado a TSF por telefone, a maioria procurou intervir no sentido de dar informações sobre o trânsito: nove confirmaram já ter telefonado por este motivo. Motivados por outras questões, três tentaram promover trabalhos pessoais para futuras peças jornalísticas, enquanto os restantes três se dividiram na contestação aos critérios editoriais (nomeadamente no caso da crise económica da Madeira e sobre a forma com a TSF tratou este tema), na participação num concurso e na solicitação de um programa que passou em antena. Relativamente às modalidades menos expressivas de contacto, o correio eletrónico serviu para quatro pessoas apresentarem as suas queixas em relação aos critérios editoriais da TSF, dirigindo-se ao diretor da estação, enquanto apenas uma utilizou para participar no blogue *Jogo Jogado* do programa homónimo. Por fim, a correspondência postal serviu para três inquiridos poderem realizar os seguintes pedidos: sugestão de assuntos para futuras reportagens; repetição de programas que já tinham passado na antena; realização de críticas a um determinado relato de futebol que se desenrolou na TSF.

Em suma, o que estes dados parecem transmitir consiste na primazia do *site* da TSF como elemento mais frequente no contacto entre a rádio e os seus ouvintes ou, no limite, os seus leitores, uma vez que esta relação não exige o acompanhamento sonoro daquela estação. De qualquer modo, parece que estes inquiridos não demonstram ter muita aptidão para colaborar com a rádio noutros formatos que não estejam relacionados com o programa observado. A sugestão de reportagens, por outro lado, configura um curioso motivo para o cidadão quer contactar a rádio, embora numa expressão igualmente reduzida.

1.4.3.3 Relação dos inquiridos com o *Fórum TSF*

Neste ponto avaliamos o nível de envolvimento que os inquiridos mantêm com o *Fórum TSF* ao nível de diversos itens que passamos a descrever. A tabela 15 evidencia o primeiro desses critérios, relativamente à data da primeira participação no programa:

Tabela 15 – A primeira participação dos inquiridos no *Fórum TSF*

Referência temporal	Frequência absoluta
Primeira vez	23
Desde 2012	4
Desde 2011	6
Entre dois e cinco anos	24
Entre seis e onze anos	5
Antes de 2000	2
Não sabe	1
Total	65

Fonte: Elaboração própria.

A avaliar por estas informações, 23 dos 65 participantes estrearam-se na intervenção no fórum, na emissão que serviu de pretexto à administração do questionário. Ainda assim, este valor acaba por não ser o mais representativo, uma vez que 24 pessoas confessaram participar neste formato radiofónico num período que compreendido entre dois e cinco anos. Se pretendermos definir dois níveis temporais, entre um mais recente e outro mais longo, podemos sugerir que 33 inquiridos participam no fórum desde 2011, enquanto 24 intervêm entre dois a cinco anos atrás e, por fim, num período mais distante, a participação anterior a 2006 reúne sete inquiridos²⁵⁹.

A relação dos ouvintes com o programa poderá igualmente medir-se através da forma como acompanham diariamente as emissões, através da emissão hertziana ou mesmo em formato *podcast*. Neste sentido, 24 inquiridos afirmaram ouvir o programa em direto de um modo regular ou permanente (17 referem mesmo ouvir ‘todos os dias’)²⁶⁰, apesar de a grande fatia de participantes confessar um acompanhamento mais moderado, entre ‘duas a três vezes por semana’ em 29 casos²⁶¹. Relativamente à possibilidade de escutar o programa em *podcast*, apenas nove já escutaram a emissão a partir deste formato²⁶². Ainda neste ponto podemos verificar que, na frequência de acompanhamento do programa mais habitual nestes inquiridos – ‘duas a três vezes por semana’ – a tendência é para encontrarmos participantes cujos níveis de instrução residem no ensino secundário (8) e na licenciatura (11), o que confere a ideia de um auditório com uma certa formação escolar/académica. Quanto aos indivíduos que ‘todos os

²⁵⁹ Um dos inquiridos não conseguiu precisar uma data.

²⁶⁰ Tendo em conta o período entre ‘quatro vezes por semana’ a ‘todos os dias’.

²⁶¹ Num nível menos regular, dez pessoas ouvem ‘uma vez por semana’ e apenas uma confirmou ter escutado ‘pela primeira vez’ o programa quando participou.

²⁶² Quatro referiram ‘mais raramente’, dois indicaram ‘uma a duas vezes por semana’ e três inquiridos confirmaram escutar ‘duas a três vezes por mês’, ‘uma vez por semana’ ou ouviram apenas ‘uma vez’.

dias' afirmam ouvir o *Fórum TSF*, surge alguma dispersão de dados comparativamente ao exemplo anterior, pelo que foi possível encontrar um equilíbrio entre participantes com percurso no ensino superior (8) e os que se ficaram pelo primário e secundário (10), um facto que pode sugerir, eventualmente, que o auditório deste programa consegue reunir participantes com formações díspares entre si, ensaiando, talvez, algum equilíbrio. Novamente se olharmos para a categoria temporal mais frequente de escuta do programa, encontramos onze inquiridos com filiações clubísticas (11), aquela que se expressa com maior notoriedade, além de associações a sindicatos (3). Porém, a maioria dos ouvintes com filiação política (3) acompanha este programa todos os dias, pelo que podemos constatar aqui, de algum modo, uma ligeira sugestão de que membros ligados à política partidária não conseguem desligar-se do fórum e dos assuntos que por ali passam. Por outro lado, entre os inquiridos que mais vezes acompanham o fórum, existe um conjunto expressivo de elementos em situação profissional ativa (16), ainda que grande parte deles (27) escute o programa entre 'duas a três vezes por semana'²⁶³.

Quanto à intervenção ativa no fórum, retomamos um ponto anteriormente considerado, uma vez que o telefone se assume como a modalidade de participação preferida, não existindo uma complementaridade entre as modalidades participativas²⁶⁴. Tendo em conta a impossibilidade de participar em todas as edições do programa, podemos sugerir uma certa rotatividade nos intervenientes neste espaço. Desta forma, observámos a estreia na participação pelo telefone em 24 inquiridos, o mesmo número dos que intervêm 'mais raramente'. Quatro denunciam que tomam parte do programa 'pelo menos uma vez por semana', enquanto 12 expõem as suas opiniões na antena 'uma vez por mês'. Desta forma, apenas um inquirido combinou a participação nas três modalidades, através de uma frequência de participação que seguiu os níveis de 'mais raramente' pelo telefone, 'uma vez por semana' no Facebook e 'mais raramente' no fórum *online*. A combinação mais popular com o telefone acaba por ser o debate *online*, recolhendo três ocorrências, para duas no Facebook.

Tendo em conta as três possibilidades participativas no programa, importa provavelmente conhecer algumas das características que se prestam a este respeito. Por telefone, a modalidade tradicional e emblemática de intervenção, os dados não mostram tendências particularmente significativas. Deste modo, a frequência mais regular de participação

²⁶³ Os valores registados na categoria dos reformados e desempregados, um e quatro respetivamente, não dispõem de matéria suficiente para um cruzamento de variáveis competente e significativo, embora metade dos que não têm profissão ouça este formato entre duas a três vezes por semana e apenas um todos os dias.

²⁶⁴ Naturalmente que este dado pode decorrer de um óbvio enviesamento, devido ao facto de estarmos a contactar com participantes que intervieram pelo telefone.

considerada ('uma vez por semana') surge empatada nos inquiridos com filiação política, clubística, sindical ou outra(s), com um membro em cada. Os que manifestam uma filiação clubística, na sua maioria (10 em 19), intervêm apenas muito pontualmente, o mesmo nos membros com afinidades políticas e sindicais (3 em cada). De qualquer modo, os mais ativos parecem ser os que têm proximidade a clubes, com cinco participações, 'uma vez por mês' e um outro inquirido 'uma vez por semana'. Se olharmos para a intervenção ao telefone do ponto de vista da situação profissional, os que participam 'uma vez por semana' são maioritariamente ativos, confirmando já uma ideia do ponto que se referia ao acompanhamento do programa²⁶⁵.

Como oportunamente discutiremos, a participação no programa poderá porventura relacionar-se com o tema em reflexão. Neste contexto, pareceu-nos justo questionar os ouvintes sobre a generalidade de áreas temáticas que preferem ver debatidas no fórum. Ora, possibilitando a enumeração de várias matérias, assinalámos a política como o terreno mais citado pelos participantes (38 registos), seguido da economia (25), do futebol (20) e da educação escolar (13), em 123 registos. Esta preferência assume uma sequência lógica esperada, uma vez que estes temas surgem frequentemente no programa, condicionando o horizonte temático que agrada aos ouvintes e participantes²⁶⁶. Já demos conta da inclinação dos inquiridos em discutir assuntos de índole política e neste ponto podemos até cruzar alguns dados interessantes com a situação profissional. De facto, a preocupação pelos acontecimentos políticos é transversal a desempregados, reformados e ativos. O que provavelmente parece ser curioso é a inclinação dos que não têm ocupação profissional a falarem de política (3 em 4), em detrimento de questões relacionadas diretamente com o emprego, embora naturalmente sejam as políticas que podem fomentar ou dirimir as opções de trabalho de um país ou região. Como primeiro tema preferido, os ativos dividem-se pela política (27), sendo que economia e futebol registaram o mesmo número de inquiridos (9), depois dos sete que manifestaram preocupação por temas sensíveis à empregabilidade. Os inquiridos com filiação clubística demonstram a sua aptidão por temas ligados a futebol (11 casos), ainda que tenham registado, em nove e oito ocasiões, interesses particulares em assuntos políticos e económicos, respetivamente. A estruturação associativa conduz a uma preferência temática, compatível novamente nos

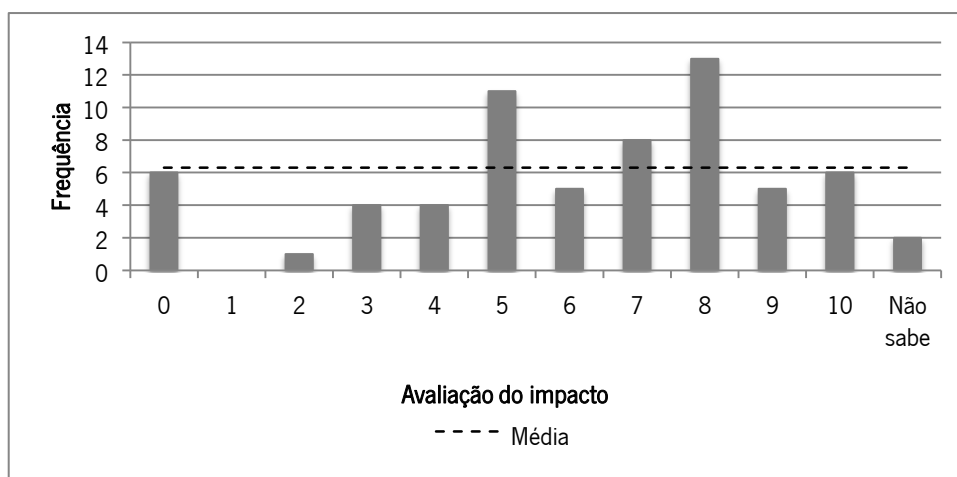
²⁶⁵ Reformados e desempregados, pela sua pouca expressão, parecem não intervir ativamente, apenas circunstancialmente. Quanto à participação via Facebook e Fórum online, dificilmente poderemos sugerir dados relevantes, uma vez que se contabilizou uma participação escassa por esta modalidade e pouca expressiva no segmento da filiação.

²⁶⁶ Enquanto isso, nove prefere debater temas relacionados com o emprego e as condições laborais dos trabalhadores, e seis dividem-se por cada uma das seguintes áreas: crise, saúde e ambiente. Justiça e emprego, com uma preferência cada, ficam em último. Seis não souberam dizer que temas preferem.

participantes com interesses políticos, cuja dispersão mais evidente (4 casos) se fixa neste terreno, ainda que outros dois tenham referido sociedade e economia como temas relevantes pessoalmente, em dois casos cada. Os temas políticos também estão na agenda das preferências dos inquiridos com filiação sindical (ou outra) – três casos –, embora também mostrem interesse em assuntos económicos e futebolísticos.

Tal como sublinhámos na primeira parte desta investigação, a base de diversos formatos participativos mediáticos assenta numa certa expectativa de condicionar a realidade social. Inspirados por este entendimento, medimos agora o nível de impacto que a reflexão promovida no *Fórum TSF* poderá suscitar no terreno das decisões políticas, económicas, sociais, etc., num exercício especulativo e difícil de medição concreta. Definindo, portanto, uma escala numérica de 0 a 10 valores, optámos pela seguinte estrutura de valorização: 0-4 (categoria genérica de um impacto reduzido, em que o valor mínimo representa uma influência nula); 5 (impacto moderado); 6-10 (categoria que define um impacto visível, entre um nível tímido e um expressivo, como o mais elevado):

Gráfico 10 – A medição do impacto político, social e económico do *Fórum TSF*



Fonte: Elaboração própria.

Ora, recorrendo a categorização numérica anteriormente referida, compreendemos que os inquiridos se mostram maioritariamente favoráveis a uma ideia de impacto visível do programa nas várias dimensões da sociedade portuguesa. Esta ideia, seguida por 37 dos 65 ouvintes, encontra a sua maior expressão no nível 8, com 13 inquiridos. Por outro lado, 11 participantes atribuíram um impacto moderado (nível 5), enquanto 15 não conseguiram

assinalar uma relação propriamente otimista entre o programa e a sua influência²⁶⁷. Tendo em conta a generalidade das notas atribuídas pelos inquiridos, observamos o nível 6 como nota média, o que configura a ideia de uma influência visível mas pouco expressiva. Os inquiridos que mais acreditam no poder do programa para influenciar, política e socialmente nos seus vários quadrantes, residem, de facto, naqueles que manifestam filiações clubísticas e partidárias. Dos 19 participantes associados a clubes, 11 defendem um impacto positivo do fórum (entre o valor 6 e 10 da escala), enquanto todos os inquiridos (5) com filiação em partidos se juntam a esta categoria, colocando-se nos valores mais elevados. Esta concentração parece ocorrer nos filiados em sindicatos, ainda que com algumas dispersões, de três casos em que são atribuídas notas reduzidas de impacto do programa, entre 0 e 4.

Convencidos, então, da influência do fórum nas políticas e na sociedade portuguesa, os inquiridos pronunciaram-se ainda sobre o seu grau de satisfação em relação ao programa. Na realidade, este ponto caracteriza a participação neste programa no segmento de um eventual grau satisfação. Como poderíamos supor, a participação no fórum sugere efetivamente um nível de agrado bastante evidente, tal como revela a tabela 16:

Tabela 16 – O grau de satisfação dos inquiridos sobre o *Fórum TSF*

Nível de satisfação	Frequência
Extremamente insatisfeito	0
Bastante insatisfeito	0
Insatisfeito	1
Nem satisfeito, nem insatisfeito	2
Satisfeito	26
Bastante satisfeito	23
Extremamente satisfeito	11
Não sabe	2
Total	65

Fonte: Elaboração própria.

Apenas um inquirido se mostra insatisfeito pela forma como o fórum atua, enquanto dois mostram um nível de indiferença. De resto, a aprovação do programa parece ser evidente: 11 revelam a sua satisfação plena, apesar de a maioria dos inquiridos (26) ter assinalado o adjetivo ‘satisfeito’ nesta questão. Ainda nesta análise, a participação no fórum sugere um determinado contacto com os convidados, comentadores. Apesar de a intervenção do ouvinte não significar necessariamente uma interpelação direta a estes elementos, procuramos compreender a

²⁶⁷ Dois indivíduos não responderam a esta questão.

importância e o prestígio que a generalidade destes intervenientes recolhe na opinião do auditório. De um modo transversal, parece legítima a ideia de atribuir ‘bastante credibilidade’ aos comentadores no fórum, pelo menos para 32 sujeitos. Observamos esta inclinação, contrariamente aos cinco participantes que advertiriam para a pouca credibilidade dos convidados e dos dois que chegaram mesmo a sublinhar a sua ‘pouca’ importância. A valorização positiva reuniu, porém, 52 indivíduos (11: ‘alguma credibilidade’; 32: ‘bastante credibilidade’; 9: ‘toda a credibilidade’)²⁶⁸. A categoria ‘nem muito, nem pouca’ registou, neste ponto intermédio, cinco ouvintes.

Por último nesta categoria que define a relação dos inquiridos com o programa, sugerimos uma abordagem mais complexa aos ouvintes. Numa questão de resposta aberta, os inquiridos foram incentivados a especular sobre as motivações pelas quais acreditavam que a TSF emite um programa com as características do fórum. Posteriormente, depois de um trabalho de sistematização das respostas por meio de uma simples análise textual do discurso, procedeu-se à distinção dos tópicos de análise dos inquiridos de acordo com uma série de três categorias genéricas. Neste contexto, os ouvintes preferiram sublinhar motivações que definem o papel da rádio no serviço dos ouvintes, em 70 das 113 justificações globais, sendo que ‘auscultar a opinião dos cidadãos’ (16), ‘permitir a discussão dos temas mais importantes da atualidade’ (13) e ‘dar voz ao cidadão’ (10) foram as justificações mais registadas neste ponto. Em segundo lugar, uma categoria de justificações que denuncia sobretudo a missão editorial da TSF, em 40 registos. Neste conjunto de entendimentos, o interesse por cativar audiências, gerando lucro resume o sentido mais assinalado (13), bem como a originalidade da TSF na promoção deste programa (7), a tentativa de reforçar a sua credibilidade (5) e ainda a tentativa desta rádio em mudar o país (4). Por fim, as justificações que se aproximam do espírito próprio do fórum, em que os 13 comentários realizados neste sentido expressaram a necessidade de a rádio dispor de um programa de informação (10), além de terem destacado a sua ligação com a fundação da TSF (2) e ainda um inquirido que referiu o caráter fulcral deste formato na defesa da liberdade de expressão²⁶⁹.

Na verdade, parece aceitável assumir que este grupo de inquiridos demonstra um conhecimento nítido das opções editoriais que orientam o programa, evidenciado um conjunto de argumentos com bastante amplitude, focando aspetos que exprimem a necessidade de

²⁶⁸ Apenas uma pessoa não conseguiu atribuir qualquer valor a esta categoria, respondendo ‘não sei’.

²⁶⁹ Para consulta mais detalhada da generalidade das justificações elencadas, consultar o Apêndice 13.

cativar audiência, à urgência de um espaço de reflexão alargada, num cenário participativo que terá numa das suas maiores virtudes a possibilidade de inscrição do cidadão anónimo que frequentemente não tem espaços próprios para expressar a sua opinião na rádio. Todavia, faltou apenas completar esse cenário com uma das justificações mais relevantes e que deriva da entrevista que Fernanda Oliveira concedeu. O *Fórum TSF* serve igualmente para preencher um espaço afetado por uma faixa horária, das 10 horas da manhã, em que o nível de audiência tende geralmente a diminuir, fruto do início do horário de trabalho de muitos ouvintes. Reconhecendo este facto, a TSF tenta diminuir este fosso de ouvintes que se perde, através de um formato que se dedica exclusivamente a promover a ligação – participação – dos ouvintes. Neste caso temos, portanto, um objetivo de natureza comercial. Esta situação é confirmada pelo editor do fórum:

«no início da TSF, as audiências estavam num nível muito elevado entre as 7 e as 8 da manhã, depois disso caíam abruptamente. Ficavam num ponto baixo até perto das sete da tarde, o que presumo ser o efeito do regresso a casa, no trânsito. Com o início das emissões regulares do fórum, assistimos a uma queda pelas 10 da manhã, mas que já não é tão intensa e volta a subir perto das 13h. Aqui o fórum pode ter ajudado a recuperar este ritmo, colocando os níveis de audiência num patamar menos reduzido. Julgo que isso estará relacionado com os hábitos de audição, os estilos de vida. Nas outras rádios pode ter acontecido o mesmo».

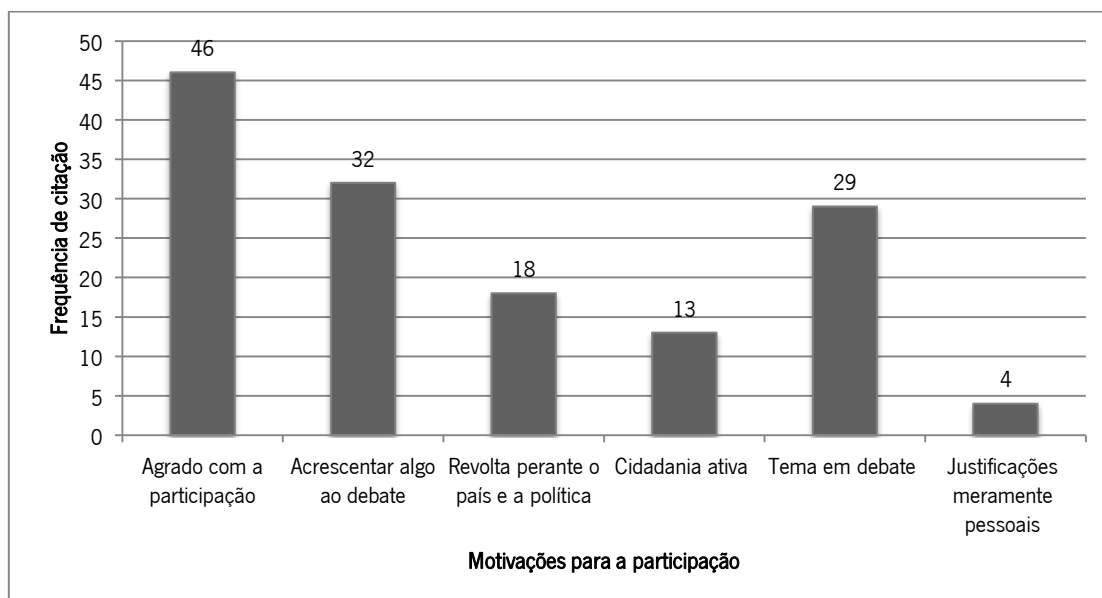
Manuel Acácio sublinha que este programa opera numa curiosa metáfora: «gosto da imagem de abrimos várias janelas. (...). Esta minha característica de lançar o debate, de ter mais dúvidas do que certezas, ajuda-me a fazer o fórum». Daí que, como veremos mais adiante, o jornalista preferiu um modelo de programa que produza mais questões aos ouvintes do que respostas, convertendo-se, por isso, num objetivo importante para a consolidação da missão editorial do *Fórum TSF*.

1.4.3.4 Motivações e constrangimentos na participação dos ouvintes

Estaremos provavelmente no âmbito de uma das questões mais importantes neste estudo. Tendo em conta o mesmo procedimento anterior, ao nível de uma resposta aberta e respetiva análise textual, recorreremos novamente à elaboração de uma série de categorias que respondem a diferentes interpretações sugeridas pelos participantes. Tal como sugere o gráfico

11, encontramos seis diferentes tipos de motivações, apoiados nos depoimentos dos ouvintes e participantes no fórum.

Gráfico 11 – As motivações dos cidadãos para participar no *Fórum TSF*



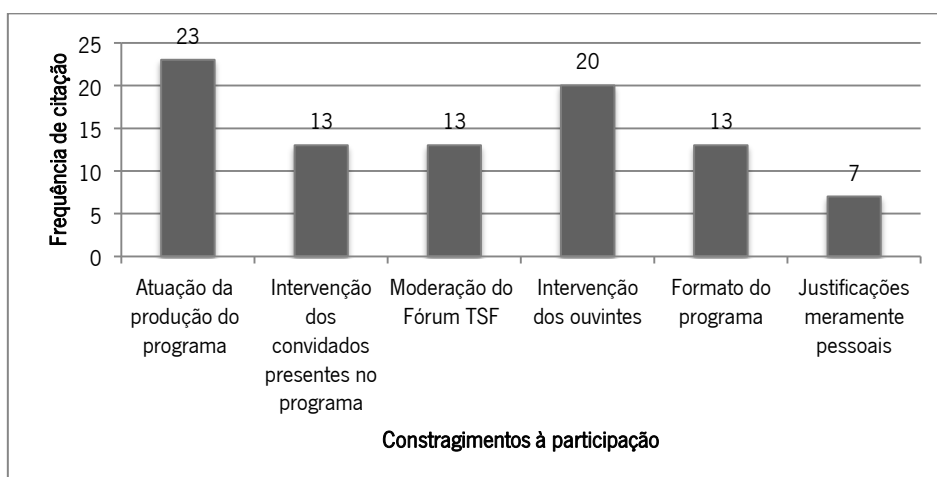
Fonte: Elaboração própria.

Num total de 142 registos, parece claro que a intervenção no fórum, para boa parte destes ouvintes, se relaciona indubitavelmente com a manifestação de um determinado agrado que resulta da participação. Este sentimento subjetivo divide-se por várias questões, entre as quais, o gosto por emitir uma opinião sobre a atualidade (25 registos), pelo próprio programa (8) e pela TSF (4), além de apontamentos que sugerem uma afinidade por trocar pontos de vista com outros ouvintes ou então pela necessidade de se atualizarem, duas justificações com três registos cada. A necessidade de acrescentar algo ao debate recolhe um importante número de solicitações (16), completando esta categoria pelas justificações de quem quis contrariar as opiniões de comentadores e ouvintes (7) ou as cinco que procuraram dar um determinado testemunho ao resto do auditório. Por outro lado, retomamos uma linha que já foi sugerida anteriormente que especulava sobre a importância do tema para a participação. Neste caso, constatámos a pertinência dessa questão em 29 justificações, sobretudo pelo interesse que o assunto desperta (20), pela implicação direta na vida dos ouvintes (7) ou pelo facto de alguns destes intervenientes dispor de conhecimentos sobre a matéria que mereceu destaque no programa (2).

No momento que serve de contexto à produção deste documento, a situação do país não escaparia ao espectro das motivações dos ouvintes, em 18 justificações, especialmente verbalizadas numa revolta contra o atual panorama genérico da sociedade (12), dos governantes (2) ou mesmo relativamente à dinâmica que a discussão do programa estava a tomar (2). Nesta categoria, duas pessoas assumiram ainda a intenção de alterar a realidade nacional. Nas categorias menos representadas, a questão da necessidade de uma participação cívica ativa nos média, em 13 motivações, além de quatro justificações estritamente pessoais que residem, no fundo, um conjunto breve de situações exteriores à participação em si, isto é, resumem aspetos privados da vida dos inquiridos²⁷⁰.

Procedendo de seguida à reflexão sobre um aspeto oposto à motivação, investigamos agora sobre as circunstâncias em que a participação do cidadão pode ser desmotivada, isto é, refletiremos sobre as condições que este programa pode indiretamente promover e que desencantam os ouvintes de participar. Ao comentar esta questão, Manuel Acácio previa que as reclamações mais comuns pudessem residir nos ouvintes que se inscrevem no programa e são selecionados para entrar em direto. Com efeito, este aspeto acaba por ser o terceiro mais referido. Ora, tendo em conta esta questão, 47 dos 65 inquiridos sublinharam aspetos que consideram negativos. Deste modo, o conjunto global das 89 considerações (que designamos genericamente por constrangimentos) resulta na seguinte representação gráfica:

Gráfico 12 – Constrangimentos à participação dos ouvintes do Fórum TSF



Fonte: Elaboração própria.

²⁷⁰ Para consulta mais detalhada da generalidade das motivações enumeradas, consultar o Apêndice 14.

Entre as diversas categorias apresentadas existe um relativo equilíbrio. Contudo, a que ocupa o lugar cimeiro refere-se, genericamente, à atuação da produção do programa, em 23 apontamentos. Destes, sete reclamam sobre o facto de a inscrição nem sempre se traduzir numa participação efetiva na antena. Seis queixam-se da eventual má seleção de temas, cinco do pouco tempo que é dado aos ouvintes para intervir, três consideram que se espera demasiado tempo ao telefone para entrar em direto no programa e outros três registos sugerem a má seleção dos convidados. Numa segunda posição, um dos pontos eventualmente mais curiosos desta representação que coloca os inquiridos a criticar a intervenção dos ouvintes em geral. Ao longo de 20 comentários, as principais reclamações apontam para os desvios ao tema (5) e as intervenções pouco esclarecidas e fundamentadas (4)²⁷¹.

Três categorias recolheram o mesmo número de apontamentos críticos (13). Em primeiro lugar, a intervenção dos comentadores no fórum não poderia provavelmente passar sem algumas anotações, na medida em que os ouvintes reclamam do excesso de convidados (2) e do tempo que ocupam na antena (8), além de dois inquiridos terem questionado a substância das suas opiniões, referindo que partem de pressupostos errados. Em segundo, a condução do programa na figura de Manuel Acácio, que corta supostamente a intervenção dos ouvintes de forma brusca (8), que não permite desvios ao tema (2), ou mesmo algumas acusações pontuais, com um registo cada, que colocam o jornalista como uma personalidade com receio de realizar certas perguntas, que permite desvios ao tema ou pela sua parcialidade²⁷². Por último, o formato do programa também foi visado pelos ouvintes, sobretudo no reduzido impacto que desperta na vida das pessoas (5), a sua escassa duração (3) ou a incapacidade de o fórum atuar como um fiel tradutor da opinião pública nacional (2). Três críticas versaram ainda no caráter pouco rigoroso da definição do fórum como um verdadeiro debate, uma vez que não existe a possibilidade de os ouvintes confrontarem as suas opiniões entre si²⁷³.

²⁷¹ No entendimento de Manuel Acácio, não podem ser tomadas como verdadeiras certas generalizações neste sentido. Referindo que existe um maior cuidado na linguagem por parte dos participantes, o editor considera que o nível substantivo das opiniões melhorou bastante no programa, em virtude do facto de ele próprio ter interrompido, pontualmente, intervenções 'desviantes': «acredito que há um círculo virtuoso em tudo isto. Não tenho tido grandes problemas de ofensas, insultos, ataques. Tenho tido muito menos do que esperaria. Também faço o trabalho de formiguinha, dia-a-dia, não permitindo certas situações».

²⁷² Parece paradoxal, mas em dois inquiridos compreendemos uma certa incongruência de argumentos, uma vez que um acusava o moderador de permitir desvios ao tema e outro referia que Acácio dificilmente concedia espaço para divagações externas em relação ao assunto principal.

²⁷³ Pronunciando-se a este propósito, Manuel Acácio discorda desta acusação. Para o moderador, existe a necessidade de permitir intervenções consideradas menos próprias para dirimir o efeito de contágio junto de outros ouvintes. Para conferir todos os constrangimentos assinalados consultar Apêndice 15.

Neste ponto, podemos fazer um pequeno apontamento crítico ao programa no que diz respeito à modalidade frequentemente apresentada e etiquetada para descrever o *Fórum TSF*. Contrariamente ao que se poderia supor, o programa não configura os modelos típicos do debate, uma vez que a lógica assenta preferencialmente na auscultação das sensibilidades e opiniões dos diversos agentes que compõem o panorama do tema em questão, mais do propriamente o confronto direto e personalizado das opiniões, com direito a resposta e contrarresposta. Neste sentido, o programa acaba por se inscrever num formato que permite quase um mero repositório de considerações avulsas, de intervenções que seguem um modelo reacionário. Por isso, estamos em crer que o formato do *Fórum TSF* se aproxima de um modelo que o distancia do debate na sua tradicional definição. Já no Facebook e na página *online* do programa, a possibilidade de debate é real, uma vez que os intervenientes têm a possibilidade de confrontar qualquer um dos participantes, através da exposição direta de comentários e várias interpelações.

Por último, as críticas que refletem apenas situações particulares da vivência do inquirido. Cinco inquiridos referiram que o principal problema reside na sua indisponibilidade para participar mais vezes, em termos de tempo, ou então um outro registo que sugeria a inscrição em massa de muitas pessoas, facto que desmotivava esse inquirido por presentir que não iria ser útil nesse contexto. Ainda um pormenor interessante. Um dos ouvintes admitiu que não participa mais vezes pela manifesta incapacidade que sente em ter uma opinião formada sobre a variedade de matérias abordadas no programa, abstendo-se, assim, de dar a sua opinião. Este entendimento merece-nos um sublinhado especial, já que, embora manifestado apenas por um indivíduo, demonstra eventualmente o lado modesto com que se pode aceitar que, simplesmente, não será possível compreender todos os aspetos temáticos que se discute no fórum²⁷⁴.

Ora, como resumo destas considerações levantadas pelos ouvintes, novamente observamos um amplo cenário de críticas ou dificuldades que constroem a participação. A verdade é que estes agentes não parecem acreditar que a sua disponibilidade para participar e acompanhar o programa possa configurar um sério entrave à sua intervenção, pelo que podemos sugerir que este grupo acaba por dispor de condições para estar minimamente atento e aberto a intervir no *Fórum TSF*. Por outro lado, o foco das críticas dirige-se para três entidades, entre a produção do programa, ouvintes e convidados. Em suma, estes indivíduos reclamam

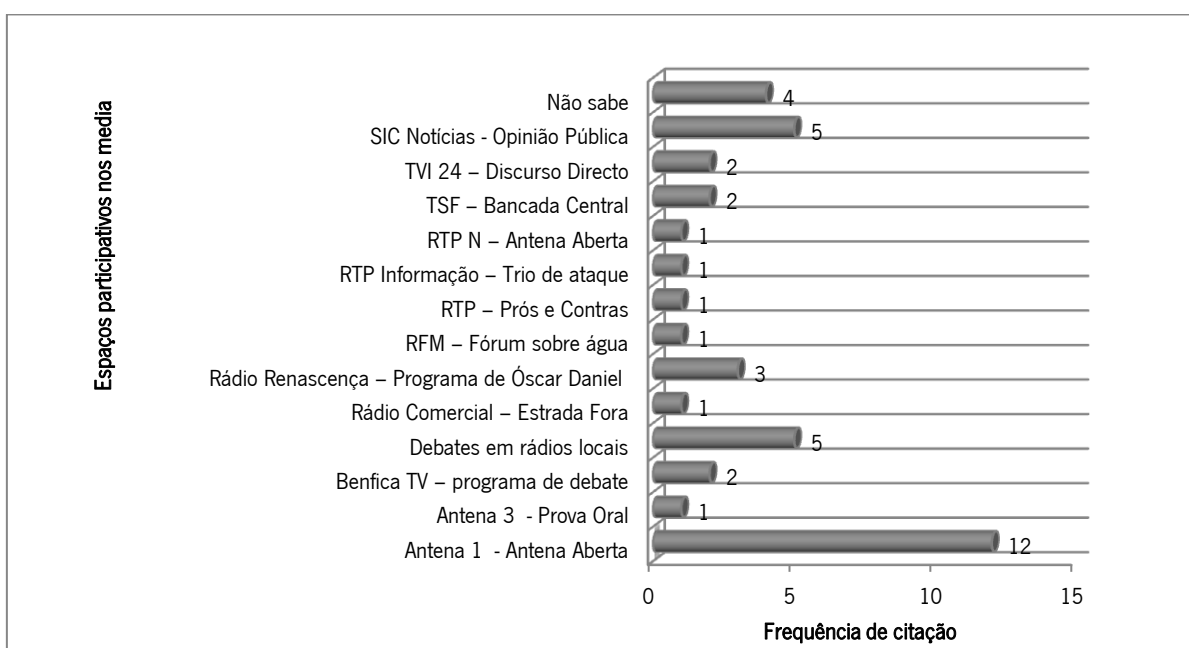
²⁷⁴ Para consulta mais detalhada da generalidade das motivações enumeradas, consultar o Apêndice 15.

mais oportunidades de expressão, mais minutos e atenção. É, na verdade, uma curiosa e particular batalha, que se compatibiliza com a ideia de uma avidez participativa e na busca incessante por um certo protagonismo, no limite. No fundo estes participantes exigem *grosso modo* a diminuição do tempo de intervenção dos comentadores, ao mesmo tempo que reclamam mais tempo junto da produção e pedem ao moderador uma maior flexibilidade para gerir os minutos dos participantes e ouvintes. Como nota final deste ponto, parece-nos justo sublinhar um dado adicional. Enquanto para o moderador do fórum a motivação dos ouvintes poderá justificar-se pela necessidade que muitos sentem em tomar parte de um espaço que poderá eventualmente ser acompanhado pelos responsáveis políticos, a verdade é que os inquiridos praticamente não seguiram este entendimento.

1.4.3.5 Relação dos inquiridos com outros espaços de opinião pública nos média

O número de ouvintes que compatibiliza as suas agendas pessoais com a intervenção noutros formatos de opinião pública (34) é apenas ligeiramente superior aos que mantêm a sua participação exclusiva ao fórum (31). Desta maneira, observemos, apoiados no gráfico 13, a natureza desses espaços onde os ouvintes admitiram já ter participado anteriormente:

Gráfico 13 – A participação dos inquiridos do *Fórum TSF* em espaços participativos nos média



Fonte: Elaboração própria.

Apenas seis confirmaram, contudo, ter já marcado a sua presença em mais do que um desses formatos alternativos²⁷⁵. Porém, se estabelecermos uma divisão entre programas/formatos de expressão popular consoante a especificidade do meio considerado, concluímos que os inquiridos revelam uma maior apetência para uma participação noutros formatos radiofónicos. O programa *Antena Aberta*, da Antena 1, recolhe por isso a maior preferência, com 12 indivíduos, para além dos cinco que já intervieram em debates semelhantes em rádios locais. Por outro lado, na televisão, que reúne 12 registos, com a SIC Notícias e o *Opinião Pública* – o próximo estudo de caso a ser analisado nesta investigação – a reunirem a preferência de cinco indivíduos. Podemos, então, sugerir uma certa fidelização destes inquiridos à rádio, uma vez que tendem a deslocar movimentos participativos de participação pelo telefone para outros espaços radiofónicos. Observemos ainda a seguinte tabela 17:

Tabela 17 – Cruzamento entre a filiação dos inquiridos do *Fórum TSF* e a participação noutros formatos participativos

Inquiridos (total)	Filiação (sim/não)	Participação noutros programas/formatos de expressão popular
65 total de inquiridos	39 não têm filiação	19 nunca participaram 20 participaram
	26 têm filiação	11 nunca participaram 15 participaram

Fonte: Elaboração própria.

Após a análise destas variáveis parece que a filiação não sugere a participação noutros formatos participativos. Se observarmos, porém, as filiações mais comuns dos inquiridos que já participaram nesses programas idênticos ao fórum, podemos eventualmente arguir novamente que não existe uma tendência ou inclinação associativa específica, uma vez que a representatividade parece ser escassa: filiados em clubes (11 participaram, em 23 possíveis), partidos políticos (3/31), sindicatos/outros (6/32). Relativamente à participação nesses outros formatos, podíamos questionar se esses participantes são figurais habituais no programa da TSF. De facto, no que diz respeito à participação por telefone, parece haver algum indício de participação em múltiplas plataformas, uma vez que as 10 pessoas que admitiram ter participado noutros formatos semelhantes ao fórum intervêm regularmente no fórum (oito ‘uma

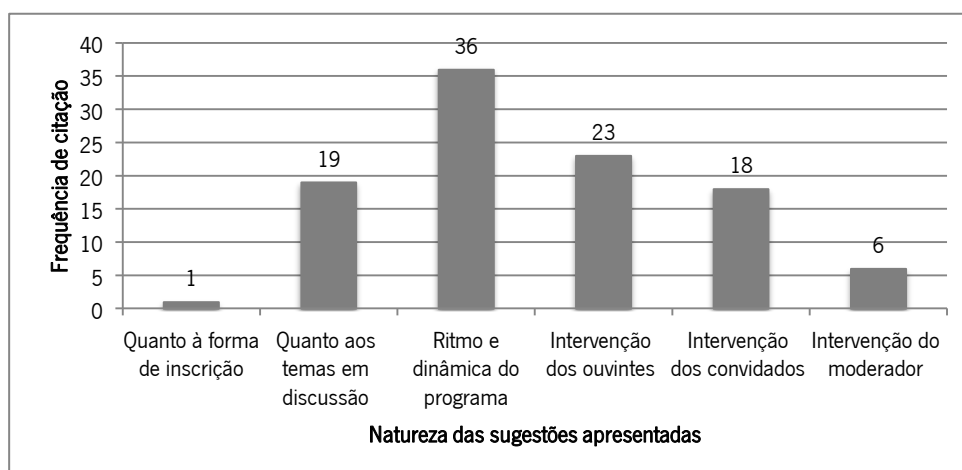
²⁷⁵ Um inquirido participou nos programas *Antena Aberta*, *Discurso Direto* e no programa da meia-noite da Rádio Renascença, o que representa o máximo de plataformas participativas registadas num só ouvinte.

vez por mês' e duas 'uma vez por semana'). Notámos, ainda, que 15 desses 34 inquiridos que participaram noutros programas também marcam presença mais esporádica no espaço moderado por Manuel Acácio ('uma vez por mês'). Este facto acaba por não ter repercussão nas participações via Internet (Facebook e Fórum *online*), onde os inquiridos noutros programas pontualmente marcaram presença no fórum.

1.4.3.6 Entre o presente e o futuro do fórum

Como questões de saída 'airosa', isto é, perguntas de resposta curta e simples no encerramento do questionário, os inquiridos mostraram as suas considerações sobre o impacto que as circunstâncias que se relacionam com a crise económica e financeira vigente no país poderiam desempenhar no aumento dos níveis de participação nestes espaços de expressão pública nos média. Com efeito, a quase totalidade dos participantes (55) admite que o cenário de recessão nacional pode condicionar maiores índices de participação, uma situação contrariada por apenas cinco pessoas²⁷⁶. Finalmente, os inquiridos defenderam que os média devem continuar a promover este tipo de programas de implicação popular (61), ainda que um se tenha mostrado contra. Três revelaram ainda que é indiferente prosseguir na aposta nestes formatos. Procurámos igualmente compreender as eventuais alterações que os inquiridos realizariam no programa *Fórum TSF*, como revela o gráfico 14:

Gráfico 14 – As sugestões para uma remodelação do *Fórum TSF*



Fonte: Elaboração própria.

²⁷⁶ Dois participantes não estabelecem qualquer relação entre as duas situações em observação e três não conseguiram responder.

Tendo em conta que 12 inquiridos consideraram que o programa não necessitava de alterações, 53 reagiram em sentido contrário. Deste modo, os apontamentos retirados a este preceito focam sobretudo o ritmo e a dinâmica do programa (36 registos), em que uma grande fatia pede uma maior duração diária do fórum. Sete sublinharam a necessidade de alterar o seu horário para a tarde, o mesmo número que pede a multiplicação destes formatos na grelha da TSF. Em igual número – três – as sugestões que denunciam a necessidade de realizar um escrutínio prévio de opiniões ou o resumo das principais opiniões que passaram no fórum²⁷⁷.

Neste sentido registámos a contribuição de 23 inquiridos, onde poderíamos destacar os oito depoimentos que apoiam o aumento do tempo de intervenção dos participantes, ou as três indicações que pedem, cada uma, a proibição da entrada de indivíduos que já utilizaram a via do insulto na antena e a fixação de um tempo limite para a participação telefónica. A necessidade de debater outros temas recolheu 12 nomeações, enquanto o papel dos convidados reúne, genericamente, 18 apontamentos, entre os que pedem o alargamento no número de comentadores (4), a inclusão de novas personalidades (3), e até a diminuição do seu tempo de intervenção (2). Nas categorias menos registadas, a condução do programa pelo moderador motiva seis sugestões, entre as três que pedem uma maior flexibilidade para lidar com as intervenções dos ouvintes, as duas que advertem para a tentativa de não partidarizar o debate, recorrendo aos comentários dos partidos políticos, ou a única que expressa a preocupação de realizar menos questões aos comentadores²⁷⁸.

Como resposta à generalidade destas sugestões, Manuel Acácio defende, porém, a continuidade do modelo presente do fórum. Convidado a ponderar o alargamento do fórum ou até mesmo da intervenção média dos ouvintes, Acácio considera que «não faz sentido, para mim, ter um programa de duas ou três horas, só para ter a voz do ouvinte. Só *vox pop*, não faz muito sentido. Nos moldes atuais, o fórum cumpre uma função social importante. Não concordava também com uma redução na duração, para uma hora, que é o formato televisivo». Para o jornalista, aumentar a duração do programa traduzir-se-ia num problema acrescido na seleção dos convidados. Relativamente à dinâmica do fórum, o editor do fórum é contundente a esse respeito: «limito essa interação [entre os ouvintes]. Não me interessa se o ouvinte A quer

²⁷⁷ Nestes últimos pontos existirá porventura um desajuste relação à realidade, uma vez que a participação dos ouvintes sustentada numa seleção prévia por via de opiniões não garantia a eliminação de opiniões consideradas desadequadas. A produção prefere assim dar prioridade à opinião espontânea e não condicionada. Por outro lado, o resumo das principais opiniões não representa um dos objetivos do programa, como sugeriu Manuel Acácio na entrevista, uma vez que a ideia consiste em abrir janelas para a formação da opinião individual, em detrimento da criação de uma 'moral da história'.

²⁷⁸ Para consulta mais detalhada da generalidade das sugestões enumeradas, verificar o Apêndice 16.

responder ao B. Quero é conhecer a opinião dele». Na participação *online*, refere, a lógica é distinta e o debate pode efetivamente ter lugar, contudo, «a páginas tantas, já não é o tema que está em discussão, mas o que disse a Maria e o João. Não é isso que quero para o fórum na antena». Por último, o moderador mostra-se desfavorável a uma sugestão apresentada no que concerne à elaboração de um resumo das opiniões partilhadas no programa, em jeito de conclusão/deliberação, uma vez que, tal como já se sublinhou, o *Fórum TSF* procura ser um mosaico de opiniões, onde cada ouvinte terá a liberdade de seguir o entendimento que pretender.

2. As dificuldades e as motivações dos espectadores no *Opinião Pública* da SIC Notícias

O jornalismo televisivo encontra-se, na atualidade a que este texto reporta, perante um «novo panorama informacional» (León, 2010). Apesar de provavelmente não podermos assumir a televisão como fenómeno exclusivo destas mudanças, a forma como os jornalistas e as fontes de informação se relacionam ou como os cidadãos entram nas rotinas jornalísticas configuram porventura alguns exemplos de situações disruptivas com o passado. O próprio conteúdo das matérias noticiosas, que versam aspetos da esfera do «drama, cómico e espetacular» (Meyer, 2003), concorre para a emergência de novas reflexões sobre a natureza do trabalho jornalístico. Trabalhar como profissional nesta área significará, em boa medida, depender do recurso crescente às tecnologias avançadas de comunicação, acompanhadas pela multiplicação de formas de ‘dar a notícia’. No segmento particular da relação que o jornalismo tem vindo a manter com os cidadãos existem algumas mudanças, à medida que novas formas de integração do público têm vindo a marcar alguns espaços de mediação jornalística.

Numa entrevista ao blogue *Grande Público*, o professor da Universidade de São Paulo e autor de diversos livros sobre televisão, Arlindo Machado, defendia que a participação ativa do telespectador assenta na ideia de interatividade, concebida à luz de um conceito desenvolvido nos anos 40 de bidirecionalidade, que sugere a troca de fluxos comunicativos entre os meios de comunicação (ou de distribuição como o entrevistado sugere) e o público. Para Machado, além de a rádio se distinguir da televisão por ter sido sempre interativa, a Internet repete, para o

docente, o que aconteceu com a rádio, no sentido de um esbatimento entre as fronteiras entre emissor e recetor. No caso específico da televisão, Arlindo Machado acredita na interatividade no jornalismo televisivo do ponto de vista estético, ainda que duvide do interesse das produções em adotar esse modelo com os seus públicos. Criticando, por isso, os decisores mediáticos que atuam «como se as pessoas não tivessem nada para dizer ou como se já esperassem aquilo que elas podem dizer», o investigador sugere a reinvenção da interatividade no jornalismo televisivo, onde se valorize progressivamente o telespectador, através de um olhar mais rigoroso às questões e dúvidas que os cidadãos partilham e no qual os média sociais podem interferir ativamente. Relativamente ao espectador, o docente brasileiro fala na existência de dois tipos de audiência: uma passiva, que chega a casa depois de um dia intenso dia de trabalho e que não investe numa atualização informativa, nem sequer procura compreender as dinâmicas mediáticas que o rodeiam; e o ‘inter-ator’, figura que nasce dos meios avançados de comunicação que sente a necessidade de agir, comentar e tomar parte, um pouco à imagem do início da televisão com o *zapping*.²⁷⁹

Este modo próprio de dividir o público poderá, no limite, ocultar outras realidades. A desrinça entre passividade e atividade não opera, no nosso ver, apenas no sentido de um desinteresse ou por um mecanismo de motivação próprio. Por isso, consideramos fundamental compreender as lógicas que resumem estes movimentos entre os média e os cidadãos, concretizados num caso específico. Inspirados por correntes interpretativas que denunciam uma certa mutação do terreno informativo televisivo, julgámos adequado introduzir um estudo de caso que sublinhe justamente o papel atual da televisão na sua relação com o espectador. Desta forma, o programa *Opinião Pública*, da SIC Notícias, servirá de pretexto para uma análise que se presta a identificar as políticas prementes na integrante da voz do público no discurso mediático televisivo, ao nível das temáticas debatidas, dos atores selecionados para o comentário, entre outros aspetos.

2.1 A SIC Notícias em observação

Em termos sumários, somos conduzidos pela necessidade de questionar os contributos que a televisão portuguesa confere à construção de uma esfera pública, na sua particular relação com o espectador. Neste contexto, a introdução deste estudo de caso após o exemplo do

²⁷⁹ [<http://grandepublico.blogspot.com.br/2012/07/arlindo-machado2011.html>, acedido em 07/07/2012].

Fórum TSF não terá sido inocente, uma vez que de acordo até com algumas referências realizadas pela produção do programa da TSF ou da SIC Notícias, parece de alguma maneira legítimo considerar que a longevidade e o sucesso do fórum terão motivado outros operadores mediáticos a produzir formatos idênticos.

De um ponto de vista histórico, a SIC (Sociedade Independente de Comunicação) nasce a 6 de outubro de 1992, em Lisboa, como o primeiro operador de televisão privado em Portugal. Numa década marcada pela emergência de rádios e televisões privadas²⁸⁰, o projeto liderado por Francisco Pinto Balsemão e Roberto Marinho deu por terminado um período de 35 anos de domínio exclusivo da televisão pública (RTP) formando-se a primeira televisão comercial do país. Através da leitura de alguns dos marcos importantes que constam da cronologia elaborada pela SIC²⁸¹, três anos bastaram para que a então recém-criada estação televisiva ultrapassasse a RTP no topo das audiências televisivas, em 1995. Neste sentido, a SIC propôs-se atingir um público variado nas suas idades, classes sociais e regiões geográficas. Embora se atribua comumente a predominância do género feminino no perfil-tipo da SIC, tal como os próprios reconhecem²⁸², a grelha de programação generalista orienta-se para a obtenção do lucro económico. Numa espécie de declaração dos princípios da atividade da SIC, podemos observar um ponto curioso que sugere a implicação do cidadão nas suas produções, ainda que de forma genérica e pouco concretizada: «uma comunidade «participativa» comprometida em viver/comunicar a experiência do telespectador, «A SIC fala para mim... faz parte da minha vida!²⁸³».

Pertencendo ao grupo empresarial IMPRESA, com outros títulos na comunicação social portuguesa, à data da realização desta investigação o projeto SIC²⁸⁴ surgia bastante transfigurado relativamente ao modelo inicial, devido às sucessivas incorporações de canais temáticos, como a SIC Radical, a SIC Mulher, SIC Gold, SIC K, SIC Internacional e SIC Notícias. Enquadrada numa aposta de responder às exigências de diferentes públicos, fixemos o nosso olhar num destes casos específicos. A SIC Notícias foi o segundo canal temático por cabo a ser lançado pelo grupo SIC. A 8 de janeiro de 2001 começaram as emissões regulares deste novo canal especialmente vocacionado para a informação jornalística, com formatos noticiosos sobre temas distintos, entre

²⁸⁰ Note-se que a 20 de fevereiro nasce a Televisão Independente (TVI), apenas para citar os primeiros casos.

²⁸¹ [<http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/historia/>], acedido em 17/07/2012].

²⁸² Uma informação igualmente presente na anterior nota de rodapé.

²⁸³ [<http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/valores/>], acedido em 17/07/2012].

²⁸⁴ O capital da SIC é detido, na sua totalidade, pela IMPRESA - SGPS,SA, o maior grupo privado de média em Portugal liderado por Francisco Pinto Balsemão, através das suas participadas SOLO – Investimentos em Comunicação, SGPS, SA; e MEDIA ZOOM - Serviços Técnicos e Prod. Multimédia, Lda.

economia, saúde, desporto, cultura, política, etc.²⁸⁵. Ora, precisamente nesta inclinação editorial, se observarmos a SIC Notícias tendo em conta a Lei da Televisão, percebemos que a definição de canais temáticos se insere aqui como «um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos, ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos do público»²⁸⁶.

2.2 Espaços participativos promovidos pela SIC Notícias

Para a caracterização do panorama participativo promovido pela SIC Notícias, procedemos de seguida à descrição de alguns espaços que conferem o objetivo de permitir a integração do espectador nas produções desta estação televisiva. Tendo em linha de conta a mesma amostragem temporal enunciada no caso anterior – o ano civil de 2012 – seguimos esta lógica para aproximar o período de observação com o final desta investigação para aferir, com outra nitidez e atualidade, as políticas correntes editorialmente concebidas a este preceito. Ao longo deste período, o cenário participativo parece não ser propriamente fulgurante, fruto da pouca diversidade de oportunidades participativas. Em termos de um formato que possa servir de auscultação permanente do cidadão, encontrou-se apenas o exemplo do *Opinião Pública*, como caso paradigmático da entrada do público na rotina daquela estação. De resto, registámos apenas dois programas que indiretamente apelam à contribuição do público: o programa *Contas Poupança*²⁸⁷, uma rubrica semanal que aconselhava os portugueses a realizar cortes em despesas supostamente dispensáveis, tendo em vista uma determinada poupança. Os comentários e sugestões podiam ser enviados para o *e-mail* (contaspoupanca@sic.pt), apesar de a dinâmica central deste formato não se dedicar em torno destas contribuições dos espectadores; *Perdidos e Achados*²⁸⁸, um espaço que se dedicava a recuperar e atualizar estórias, de pessoas e locais que foram notícia e entretanto desapareceram do mapa mediático. Neste programa semanal, novamente as possibilidades de participação resumem-se aos comentários e sugestões para um endereço eletrónico (perdidoseachados@sic.pt), sem que essas contribuições surjam no ecrã.

²⁸⁵ No momento da redação deste texto, António José Teixeira ocupava o cargo de diretor da SIC Notícias.

²⁸⁶ Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho. Capítulo I, Artigo 8º, número 3: tipologia de serviços de programas televisivos.

²⁸⁷ Em [<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/contaspoupanca/>],

²⁸⁸ Em [<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/perdidoseachados/>].

Do ponto da atribuição de um papel mais ativo ao espectador, podemos identificar o programa *Dia Seguinte*, um espaço habitual na grelha da SIC Notícias, emitindo desde 2003. Neste contexto eram debatidos os principais assuntos dos três principais clubes de futebol portugueses, ao longo de duas horas semanais. Sob a moderação do jornalista Paulo Garcia, três comentadores defendiam as suas cores futebolísticas: Dias Ferreira, José Guilherme Aguiar, Rui Gomes da Silva. Embora num carácter esporádico, os intervenientes pronunciavam-se sobre os comentários dos espectadores realizados através do telefone e de *e-mail*.

2.3 O palco participativo dos canais informativos portugueses

Privilegiando o tratamento da informação de um ponto de vista jornalístico, podemos enquadrar a atividade da SIC Notícias numa lógica semelhante à de outros dois canais temáticos portugueses, presentes igualmente no cabo. Com efeito, a RTP Informação e a TVI 24, esta mais recentemente, consolidaram os seus projetos profissionais através de um modelo que privilegia a informação como eixo de toda a atividade. De acordo com o mesmo período de observação definido anteriormente parece que, nestes dois canais, existiu uma aposta distinta quanto às possibilidades participativas do espectador.

Em primeiro lugar, refletimos sobre o papel da recentemente configurada RTP Informação, o canal de notícias do serviço público que em setembro de 2011 procedeu a substanciais remodelações na sua estrutura organizativa e editorial²⁸⁹. Como revela a tabela 18, a opção por modalidades de participação *online* ocupa uma parte importante do posicionamento da estação neste contexto:

Tabela 18 – O palco participativo promovido pela RTP Informação, no período de observação

Nome do programa	Área temática	Modalidades de participação
<i>A Tarde Informativa</i>	Informação generalista	Telefone, Facebook e Twitter da RTP Informação
<i>Avenida Liberdade</i>	Opinião, temas da atualidade	Twitter da RTP Informação
<i>Justiça Cega</i>	Justiça	Twitter da RTP Informação
<i>Mais Europa</i>	Políticas europeias	Blogue e página do programa no Facebook
<i>Trio d'Ataque</i>	Futebol	<i>E-mail</i> do programa e páginas do próprias no Twitter e Facebook

²⁸⁹ Anteriormente, RTP N (RTP Notícias).

Continuação da tabela 18		
Nome do programa	Área temática	Modalidades de participação
<i>Grande Área</i>	Futebol	Twitter da RTP Informação e página do programa no Facebook
<i>Economix</i>	Economia	Twitter da RTP Informação
<i>Euro Seleção – Antena Aberta</i>	Futebol	Telefone e <i>e-mail</i> do programa

Fonte: Elaboração própria.

O caso mais interessante de analisar neste contexto decorreu justamente em janeiro de 2012. Nessa altura, a direção da RTP Informação decidiu cancelar o programa *Antena Aberta*, um espaço de segunda a sexta-feira dedicado a discutir a atualidade recorrendo ao comentário de especialistas e às contribuições dos telespectadores por telefone e pelas redes sociais. De forma inadvertida, sem qualquer aviso prévio, o programa deixou de constar da grelha de programação, substituído por um espaço mais alargado, num bloco de notícias transmitido ao longo da tarde, em *A Tarde Informativa*. Sensivelmente meio ano após esta decisão e, curiosamente, nas vésperas do Europeu de futebol 2012, na Polónia e Ucrânia, a RTP Informação decidiu apostar num programa semelhante ao extinto, contando agora com a intervenção do espectador e obedecendo a uma *nuance* particular: os temas discutidos, de segunda a sexta-feira, refletiam única e exclusivamente sobre a seleção nacional de futebol e os desenvolvimentos da competição. O programa *Euro Seleção – Antena Aberta* protagonizou naturalmente um tema apelativo capaz de recolher o interesse do público português, permitindo à RTP Informação o regresso a posições confortáveis nas audiências médias naquela franja horária, eventualmente. Contudo, se analisarmos a questão do ponto de vista do cidadão, percebemos que houve, provavelmente, uma abordagem pouco correta. Deste modo, o telespectador deparou-se com o desaparecimento e o repentino ressurgimento do programa. Por outro lado, a estação pública terá contribuído para o mediatismo galopante em torno da seleção de futebol naquele certame. Na nossa ótica, para além dos espectadores não terem sido levados em conta neste processo, num nível mínimo de informação sobre o encerramento de um programa habitual nas tardes desta estação, todos aqueles que não apreciam futebol ficaram irremediavelmente apartados deste cenário participativo, outrora mais plural no aspeto temático. De qualquer modo, a atuação da RTP Informação merece-nos globalmente uma avaliação positiva, especialmente no plano das possibilidades participativas, em que a resposta parece ser satisfatória.

No segundo caso, a intervenção da TVI 24 (Televisão Independente 24 Horas)²⁹⁰ a este respeito revela, como indica a tabela 19, o recurso insistente às modalidades de participação online, ao mesmo tempo que o futebol emerge como domínio temático preferencial:

Tabela 19 – O palco participativo promovido pela TVI 24, no período de observação

Nome do programa	Área temática	Modalidades de participação
<i>Discurso Direto</i>	Informação generalista	Telefone e <i>e-mail</i>
<i>A Noite do Futebol</i>	Futebol	<i>E-mail</i> e página do programa no Facebook
<i>4X4X1</i>	Futebol	Página do programa no Facebook
<i>Mais Futebol</i>	Futebol	<i>E-mail</i> e página do programa no Facebook
<i>Prolongamento</i>	Futebol	Telefone
<i>Olhos nos olhos</i>	Atualidade política, económica e finanças	Página do programa no Facebook

Fonte: Elaboração própria.

A análise destes casos revela que o serviço público promove uma interação mais completa com o espectador, ao nível das temáticas abordadas e da integração da participação *online*. Em ambas as situações regista-se o peso progressivo que o telefone perdeu no quadro das modalidades habituais de participação, em privilégio das plataformas digitais associadas à Internet (*e-mail* e redes sociais) Por outro lado, parece evidente que a aposta das direções editoriais sujeita a ação do espectador a um plano complementar, afastado de um protagonismo claro e recolhendo as suas intervenções de forma irregular ou esporádica, predominantemente. Tendo em consideração a necessidade de perseguir determinados objetivos de audiências, ambas as televisões insistem em formatos de debate, discussão, entre comentadores e personalidades relativamente conhecidas no espaço público e mediático português, para além de uma inclinação expressiva em formatos sobre áreas temáticas como o futebol, além da política nacional e internacional e da economia.

²⁹⁰ Este canal de televisão é, na verdade, o mais recente destes três operadores. Nascido a 26 de fevereiro de 2009, este projeto parte do canal generalista TVI, sendo da propriedade da Media Capital e do Grupo Prisa. A TVI 24 assume-se como o quinto canal informativo português a ser lançado, depois da CNL, NTV, SIC Notícias e da RTP N.

2.4 O *Opinião Pública* como objeto de estudo

A inscrição do programa *Opinião Pública* na grelha da SIC Notícias coincidiu com o início das emissões regulares deste canal, a 8 de janeiro de 2001, contando na altura com a participação do então Presidente da República, Jorge Sampaio e com a apresentação do jornalista Guilherme Simões. Apesar de nesta altura o programa ser apenas emitido uma vez por dia, de manhã, existiam duas emissões diárias à data da produção deste texto. Desta forma, de segunda a sexta-feira, de manhã e a tarde, após os noticiários das 11h e das 17h, o *Opinião Pública* procura refletir sobre uma das matérias que marca o dia informativo, recorrendo à intervenção do público e aos comentários de um ou mais convidados, presentes no estúdio em Carnaxide (SIC Lisboa) ou em Matosinhos (SIC Porto). A moderação fica impreterivelmente a cargo de um jornalista da SIC, num regime rotativo, entre os quais surgem mais frequentemente Carla Jorge de Carvalho, Marta Atalaya, Marisa Caetano Antunes, Miguel Ribeiro, entre outros. Relativamente às modalidades de participação, são disponibilizados o telefone (214_161_147 e 214_161_148), as mensagens de correio eletrónico (opiniaopublica@sic.pt²⁹¹) e a caixa de comentários da página *online* do programa²⁹². Pontualmente decorre também um inquérito com votação por telefone. Quanto aos apelos à participação, podemos observar no *site* do programa, a seguinte mensagem²⁹³:

«A sua opinião conta! A SIC Notícias abre a antena durante cerca de uma hora à sua voz e ao seu comentário, sobre os temas que marcam a atualidade. Mas o debate começa já e prolonga-se aqui mesmo no *site* do *Opinião Pública*. Participe com o seu comentário nesta página. Pode ainda entrar em direto no programa da SIC Notícias, a partir das 17h, através dos habituais números de telefone 21 4161147 ou 21 4161148».

²⁹¹ Esta informação aparece apenas no ecrã. No *site* do programa não existe qualquer apontamento sobre esta possibilidade.

²⁹² Em [<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/opiniaopublica/>].

²⁹³ Na página do programa, nota ainda para as normas que devem nortear a participação naquele espaço. Neste sentido, a SIC demite-se de responsabilidades sobre a natureza dos comentários dos espectadores, além de «quaisquer perdas e danos ou prejuízos causados por qualquer falha de desempenho, erro, omissão, interrupção, eliminação, deficiência, atraso de funcionamento ou transmissão, vírus informático, avaria de linha de comunicação, roubo ou destruição ou acesso não autorizado, alteração ou utilização de registo».

2.4.1. Procedimentos habituais na preparação e condução do programa

Depois da caracterização formal do programa, procederemos à tentativa de descrever algumas situações que compõem a preparação do *Opinião Pública*, segundo uma observação *in loco* das rotinas que se estabelecem no programa. As emissões têm lugar nos estúdios da SIC, em Carnaxide, Lisboa, num dos vários *plateaux* do complexo onde se localiza a empresa. É ali que, duas vezes por dia, se reúne a produção do programa. Para além do *plateau* principal, onde está presente o jornalista que conduz a emissão, o(s) convidado(s) e o pessoal técnico de imagem, a maioria da produção do *Opinião Pública* concentra-se num pequeno espaço à boa maneira das *régies* de televisão, isto é, com pouca luz e rodeados por uma multiplicidade de aparatos técnicos que controlam elementos como a imagem e o som do programa. Este espaço contempla três setores essenciais: uma sala, a maior de todas, onde se reúne a produção; um pequeno compartimento dedicado à gestão do áudio e da imagem, onde normalmente está apenas um técnico; e um espaço, ainda mais exíguo, onde está colocado um telefone justamente para registar as inscrições dos telespectadores que pretendem participar no programa. Neste último encontrámos Linda Florência, então estagiária da SIC e mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade Nova de Lisboa, que se encarregou de explicar algumas das etapas fundamentais no processo de produção do programa²⁹⁴.

Apesar de estar há pouco tempo na produção do *Opinião Pública*, Linda já domina algumas das lógicas rotineiras da produção. Sempre que está destacada para a emissão da tarde do programa, a estagiária reúne, sensivelmente pelas 14h30, um conjunto de informações pertinentes sobre o tema, com imagens, notícias, estatísticas, etc., naquilo que dentro da redação designam por *dossier*. No entanto, a criação deste documento orientador pressupõe a definição de um determinado tema. Na emissão da manhã do programa, o tema é preparado de véspera, enquanto no da tarde a seleção decorre no próprio dia, em duas reuniões onde elementos da produção se encontram para abordar qual das matérias presentes na atualidade merece emergir à condição de tema do programa.

Após a definição do tema e da sua preparação, o momento chave reside na gestão da inscrição dos espectadores. Na mesa de Linda, observámos um conjunto ordenado de pequenos papéis, onde toma nota das principais informações sobre os inscritos: nome, idade, profissão,

²⁹⁴ A deslocação à SIC decorreu na tarde de 14 de Fevereiro de 2012, cerca de duas horas antes do início do programa até pouco depois de terminar. Pelo caráter rotineiro do programa, utilizaremos preferencialmente uma forma verbal do presente do indicativo, uma vez que estas dinâmicas não suscitam, à partida, substanciais alterações no dia-a-dia.

localidade e contacto telefónico. Pouco tempo antes de começar o programa Linda organiza estas informações por ordem de chegada, rodeada por quatro telefones. Aqui podemos considerar que vive aqui experiências curiosas. À medida que decorre o programa tem sempre quatro participantes em espera, prontos para entrar em direto caso alguma ligação telefónica seja interrompida. Apesar de não existir propriamente um critério fixo na seleção dos telespectadores que vão participar no programa, Linda confessa que, não obstante a sua pouca experiência, já consegue identificar e reconhecer a voz de algumas pessoas, evitando que algumas delas sejam sucessivamente escolhidas para intervir. Este conhecimento revela-se bastante útil para contornar um dos principais problemas com os quais se depara. Ao mesmo tempo que conversa connosco, esta situação acontece: «então, sr. X²⁹⁵, é esse o seu nome mesmo? Parece-me que estou a falar com o sr. Y...que costuma ligar para cá...», questiona, expressando uma suspeita. A necessidade de participar, muitas vezes impedida pela tentativa de a produção variar os intervenientes, leva a que diversos participantes alterem os seus dados pessoais para ultrapassar este filtro. No entanto, Linda destaca outros fenómenos recorrentes. Para a estagiária, existem alguns participantes que julgam estar na antena no momento da inscrição, pelo que começam por emitir, desde logo, as suas perspetivas sobre o tema. Outros telefonam apenas para saber qual o assunto tratado e, noutras circunstâncias, Linda incentiva à participação, mesmo quando alguns apenas se inscreveram para tomar conhecimento dessa questão. Por outro lado, a responsável da produção acredita que as pessoas ficam satisfeitas se sentirem que a SIC se esforça realmente por inclui-las na emissão. Por isso, existe um empenho para se justificar junto daqueles que não entrevistaram. Linda considera, por isso, que esta situação é bem acolhida pelo espectador. Por outro lado, percebe igualmente um certo sentimento de solidão que assola alguns dos participantes, devido ao elevado número de reformados inscritos diariamente. De qualquer modo, Linda não arrisca um perfil-tipo de participante, uma vez que varia essencialmente do tema. Por vezes, Linda vê-se forçada a alterar a ordem normal das inscrições, sobretudo quando recebe chamadas de personalidades com cargos políticos ou públicos com um interesse específico em participar.

A verdade é que a duração do programa acaba por ser curta para permitir a participação de todos os interessados. Quando Linda percebe que não vai conseguir colocar mais participantes no ar, decide não atender e registar mais telefonemas. Todas estas tarefas de gestão dependem dela, devidamente auxiliada por membros da produção mais experientes. Em

²⁹⁵ Não revelamos o nome por questões de privacidade relacionadas com a implementação do estudo.

casos, igualmente recorrentes, de intervenções telefónicas interrompidas por sinal fraco de rede ou outro fator alheio à produção, Linda tenta novamente inclui-los na antena, ainda que esse facto nem sempre seja possível. Relativamente à forma como os telespectadores entram no programa, existe a necessidade de dominar um conjunto complexo de procedimentos técnicos. Numa primeira fase, como já vimos, Linda regista as inscrições para, posteriormente, entrar em contacto com os inscritos tendo em vista a sua integração na antena. Depois, informa-os, individualmente, sobre as condições técnicas, nomeadamente pela necessidade de desligar o som da televisão e ouvir a emissão apenas através do telefone. De seguida, dirige-se ao compartimento à sua frente – a *régie* de áudio – onde está um técnico, aciona o botão que prende a chamada do telespectador para que, a partir desse momento, integre a lista de espera para a entrada em direto. Entretanto, desloca-se a outra sala anexa para ceder, num papel, as informações individuais registadas na inscrição. Nesta *régie* principal são colocados os dados no rodapé do ecrã, surgindo aquando da intervenção dos cidadãos. Este processo repete-se todos os dias, a cada intervenção dos participantes. Apenas na presença de um esquema de trabalho bem definido pode ser possível conciliar todas as sinergias, entre produção e técnicos de imagem e áudio.

Instalados, portanto, no momento em que o programa já está no ar, poderíamos enumerar uma série de aspetos que compõem a dinâmica do *Opinião Pública*. Depois da entrada do genérico, o/a jornalista apresenta o tema de um ponto de vista jornalístico, pelo que normalmente recorre a uma das várias reportagens que passaram na SIC Notícias sobre esse assunto. Finda a contextualização, incentiva a participação do público, lançando as questões principais e referindo as modalidades de participação. De seguida introduz o convidado, lembrando o seu enquadramento no âmbito do programa, nos termos da sua ligação ao tema. Neste ponto, assiste-se à sua primeira intervenção para, poucos minutos depois, se iniciar o escrutínio de opiniões dos espectadores, interrompido pelo(a) moderador(a) para novo comentário do convidado, que pode estar naquele ou noutro estúdio da SIC. Normalmente, retoma algumas das linhas de pensamento dos participantes pelo telefone, concordando ou rejeitando algumas dessas ideias.

Posteriormente a dinâmica segue um pouco este ritmo balanceado entre estes dois grupos. No final, o(a) jornalista pode, embora nem sempre isso aconteça, dar a conhecer os resultados do inquérito *online*, além de ler algumas mensagens que chegam através da participação no *site* ou por *e-mail*. Para Linda, o programa permite, *grosso modo*, a entrada, em

média, de 10 participantes pelo telefone, sendo que ao longo das suas intervenções existe um formato audiovisual que informa sobre o nome, a localidade de onde participa, a situação profissional e a idade, tal como demonstram as seguintes ilustrações:

Ilustração 4 – Exemplo da informação sobre os participantes pelo telefone



Fonte:

[http://2.bp.blogspot.com/_ForA_8Vwvyl/SGyanSKGUPI/AAAAAAAABsA/4LLpZugTzUY/s400/opiniao+publicasicnoticias.jpg]

Ilustração 5 – À esquerda, uma mensagem de correio eletrónico lida pela moderadora. À direita, a forma de participar no inquérito por telefone



Fonte: [<http://img195.imageshack.us/img195/4210/oramentodeestado2012.jpg>]

2.4.2 Análise das emissões observadas do *Opinião Pública*

Na consecução desta tarefa, definimos uma série de 10 emissões do *Opinião Pública*, em março de 2012²⁹⁶, apenas na edição da tarde. Deste modo, utilizamos uma análise que responde aos critérios definidos pela tabela 20²⁹⁷:

Tabela 20 - Itens na análise de observação do *Opinião Pública*

Item 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. Na participação <i>online</i> , apenas se pôde observar 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.
<i>Estatísticas do site</i>	Conjunto de informações na página do programa.
Convidados em direto no programa	Caracterização dos convidados/comentadores selecionados pela produção para intervir no programa.

Fonte: Elaboração própria.

2.4.2.1 Perfil dos participantes

Ao longo das 10 edições observadas, registámos 222 inscrições, à média de 22 por cada dia observado, e, tanto quanto foi possível averiguar, da globalidade de inscritos, 200 pertenceram a telespectadores únicos, isto é, a pessoas que não se inscreveram mais do que em uma ocasião²⁹⁸. Pelo contrário, 22 inscrições residiam em espectadores já inscritos anteriormente, contabilizando 9,91% em relação ao total. Quanto ao género dos inscritos (excluindo naturalmente as inscrições repetidas), verificámos a presença de 72,5% de homens

²⁹⁶ O calendário de observação das emissões encontra-se no Apêndice 20.

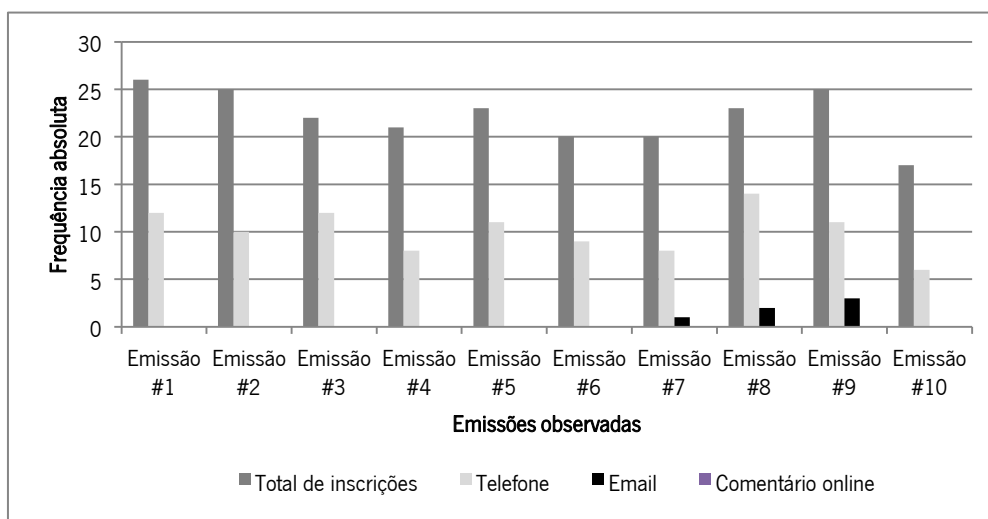
²⁹⁷ A perspetiva que aqui se apresenta resulta da análise global às emissões observadas constantes no Apêndice 21.

²⁹⁸ As inscrições a que nos reportamos referem-se, naturalmente, à participação através do telefone.

(145) e de 27,5% de mulheres (55). No que toca à globalidade de inscritos, podemos ainda sugerir alguns traços característicos. A situação profissional dominante é a dos reformados (61 casos), seguida de longe pelos 17 desempregados e por 12 domésticas. Em relação à situação profissional, encontramos 10 professores e 9 empresários, na lista dos mais representados. Tendo em conta que a média de idade dos inscritos reside nos 55 anos, a origem geográfica dos participantes é dominada por aqueles que participam desde Lisboa (29), do Porto (20), de Almada (9), de Braga (8) ou de Coimbra (7). Os homens que se inscreveram apresentam uma média de idades de 54 anos, variando entre os 25 e os 80 anos, ocupando preferencialmente as situações profissionais de reformado (46) e desempregado (10), participando de Lisboa, Porto e Coimbra (18, 13 e 7, respetivamente). Por sua vez, as mulheres que se inscreveram apresentam uma média etária mais baixa, nos 49 anos, variando igualmente entre os 25 e os 70 anos. As reformadas (15), domésticas (12) e desempregadas (7) dominam o espetro na situação profissional e a origem não varia muito relativamente aos homens, mantendo-se Lisboa como a principal fonte (9), seguida do Porto (7) e Almada (4).

O programa *Opinião Pública* contempla, na teoria, a possibilidade de participação através de diversas modalidades, através do telefone, do *e-mail* e do comentário na página *online* do programa. Deste modo, observamos no gráfico 15, o predomínio do telefone como ferramenta participativa mais frequente, em detrimento das modalidades *online* com uma expressão praticamente insignificante:

Gráfico 15 – A participação nas emissões observadas do *Opinião Pública*, de acordo com as modalidades disponibilizadas



Fonte: Elaboração própria.

Relativamente aos espectadores que tiveram voz no programa, independentemente do mecanismo de entrada, contabilizámos 107 participações (101 pelo telefone e 6 por *e-mail*), numa média aproximada de 11 participantes por emissão. Nas intervenções por telefone, apenas 10 das 101 registadas pertenceram a espectadores que já tinham participado uma vez, o que confere uma baixa taxa de repetição, na ordem dos 9,90%. Na entrevista de comentário a alguns destes resultados²⁹⁹, Carla Jorge de Carvalho, jornalista e habitual moderadora do *Opinião Pública*, sublinhou a sua surpresa por estes dados, uma vez que esperaria um número mais elevado: «houve uma altura em que tínhamos a inscrição, todos os dias das mesmas pessoas. [a produção] teve que impedir a intervenção desses espectadores. Eram capazes de participar em metade das emissões da semana»³⁰⁰.

2.4.2.2 Temas das emissões observadas

Seguindo uma leitura já referida anteriormente, consideramos a opção pela definição dos temas discutidos neste programa como uma mera interpretação contextual, dada a sua volatilidade e obediência aos percursos mediáticos que a atualidade do país sugere. Desta forma, a tabela 21 expressa a distribuição dessas abordagens ao longo das edições analisadas:

Tabela 21 – Temas e questões levadas aos espectadores nas emissões observadas do *Opinião Pública*

Emissão	Título	Área temática
Emissão #1	Reforma autárquica	Administração pública
Emissão #2	O clássico entre Benfica e Porto	Futebol
Emissão #3	Polémica QREN	Economia
Emissão #4	Dificuldades na obtenção de crédito	Economia
Emissão #5	O debate quinzenal	Política/Economia
Emissão #6	Cortes nos salários na Função Pública	Administração pública
Emissão #7	Um ano de mandato	Política
Emissão #8	Polémica Lusoponte	Política/Economia (Governo)
Emissão #9	Política energética	Política/Economia (Governo)
Emissão #10	Alargamento das ligas de futebol	Futebol

Fonte: Elaboração própria.

²⁹⁹ Para consultar a entrevista completa, Apêndice 27.

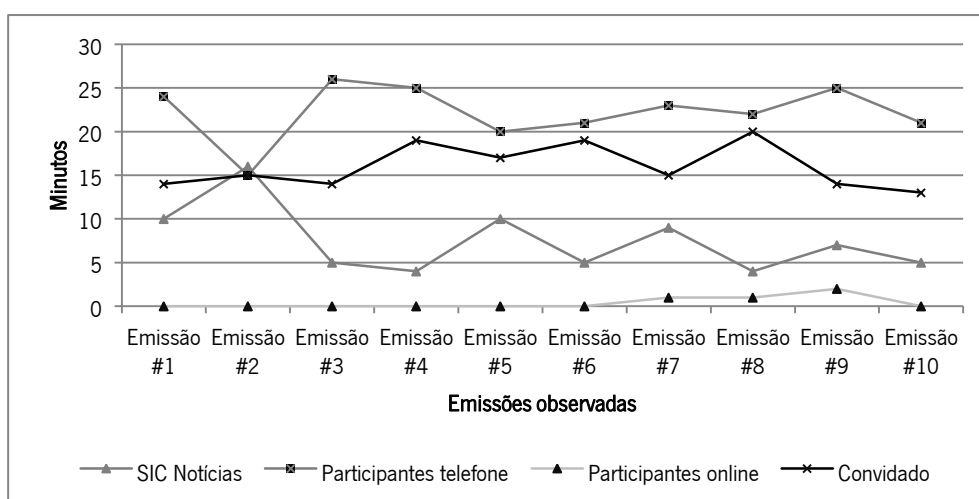
³⁰⁰ Parece-nos adequado advertir que a seleção desta amostra temporal pode ter enviesado estes resultados. De facto, ao concentrar a nossa observação em dez emissões seguidas permite que a repetição se atenuie e seja menos expressiva. Provavelmente se tivéssemos observado edições sem esta continuidade, teríamos percebido melhor esta questão. Contudo, defendemos que esta observação responde à necessidade básica de perceber, com um base diária e rotineira, a repetição dos espectadores e participantes.

Ora, na dificuldade de definir claramente os temas concretos das emissões, conseguimos identificar a política e a economia no plano das preferências (em seis programas), ultrapassando temas como o futebol e a administração pública, com dois programas cada. Tal como observámos no *Fórum TSF*, a incidência de assuntos políticos e económicos ocupam as principais definições temáticas deste formato televisivo, proporcionando até sua repetição no discurso mediático da SIC Notícias. Em todo caso, esta inclinação temática divide-se por diferentes abordagens, abordando situações específicas do momento do país.

2.4.2.3 *Timings* do programa

Este ponto regista alguns apontamentos horários do programa, entre o início e o fim das emissões, além da sua duração diária. Como já antecipámos, este programa começa logo após as notícias das 17h, pelo que durante a nossa observação, o seu início variou entre as 17h05 e as 17h12. A divulgação do programa, um dos pontos fundamentais para recolher um público amplo, não encontra uma estratégia regular e consistente. Para além de apenas pontualmente se conhecer o tema do *Opinião Pública* duas horas antes – após o noticiário das 15h –, a verdade é que mesmo nos circuitos *online* não se promove muito pouco o programa. No Twitter e no *site* do programa, apenas quatro das 10 emissões foram divulgadas. Por outro lado, analisando outra forma de perceber o tempo no programa, nomeadamente ao nível da distribuição dos minutos aproximados de intervenção, definimos a seguinte distribuição:

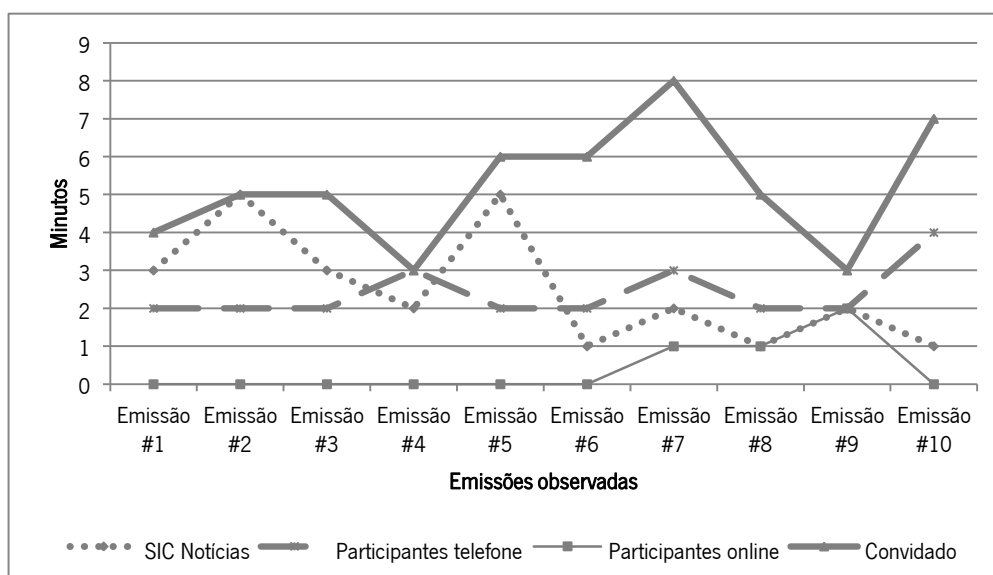
Gráfico 16 – A expressão dos elementos do programa em minutos, aproximadamente



Fonte: Elaboração própria.

Os participantes por telefone detêm a maioria do protagonismo em quase todas as edições, surgindo num patamar algo distanciados dos convidados. A diferença entre estes dois elementos não é propriamente regular, oscilando entre emissões em que estão próximos (emissões 5, 6 e 8) e as restantes em que se afastam. A expressão que é conferida aos participantes *online* varia entre a atenção nula na maioria das emissões e os poucos minutos em que o moderador ocupa o programa a ler as contribuições por essa via. Por sua vez, a SIC Notícias serve apenas de ponte entre os elementos intervenientes e a condução da discussão, embora na Emissão 2, se tenha verificado uma distribuição praticamente equitativa entre espectadores, comentador e moderador. Portanto, entre a primazia do público como elemento protagonista ao nível dos minutos ocupados no programas e a existência de um comentador que, devido ao facto de apenas contar com a sua presença, a estruturação do tempo no *Opinião Pública* acaba por ser fiel ao princípio de hegemonia da voz do espectador. Contudo, apesar de a globalidade de espectadores ocupar mais tempo no programa, são os comentadores que têm, individualmente, uma margem mais alargada para intervir, tal como indica o gráfico 17:

Gráfico 17 – Distribuição dos minutos que cada elemento teve, em média, para participar no *Opinião Pública*, aproximadamente



Fonte: Elaboração própria.

2.4.2.4 Estatísticas no *site*

Já aqui sublinhámos a falta de constância da produção em estabelecer uma política de comunicação regular nos terrenos *online*. Nas 10 emissões observadas, apenas se registou um ‘gosto’ no *link* para o Facebook da SIC Notícias onde surgiu o programa e apenas três comentários no *site*, que curiosamente não foram aproveitados para a antena. Na realidade parece que a pouca predisposição dos diversos moderadores em colocar no ar as contribuições que se efetuam nesse universo, acaba por desmotivar o próprio público, que se manifesta num nível absolutamente residual neste sentido. Partilhar no Twitter, Google + ou Facebook, recomendar e comentar são apenas opções, botões meramente estéticos e sem utilização sólida.

2.4.2.5 Convidados e comentadores no programa

Tendo em conta o papel dos convidados ou comentadores neste programa, talvez seja útil considerar algumas linhas que compõem a escolha e a atuação destes elementos. De uma forma geral, cada programa contou apenas com um comentador, exceção apenas numa edição em que estiveram presentes dois. Dos 11 comentadores observados nas 10 emissões (um repetido: o jornalista e editor executivo da revista Visão Filipe Luís), a quase totalidade são homens, tendo-se registado apenas uma mulher (Natália Nunes, do Gabinete de Apoio ao Sobre endividado da DECO). Em apenas uma emissão o convidado interveio a partir dos estúdios da SIC no Porto, enquanto nas restantes se deslocaram aos estúdios de Carnaxide, em Lisboa. Contrariamente ao *Fórum TSF*, este programa escolhe personalidades que não têm necessariamente ligação com o tema, uma vez que apenas 10 convidados são atores, ou seja, completam um quadro discursivo de agentes com responsabilidades decisórias sobre os temas tratados. Os restantes oito são observadores, a maioria jornalistas. Ainda assim, parece que os comentadores residentes têm uma expressão reduzida, pelo que a produção convidou, por oito ocasiões, personalidades que, quanto à ligação ao programa, surgem esporadicamente, não pertencendo à grelha de comentadores fixos do canal. Cada convidado dispôs, em média, de 15 minutos de intervenção por programa.

Questionada sobre este facto, Carla Jorge de Carvalho considera que a colagem do *Opinião Pública* ao modelo do *Fórum TSF* introduz um problema que ainda não foi resolvido

pelas estações de televisão, no que se refere a estes programas: «há um esforço em termos blocos de imagens que passam à medida da intervenção do espectador, mas mesmo assim não parece ser muito televisivo. No entanto, temos muitas participações». Ora, a presença do comentador, aqui tomado preferencialmente como observador, justifica-se para a moderadora como a opção menos complexa para a produção, uma vez que parece ser bastante difícil conseguir ter no estúdio os atores naquele formato.

2.4.3 À conversa com os participantes no *Opinião Pública*

No sentido de proporcionar uma reflexão alargada sobre o papel deste programa no âmbito das nossas reflexões, partimos para a administração de inquéritos por questionário aos participantes nas edições analisadas. Neste sentido, utilizámos uma metodologia de contacto semelhante à do caso anterior, nomeadamente através dos contactos telefónicos dos participantes que, desafiados pela produção, aceitaram responder a um conjunto de questões pelo telefone. Neste sentido, definimos uma série de variáveis que ajudam a compreender este grupo específico de espectadores³⁰¹:

2.4.3.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos

Contrariamente ao que se verificou no estudo anterior, a distribuição dos inquiridos quanto ao género apresenta-se neste caso mais equilibrada: 34 são homens e 13 mulheres, num total de 47 respostas. Relativamente à faixa etária, observemos a seguinte tabela:

³⁰¹ Veja-se o inquérito por questionário no Apêndice 22.

Tabela 22 - A idade dos inquiridos no *Opinião Pública*

Idade	Frequência absoluta
25-30	1
30-35	2
35-40	4
40-45	7
45-50	3
50-55	6
55-60	9
60-65	12
>65	3
Total	47

Fonte: Elaboração própria.

Estamos perante uma distribuição expressiva de indivíduos nas faixas etárias mais avançadas. Num conjunto de dados cuja amplitude varia entre os 25 e os 80 anos, a maioria dos inquiridos (30) tem uma idade igual ou superior a 50 anos. A classe mais representada fixa-se entre os 60-65 anos, com doze inquiridos. Quanto à idade média dos inquiridos, coloca-se nos 52 anos³⁰², enquanto os 61 anos resumem o valor modal.

Relativamente ao nível de instrução, existe um equilíbrio entre os que apresentam um percurso de formação superior e os que se ficaram por um patamar mais baixo. Deste modo, em 26 dos 47 inquiridos, o percurso não foi além dos ensinos primário (5), básico (2), 3º ciclo (4) e secundário (15), enquanto os restantes 21 participantes se dividiram pela licenciatura (12), bacharelato (3), mestrado (3), doutoramento (2) e pós-doutoramento (1). No que diz respeito à residência dos inquiridos, tal como indica o Mapa 3, podemos novamente observar uma distribuição de indivíduos do litoral do país, perante a inexistência de participantes de distritos do interior e até mesmo das ilhas:

³⁰² Arredondamento à unidade.

Mapa 3 – A residência dos inquiridos *do Opinião Pública* por distritos



Fonte: Elaboração própria.

Novamente regista-se a predominância clara de Lisboa (18) e do Porto (11). Neste caso, a diferença para os restantes distritos é ainda mais abismal, quando comparado com o exemplo anterior da TSF. Apenas Coimbra e Aveiro conseguem chegar aos três inquiridos, sendo Vila Real (1) e Castelo Branco (2), os únicos distritos do interior representados. De acordo com o NUTS II, temos como região mais representada a de Lisboa (parte da antiga Lisboa e Vale do Tejo, extinta), com 20 participantes, de seguida, o Norte com 12, o Centro com 17, e o Algarve com um inquirido.

A situação profissional dos inquiridos mereceu igualmente uma atenção particular, na medida em que a maioria se encontra no ativo. Trinta e seis participantes apresentaram uma profissão, enquanto 10 estão reformados e apenas um inquirido estava desempregado. No grupo de inquiridos em situação ativa, as profissões são variadas, contemplando 28 diferentes. Professor, com cinco nomeações, e enfermeiro, com três, foram as mais representadas³⁰³. Por

³⁰³ Com duas: advogado, delegado comercial e funcionário público Com uma apenas: bancário, comerciante, consultor, doméstica, empresário, engenheiro, gestor, vendedor, economista, operador de hipermercado, agente PSP, gestor hoteleiro, gráfico, secretária, jurista, diretor comercial, administrativo, desenhador gráfico, relações públicas, explicadora, agente da GNR e mecânico.

fim, o enquadramento do inquirido no que se refere à moldura de rendimentos do agregado familiar onde está inserido. Dentro das atividades profissionais assinaladas, podemos recorrer à uma tipologia elaborada pelo IEFP (Instituto do Emprego e Formação Profissional), já referida anteriormente: Pessoal dos Serviços e Vendedores (17)³⁰⁴; Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (15)³⁰⁵; Pessoal Administrativo e Similares (3)³⁰⁶; Trabalhadores Não Qualificados (1)³⁰⁷.

Em relação ao nível de rendimento do agregado familiar onde estão inseridos, a maioria (36) dos participantes revela que auferem um montante superior a dois salários mínimos, muito distante das nove pessoas que recebem um valor 'entre um e dois salários mínimos'. Outros dois inquiridos dividiram-se pelas opções 'um salário mínimo' e outro abaixo deste valor. Por fim, o nível de associativismo dos inquiridos concorre igualmente para o entendimento sociodemográfico que pretendemos caracterizar. Neste sentido, há um equilíbrio entre os que têm e os que não têm uma filiação associativa: 24 dos 47 inquiridos mostrou alguma ligação a clubes desportivos, partidos, clubes e/ou sindicatos. Neste grupo, 21 têm apenas um tipo de filiação, isto é, nove estão ligados a clubes de futebol³⁰⁸, cinco a partidos políticos³⁰⁹ e outros cinco a sindicatos³¹⁰. Contudo, cinco apresentam várias filiações, sendo os pares mais comuns 'clube-sindicato'³¹¹ e 'clube-partido'³¹², com três nomeações cada. Um inquirido é filiado num partido e num sindicato³¹³. Em termos globais, os clubes desportivos lideram a lista de maiores agregadores de associados nos inquiridos (13), seguidos dos sindicatos (9) e partidos políticos (7). Pronunciando-se justamente sobre a filiação, Carla Jorge de Carvalho acredita que, no caso das edições sobre futebol, todas as intervenções são motivadas por uma associação clubística desse nível. No que toca à política, a jornalista considera «que estamos a viver um tempo

³⁰⁴ Dois delegados comerciais, de resto, com uma frequência: bancário, comerciante, consultor, gestor, vendedor, operador de hipermercado, secretária, diretor comercial, administrativo, relações públicas, mecânico, gestor hoteleiro, gráfico, desenhador gráfico e explicadora.

³⁰⁵ Cinco professores, três enfermeiros, dois advogados. Com uma ocorrência, engenheiro, economista, agente PSP, agente da GNR e jurista.

³⁰⁶ Dois funcionários públicos e um empresário.

³⁰⁷ Doméstica.

³⁰⁸ Sport Lisboa e Benfica (3), Sporting Clube de Portugal (3), Futebol Clube do Porto (2) e Associação Desportiva Sanjoanense (1).

³⁰⁹ Partido Socialista (1), Partido Social-Democrata (3) e Os Verdes (1).

³¹⁰ Sindicato dos Bancários (2), Ordem dos Engenheiros (1), Indústria Transformadora de Papel (1) e Inválidos do Comércio (1). Embora a Ordem dos Engenheiros não configure necessariamente a designação tradicional de sindicato, resolvemos incluí-la neste conjunto por manter características idênticas a essa forma associativa.

³¹¹ Sporting Clube de Portugal e Sindicato dos Funcionários Públicos; Sporting Clube de Portugal e CGTP.

³¹² Râguebi Clube de Santarém, CDS-PP e Associação Nacional dos Bombeiros Profissionais; Sporting Clube de Farense e PSD.

³¹³ CDS-PP, Associação dos Espoliados do Ultramar e Sindicato Nacional do Ensino Superior.

diferente. Até há uns dois anos, 60% das participações era politicamente motivadas. Agora perdeu-se um pouco disso, mas há, pelo menos, uma afinidade ideológica, Percebo, isso sim, um maior antipartidarismo».

2.4.3.2 Contacto dos inquiridos com a SIC Notícias

Depois de termos procedido à caracterização sociodemográfica dos inquiridos, deslocamo-nos para a forma como os participantes se relacionam com a SIC Notícias. Desta forma, considerámos diversas modalidades de contacto com o canal, tentando perceber se os inquiridos alguma vez já tinham desenvolvido mecanismos intrínsecos de interação com a estação televisiva, que vão para lá da mera receção passiva de conteúdos. Excluindo, naturalmente, a participação no *Opinião Pública*, a maioria dos participantes nunca desenvolveu qualquer forma de contacto com a SIC Notícias. Contrariamente a estes 31 inquiridos, 16 revelaram já ter interagido com o canal: um por carta, seis por *e-mail*, cinco pelo telefone e outros quatro por telefone e *e-mail*. Tentando conhecer um pouco melhor a natureza deste contacto, percebemos aqui claramente que a intervenção que partiu intrinsecamente do cidadão nem sempre configurou uma necessidade de auxiliar a produção jornalística do canal. Por isso, sublinhemos estes pontos de acordo com a modalidade do contacto:

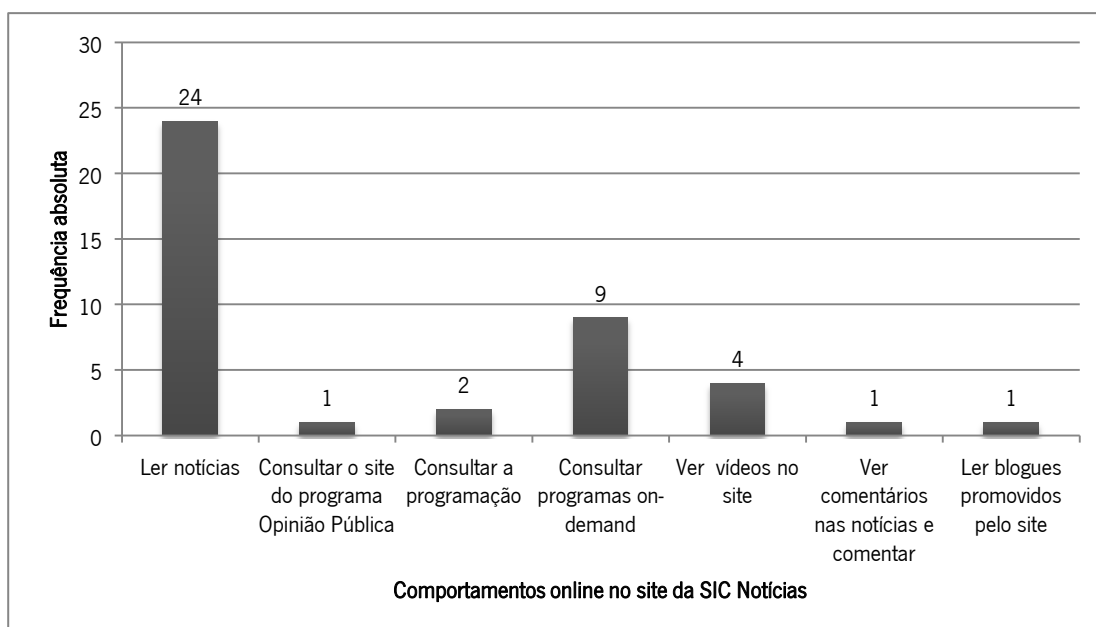
i. por correspondência postal: a única pessoa que utilizou este meio tentou sugerir um assunto/tema para uma eventual reportagem da SIC Notícias, num contacto realizado apenas uma vez.

ii. por *e-mail*: a plataforma de contacto mais utilizada (10 registos) serviu para apresentar sugestões de reportagem, tal como no exemplo anterior, em cinco participantes. Dois revelaram que usaram este meio para questionar os critérios editoriais do canal, e os restantes três dividiram-se pela participação no programa *Tempo Extra*, o exercício do direito de resposta e um pedido de participação num programa, no estúdio. Estes contactos realizaram-se apenas uma vez.

iii. por telefone: serviu essencialmente para motivos relacionados com o pedido de informações sobre a grelha de programa da SIC Notícias (4), ainda que três tenham utilizado esta via para contestar alguns critérios editoriais e outros dois sugerido temas para eventuais reportagens. Apenas um inquirido revelou tê-lo feito por esta via, uma vez por mês.

iv. pelo *site* da SIC Notícias, entendida aqui como uma modalidade de contacto, ainda que não se preste especialmente a auxiliar a produção jornalística do canal. De facto, pouco mais de metade dos inquiridos admite já ter consultado a página *online* da estação (27). Quanto à frequência dessa ‘ligação’, apenas três revelam que o fazem ‘todos os dias’ e dois ‘a maior parte da semana’. Por isso, conclui-se que esta interação não apresenta níveis elevados de regularidade, uma vez que oito inquiridos confessaram que visitam esta página ‘muito raramente’, em igual número aos que advogam que a frequentam apenas ‘uma vez por mês’³¹⁴. Atentemos, agora, nos comportamentos que regem esta interação, de acordo com o seguinte gráfico 18:

Gráfico 18 – Os comportamentos *online* dos inquiridos do *Opinião Pública* no *site* da SIC Notícias



Fonte: Elaboração própria.

Claramente são as notícias que conduzem o maior número de ações dos inquiridos. A consulta de programas que já passaram na antena (*on demand*) também ocupa um lugar preferencial no topo das preferências dos inquiridos. Os comentários às notícias, a leitura de blogues ou ainda a consulta da página do programa aqui analisada mantêm uma margem quase irrisória de preferência.

³¹⁴ Cinco participantes sublinharam ainda que visitam a página *online* da SIC Notícias ‘uma a três vezes por semana’ e um comentou que ‘apenas uma vez’ a consultou.

2.4.3.3 Relação dos inquiridos com o *Opinião Pública*

Os inquiridos pronunciaram-se sobre o ano aproximado em que assistiram, pela primeira vez, ao programa. Depois de analisar os dados, parece que este grupo se formou recentemente, na medida em que 18 dos 47 inquiridos assiste ao programa desde 2011. A partir dessa referência temporal, encontrámos outras distribuições, nomeadamente entre 2010-2007, que reuniu 17 participantes, entre 2006-2001 (9)³¹⁵. Tendo em conta este mapa de inquiridos que se divide por um auditório mais recente e outro mais antigo, tentámos conhecer, por outro lado, o nível de regularidade com que assistem ao programa e neste caso a distribuição já não foi tão homogénea. Vinte e quatro inquiridos admitem que veem o *Opinião Pública* 'duas a três vezes por semana', enquanto nove vê 'todos os dias'. Oito veem apenas 'uma vez por semana', três 'quatro vezes por semana' e apenas três assistem numa frequência inferior a uma vez por semana.

Contrariamente ao exemplo da TSF em que as mulheres praticamente estiveram ausentes da amostra, na SIC Notícias o caso parece ser diferente, o que poderá levar à utilização dessa variável. Com efeito, quanto a este acompanhamento do programa, homens e mulheres, na sua maioria, coincidem no mesmo intervalo temporal, 'entre duas a três vezes por semana'. Boa parte dos homens (8) vê o programa 'todos os dias', uma opção seguida apenas por uma mulher. De resto, quanto à frequência com que veem o programa, tendo por referência o nível de escolaridade, inquiridos com educação escolar até ao secundário dominam, na totalidade, o auditório que vê o programa 'todos os dias'. De um ponto de vista genérico, a concentração mais expressiva verifica-se nos licenciados (6) que veem entre 'duas a três vezes por semana'. Por fim, numa perspetiva mais segmentada, os três bacharéis e mestres coincidem no último intervalo temporal referido. Do ponto de vista da filiação, como sugere a tabela 23, os inquiridos que mais regularmente acompanham o *Opinião Pública* são os que apresentam uma ligação a sindicatos e a clubes, com ligeiro destaque para estes últimos sobretudo nas três categorias mais regulares (11 filiados em clubes, 8 em sindicatos/outros):

³¹⁵ Três inquiridos não conseguiram precisar o ano de referência concreto.

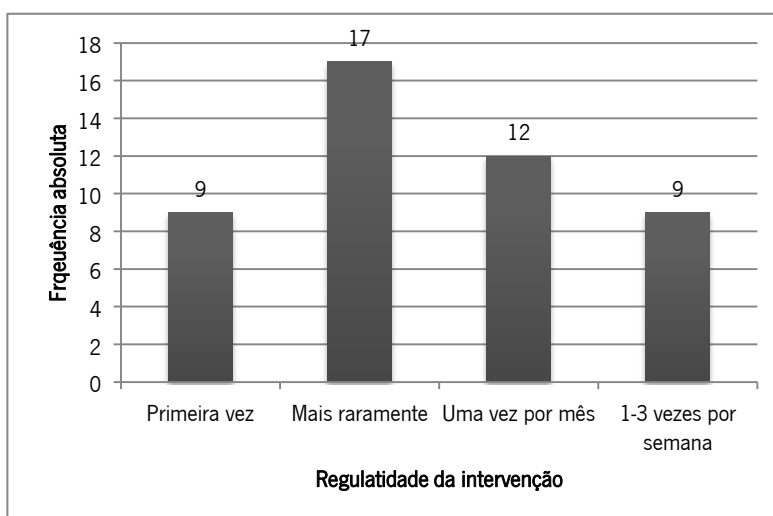
Tabela 23 – A frequência de acompanhamento do programa confrontada com a filiação dos inquiridos do *Opinião Pública*

Filiação	Frequência com que acompanha o programa em direto					Total
	Menos do que uma vez por semana	1 vez por semana	2-3 vezes por semana	4 vezes por semana	Todos os dias	
Clube	0	3	7	1	3	14
Partido	0	1	7	0	0	8
Sindicato/outros	0	2	3	1	4	10
Total	0	6	17	2	7	32

Fonte: Elaboração própria.

Neste auditório misto, que combina os participantes mais regulares e outros que assistem há relativamente pouco tempo, além de uma maioria que vê todas as emissões do programa, restava indagarmos, a este propósito, a frequência com que efetivamente participam pelo telefone. Ora, o gráfico 19 pode ajudar a ilustrar convenientemente esta matéria:

Gráfico 19 – Regularidade da intervenção dos inquiridos no *Opinião Pública*



Fonte: Elaboração própria.

A participação esporádica domina, tendo em conta uma certa intervenção semanal. Ainda assim, notamos a presença de nove inquiridos que participam com bastante regularidade, pelo menos ‘uma vez por semana’, mas que pode ir até três vezes nesse período. Doze admitem, todavia, que intervêm apenas ‘uma vez por mês’ e nove referem que aquela foi a

primeira ocasião em que tiveram oportunidade de participar em direto. Considerando igualmente outras formas de intervenção no programa, a quase totalidade dos inquiridos nunca participou através de mensagem eletrónica (40), existindo apenas o registo de três pessoas que participaram ‘uma vez’ através deste meio, duas ‘mais raramente’ e a outra ‘uma vez por mês’. A pouca utilização destas plataformas associadas ao *online* nota-se ainda mais na intervenção no *site* do programa, uma vez que 42 inquiridos nunca participaram por esta via, sendo que três intervieram ‘mais raramente’ e apenas dois ‘uma vez por mês’. Mesmo no inquérito que está aberto ao longo do programa, cuja votação decorre por telefone, apenas dois participaram ‘mais raramente’, em sinal oposto aos 45 que nunca intervieram por esta via. A frequência de participação no programa poderá ser entendida à luz de outras variáveis (tabela 24):

Tabela 24 – A frequência na participação do programa cruzada com o género dos inquiridos do *Opinião Pública*

Género	Frequência com que participa no programa em direto				Total
	Primeira vez	Mais raro do que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma a três vezes por semana	
Masculino	7	12	8	7	34
Feminino	2	5	4	2	13
Total	9	17	12	9	47

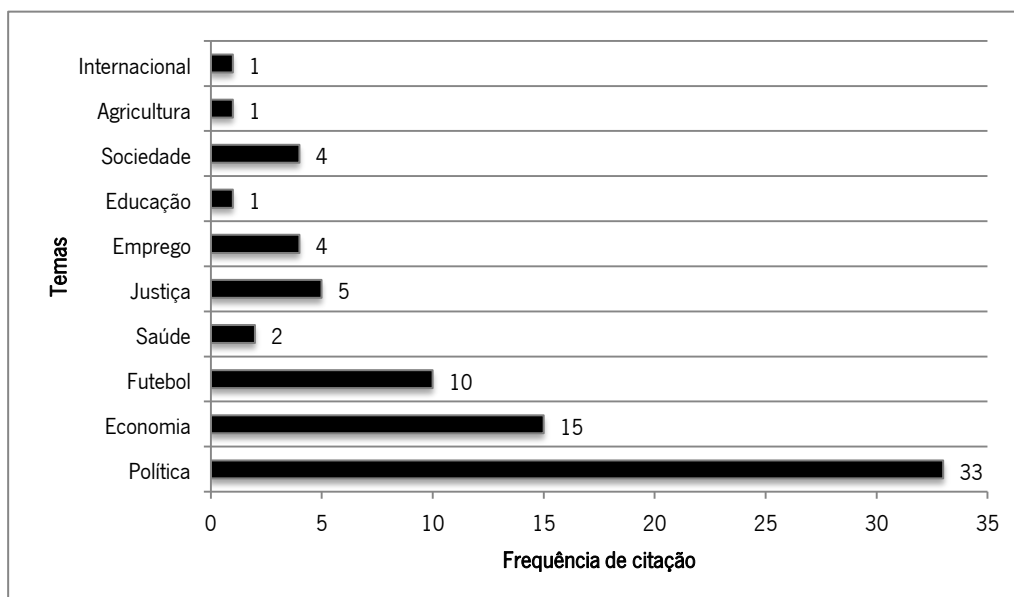
Fonte: Elaboração própria.

Nas duas faixas temporais mais frequentes, a presença masculina sobrepõe-se em relação à feminina (15 perante 6). A participação das mulheres, ainda que em presença menos expressiva do que a dos homens, parece distribuir-se de forma equilibrada, embora o carácter esporádico dessa participação seja mais evidente no telefone. Aliás, ao nível desta modalidade de participação, e tendo em conta a intervenção mais regular no programa, são os filiados em clubes e sindicatos/outros que marcam uma maior presença, quatro e três, respetivamente. Contudo, de uma forma geral, a filiação mais registada na participação ao telefone não se distancia da apresentada anteriormente: 14 de clubes, 10 de sindicatos/outros e oito de partidos. Cruzando com a situação profissional, a participação mais frequente (‘uma a três vezes por semana’) associou-se a participantes empregados, onde verificámos dois reformados. No que se refere às outras modalidades de participação, o *e-mail* parece ser dominado maioritariamente por homens (4), onde a tendência clubística surge novamente como a filiação

mais comum. O mesmo acontece no género dos participantes via *site* do programa, apesar de neste caso a filiação predominante recair nos sindicatos/outros. Esta forma de associativismo domina a última forma de participação considerada, a votação no inquérito por telefone (duas de clubes e outras duas de partidos). Apenas dois homens intervieram através desta modalidade³¹⁶.

Já por diversas ocasiões referimos a importância que a escolha do tema sugere à criação de um determinado público participante e até mesmo daqueles que não intervêm. Recorrendo ao auxílio do seguinte gráfico, tentaremos compreender onde residem as preferências dos inquiridos quanto aos temas de debate no programa:

Gráfico 20 – Os temas preferidos dos inquiridos do *Opinião Pública*



Fonte: Elaboração própria.

Na verdade, a inclinação pela política (33 referências) e economia (15) não recorda mais do que a tendência temática do programa em debater assuntos sensíveis a estas áreas, como vimos na análise diária a respeito desta questão. Futebol (10), justiça (5), emprego e sociedade (com 4 registos cada) colocam-se apenas num patamar secundário. Esta inclinação revela-se constante na variável género, na medida em que 25 homens e sete mulheres seleccionaram esta mesma opção, como é visível na tabela 25:

³¹⁶ Cruzando com a situação profissional, a participação mais frequente ('uma vez por mês') na participação através do *e-mail*, do *site* e da votação no inquérito por telefone associou-se, quase em exclusivo, a participantes no setor ativo.

Tabela 25 – Temas preferidos no programa pelos inquiridos do *Opinião Pública*, pela variável género

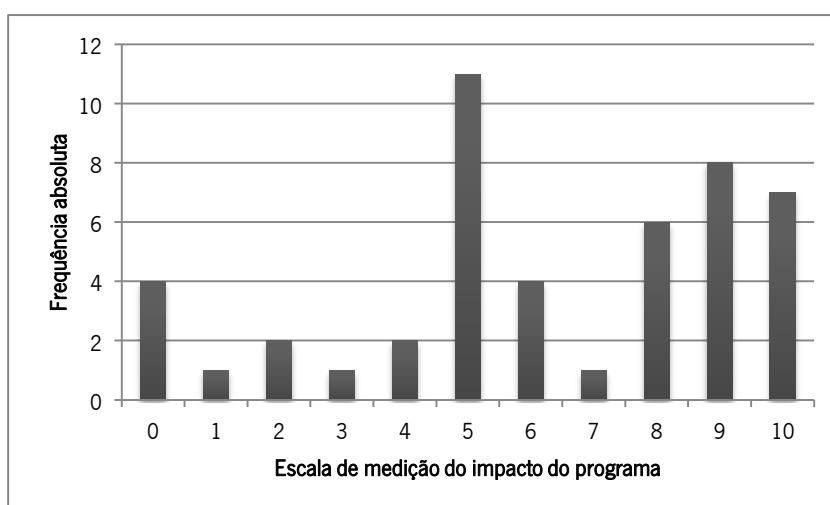
Tema	Feminino	Masculino	Total
Política	7	25	32
Economia	1	2	3
Futebol	0	2	2
Autarquias	0	1	1
Saúde	2	0	2
Justiça	2	0	2
Emprego	0	2	2
Educação	1	0	1
Sociedade	0	1	1
Agricultura	0	1	1
Total	13	34	47

Fonte: Elaboração própria.

A diferença quanto às preferências parece abismal entre o terreno político e as restantes. A economia e o futebol (nos homens) e a saúde e justiça nas mulheres permanecem apenas num plano mínimo. Contudo, se cruzarmos as preferências de temas com a filiação, obtemos dados eventualmente interessantes. A maioria dos filiados em clubes aponta novamente para a política (10) como tema preferido, uma opção seguida pelos associados em partidos (5), além da economia (3). A tendência manteve-se idêntica na preferência dos restantes filiados, em sindicatos/outro (6). De facto, a pouca dispersão das preferências obriga a uma certa convergência de resultados pouco distintos, mesmo depois do cruzamento de certas variáveis. Na situação profissional que subjaz à identificação dos temas preferidos, verificámos que os ativos (23) seguem a política, bem como a quase totalidade de reformados entrevistados (8) e até dos desempregados. Os ativos mostram ainda preferências por economia (9) e futebol (5). Os reformados selecionaram ainda o futebol (2) e um a política. Dos dois desempregados, um escolheu ‘política’ e outro ‘sociedade’. Por último, quanto à filiação, associados em clubes tendem, como seria expectável, a sublinhar o futebol (3), além de temas que versam sobre economia (2). Filiados em partidos optaram por sugerir, maioritariamente, a economia (3), tal e como nos pertencentes a sindicatos/outros (5 inquiridos).

Questionados sobre a importância do *Opinião Pública* como formato decisivo na promoção de um impacto político, social e cultural, os inquiridos responderam ao desafio especulativo de assinalar, numa escala numérica de 0 a 10, o valor que melhor entendem para ilustrar essa influência. Para tal considera-se a seguinte distribuição:

Gráfico 21 – O nível de impacto do *Opinião Pública*, medido pelos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

De acordo com uma escala definida em três níveis, tal como no caso anterior, podemos constatar que os inquiridos acreditam no poder influenciador do programa em diversas áreas da vida social. Na categoria do 'impacto visível', onde se concentra a maioria (26 em 47), os participantes selecionaram valores elevados, sendo que nos últimos três níveis encontramos 21 desses inquiridos. Apesar desta inclinação por valores positivos, o nível intermédio reuniu o maior número de espectadores (11), enquanto na atribuição de um impacto reduzido se fixaram apenas 10 inquiridos. Ainda nesta escala, a nota 6 resumiu o valor médio das notas atribuídas pelos espectadores.

Cruzando esta variável com outras, parece, de uma maneira geral, que homens como mulheres se mostram favoráveis a um impacto positivo do programa. Se quisermos ainda ser mais rigorosos, podemos sugerir que, em termos percentuais, as mulheres são mais otimistas na influência do *Opinião Pública* do que os homens³¹⁷. A maior concentração de respostas consolidou-se, nos homens, no ponto intermédio (10 inquiridos), enquanto as mulheres classificaram com maior frequência o nível máximo, em quatro inquiridas³¹⁸. A filiação dos inquiridos pode igualmente sugerir apontamentos úteis a esta análise. De uma forma geral, todos os associados acreditam no impacto positivo do programa, embora possa variar de expressão. Deste modo, filiados em clubes dispersam-se por um impacto bastante positivo,

³¹⁷ Variação percentual do impacto positivo por género: 76,48% (homens) e 76,94% (mulheres). Variação percentual do impacto negativo por género: 23,53% (homens) e 15,38% (mulheres).

³¹⁸ Homens: impacto reduzido – 8, intermédio – 10 e positivo – 26. Mulheres: impacto reduzido – 2, intermédio – 1 e positivo – 10.

nomeadamente das notas 8 a 10, onde se concentram oito dos 14 inquiridos deste grupo. Nos associados a partidos, a tendência parece ser mais equilibrada: dois no impacto negativo, outros dois no moderado e quatro no positivo. Filiados em sindicatos/outras permanecem numa tendência de impacto positivo, já que sete em nove se fixaram nessa categoria. Por fim, ainda do ponto de vista da situação profissional, a atribuição de um impacto positivo parece igualmente recolher uma aprovação, independentemente da categoria de desempregado, reformado ou ativo. Os mais cétricos serão porventura os ativos, apesar de apenas oito em 36 ter assinalado valores baixos no impacto produzido pelo programa. Ao ler estes dados, Carla Jorge de Carvalho considera que

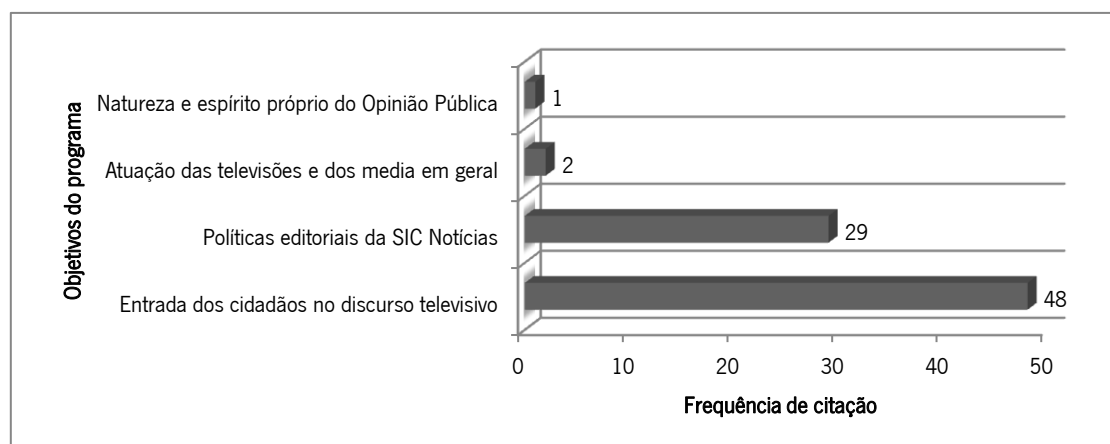
«houve uma altura em que parecia que se anunciavam as medidas, testando a aceitação popular para depois legitimar a sua implementação. Às tantas isso hoje ainda acontece. Muito pontualmente poderá ter influência. O que me parece mais evidente é que muitas pessoas que participam fazem-no na expectativa de que alguém que decide no terreno as ouça e possa mudar algum aspeto. Isto parece-me permanente».

Em relação ao grau de satisfação dos inquiridos em relação ao *Opinião Pública* existe, de facto, uma margem elevada de inquiridos genericamente satisfeitos com o programa. A modalidade desta satisfação é, porém, distinta, na medida em que o grupo mais notado (20 inquiridos) se mostrou ‘bastante satisfeito’ com a lógica e funcionamento corrente do programa. Doze demonstraram estar ‘extremamente’ satisfeitos, mais um dos que apenas selecionaram a opção ‘satisfeito’. Três revelaram indiferença em relação a esta matéria, isto é, nem satisfeito, nem insatisfeito³¹⁹. Consideremos ainda a importância que os inquiridos atribuíram aos comentadores presentes no programa. Em traços genéricos, reconhece-se a este grupo de intervenientes uma certa credibilidade (32 inquiridos), embora a intensidade com que assinalaram este facto seja distinta entre si: 16 atribuem ‘alguma’ credibilidade, 12 escolhem o termo ‘bastante’ e apenas quatro perspetivam neles ‘toda’ a credibilidade. Cinco inquiridos manifestam a sua indiferença quanto à credibilidade destes indivíduos e nove não lhes conseguem perceber qualquer legitimidade (oito referem ‘pouca’ credibilidade e apenas um ‘nenhuma’)³²⁰. Por último, seguindo ainda esta lógica de proximidade entre os inquiridos e o programa, quisemos igualmente perceber junto deles que justificações encontrariam para que a SIC Notícias promova diariamente um formato com o *Opinião Pública* (gráfico 22):

³¹⁹ Uma pessoa não conseguiu escolher uma alternativa de resposta.

³²⁰ Um inquirido não conseguiu responder a esta questão.

Gráfico 22 – Os objetivos da SIC Notícias na promoção do *Opinião Pública*, por categorias de resposta



Fonte: Elaboração própria.

Dispostos por diversas categorias, os motivos elencados pelos participantes revelam uma certa abrangência e complexidade já notada no exemplo anterior da TSF³²¹. Com efeito, mais de metade das considerações efetuadas (48 em 80) refere-se à entrada dos cidadãos no discurso televisivo promovida pela estação. Para estes inquiridos, o *Opinião Pública* presta-se fundamentalmente a auscultar a opinião dos espectadores (15 registos assinalados). Por outro lado dentro desta categoria, 10 considerações definiram a necessidade deste meio em conhecer a opinião dos portugueses sobre um determinado tema e seis apontaram para a urgência de incluir o cidadão anónimo que não tem oportunidades regulares de se expressar nos média. Curiosamente neste grupo, apenas um registo para a intenção de promover a discussão sobre o tema do dia, numa justificação que nos parece de certo modo elementar, mas que reuniu poucas constatações pelos inquiridos. Por outro lado, os espectadores focaram-se na atuação editorial da SIC Notícias em 29 citações³²². Neste contexto, nove considerações defenderam a necessidade de informar os cidadãos, coincidindo com a etiqueta de programa informativo e quatro explicaram que a estação pretende aprofundar os temas. Num último patamar de categorias graficamente menos expressivas, sublinhamos ainda a conotação do programa com a génese do canal, sublinhada apenas por uma pessoa e outras duas que especularam sobre uma eventual lógica mimética da estação, em produzir conteúdos semelhantes aos que atualmente existem noutros canais.

³²¹ A generalidade destes entendimentos encontra-se no Apêndice 23.

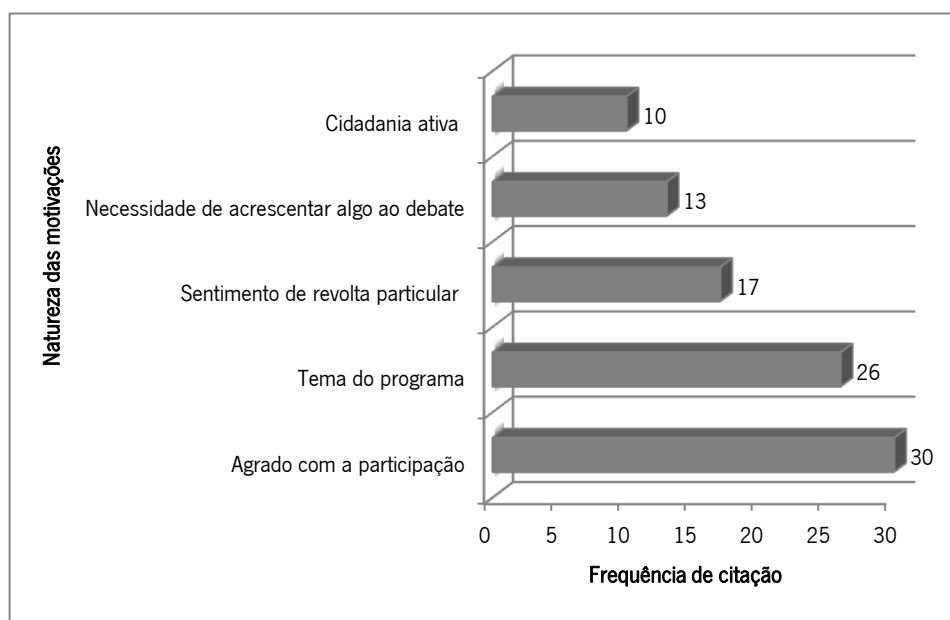
³²² Na verdade, muitos destes pontos podem colidir, uma vez que a entrada dos cidadãos na antena da televisão só é possível na presença de uma produção que se preste a esse propósito. Ainda assim, julgámos conveniente assinalar o núcleo principal do entendimento do inquirido, procurando balizar o mais fielmente o motivo exato defendido.

Neste contexto, Carla Jorge de Carvalho referiu na entrevista um ponto que escapou à análise dos inquiridos. Na verdade, tendo a possibilidade de ocupar a grelha da programação com um programa como o *Opinião Pública*, a SIC consegue ter um formato com baixos custos de produção e que pode encaixar em qualquer momento, referindo, por isso, que só assim podem fazer uma edição no dia 1 de janeiro ou em feriados, por exemplo: «a verdade é que o fazemos e depois corre bem, temos audiências. Num dia sem notícias é muito bom ter um espaço deste tipo».

2.4.3.4 Motivações e constrangimentos na participação dos espectadores

Já referimos o nível central que concedemos às motivações e aos constrangimentos da participação dos cidadãos nos média. Importa, por isso, avaliar a natureza destas dimensões que se relacionam com os movimentos participativos, concretizados no *Opinião Pública*. Atentemos, por conseguinte, nas categorias de motivação mais citadas, através do gráfico 23:

Gráfico 23 – As motivações para participar no *Opinião Pública*, pelos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

Percebemos novamente que a participação sugere uma determinada afeição, gosto particular, ao mesmo tempo que a temática debatida parece ser fundamental. Embora se note

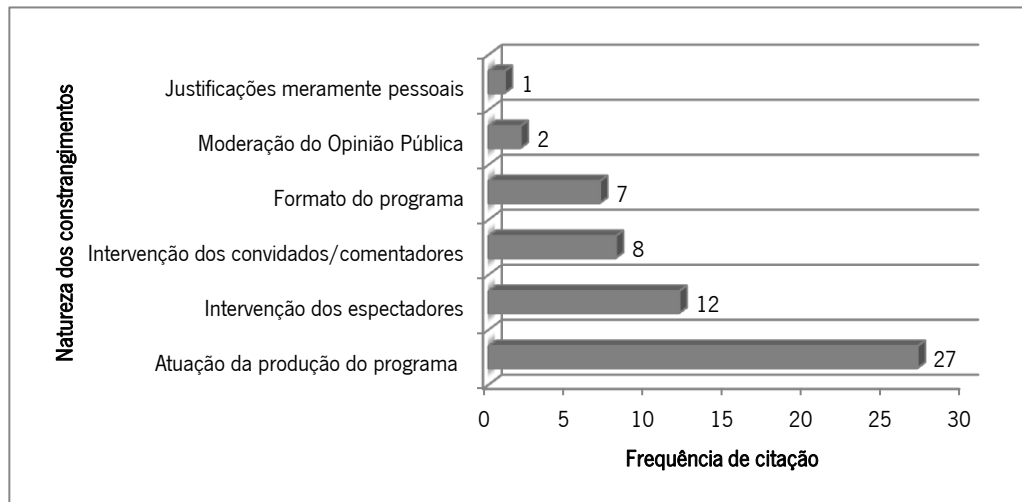
um certo equilíbrio nas categorias de resposta, a inclinação que aproxima os espectadores de um sentimento próprio positivo e pessoal reúne 30 das 98 motivações apresentadas na globalidade. Neste contexto, entre as mais expressivas encontramos doze justificações que se dirigem para o agrado em dar uma determinada opinião sobre temas da atualidade, enquanto cinco denunciam o gosto em sentir-se atualizado. Ora das 26 justificações que se basearam justamente no assunto em reflexão como motivo principal para intervir no programa, 18 consideraram o tema interessante, por isso decidiram participar. Quatro sentiram-se confortáveis em discutir o assunto, uma vez que dispunham de conhecimentos sobre o tema. Três revelaram ainda que o tema lhes afetava diretamente, tendo apenas admitido que o nível de polémica que o assunto envolve foi decisivo para intervir.

A manifestação de um sentimento de revolta reuniu 17 considerações, focadas no país como um todo (6) e nos governantes (5). A necessidade de acrescentar algo ao debate também recolheu uma fatia importante de considerações (13) e, no nível mais reduzido, as questões relacionadas com um certo sentido de cidadania ativa, de sete que sublinharam a necessidade de os cidadãos marcarem uma presença ativa nos espaços mediáticos, dois que referiram a importância do programa ao contrariar a pouca quantidade de espaços de participação existentes³²³. Sobre estes dados, a entrevistada acrescenta um outro: a solidão. Embora lhe pareça duro que alguém assuma com frontalidade a participação motivada por esse fator, a verdade é que, esta motivação parece estar disfarçadamente presente neste cenário: «noto isso, sobretudo nos programas da manhã. Das poucas vezes que as pessoas me abordam na rua porque me reconhecem do programa, sinto a necessidade de muitas em partilhar aspetos da sua vida pessoal. Ora, para falar do orçamento de estado isso não será necessário».

Relativamente aos constrangimentos associados à participação, na ótica dos participantes, 31 dos 47 inquiridos apresentou uma crítica, comentário menos positivo ou dificuldade pessoal para participar. Para entendermos melhor esta questão, recorreremos novamente a uma análise textual através de uma questão de resposta aberta, a partir da qual se extraíram os seguintes resultados, conforme explica o gráfico 24:

³²³Para consultar a generalidade das motivações, consultar o Apêndice 24.

Gráfico 24 – Os constrangimentos inerentes à participação no *Opinião Pública*, pelos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

O âmbito das críticas levantadas pelos inquiridos levou à elaboração de seis categorias que explicam as dificuldades que os participantes sentem para desenvolverem maiores níveis de participação no programa. De uma maneira geral, a atuação da produção do programa, no que toca à gestão de diversos elementos conducentes à realização do *Opinião Pública* e a intervenção dos espectadores reúnem um maior número de apontamentos. Quanto ao primeiro item, num total de 27 citações, as mais expressivas denunciam a recorrência com que a inscrição não significa uma integração no programa (8 casos), além da eventual escolha dos convidados com pouca relação com o tema ou do pouco tempo concedido aos espectadores para participar, com cinco registos³²⁴. No segundo grupo surge o curioso exercício de termos registado as críticas dos inquiridos em relação ao desempenho de outros espectadores e participantes (12 justificações). Neste caso, os mais assinalados reportam a um inclinação para os participantes pelo telefone se desviarem do assunto em discussão (5) ou do nível de reflexão pouco crítica e satisfatória (3)³²⁵. Depois, a intervenção dos convidados (8 comentários), entre um

³²⁴ Neste ponto, os inquiridos alertaram ainda para a participação *online* que é pouco eficaz para a discussão no programa. Carla Jorge de Carvalho mostrou-se consciente desta questão e considera que o principal problema neste caso refere-se aos poucos meios humanos que a produção tem em seu dispor para colocar no ecrã as opiniões emitidas por *e-mail* ou no *site*. Admitindo ainda que a participação por essas vias seja reduzida e de pouca qualidade, parece, em todo caso, que a promessa inicial de integração do espectador por estas vias não representa mais do que uma possibilidade estética.

³²⁵ Ainda poderíamos incluir a questão sublinhada dos ouvintes que expõem os seus casos pessoais. Para Carla Jorge de Carvalho, «o exemplo clássico é o do desemprego, em que temos pessoas que relatam os seus casos. Contudo, para mim isso é notícia também, é informação, ainda que tenhamos que gerir isso com bom senso e moderação. Não vou esconder, às vezes estou quase com a lágrima no olho. O desemprego não é apenas os 15,6%, é também aquela pessoa que está ali aflita».

suposto comentário longo (3), a eventual pouca isenção que manifestam ou até a reflexão que promovem possivelmente pouco correta e rigorosa, ambos justamente com dois.

Num patamar de constrangimentos menos sinalizados, o formato do programa (7), onde podemos destacar o argumento de que o programa pode não representar o modelo clássico do debate (2) ou mesmo a pouca visibilidade que ocupa na alteração da vida das pessoas (3). A moderação do programa, com dois apontamentos, e uma justificação meramente pessoal (a de um inquirido que referiu não acreditar que altere nada com a sua opinião) foram igualmente tidas em conta. A moderadora do programa segue esta leitura, destacando a necessidade que sente por parte dos inquiridos em ter mais tempo de intervenção ou até do excessivo tempo dos convidados:

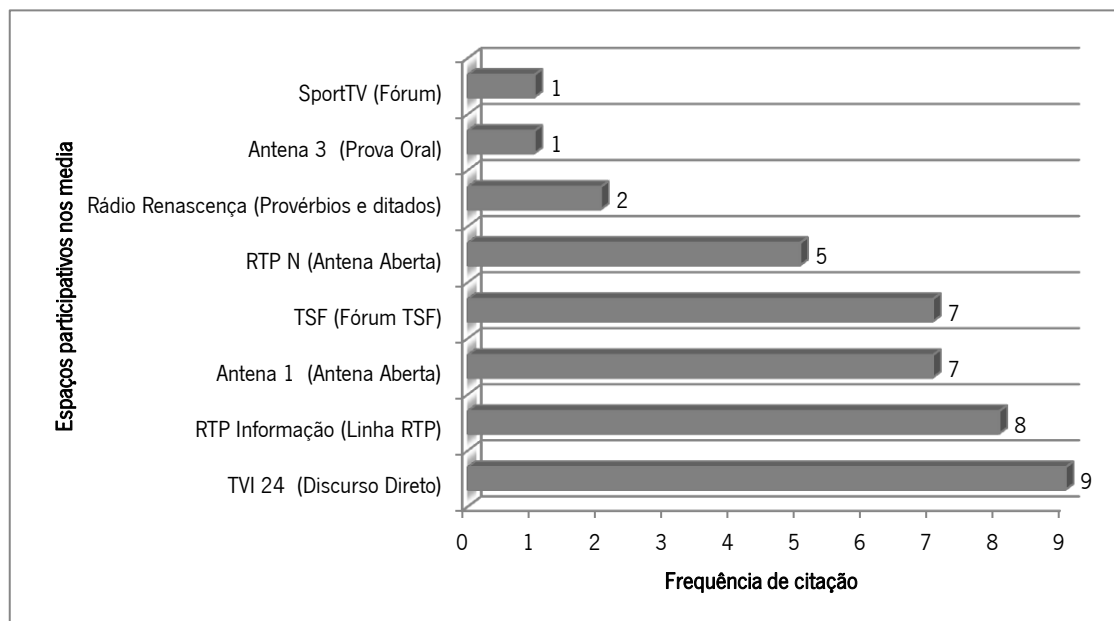
«a natureza das opiniões pouco construtivas, o pouco tempo para falar parecem-me as hipóteses mais comuns. Já aconteceu algo ao qual sou alheia, mas por vezes surgem presidentes de câmara, responsáveis políticos que são integrados no plano dos espectadores, provocando as reações de pessoas que dizem: 'não sei por que este senhor falou agora no programa, quando já tem tantas oportunidades para falar em público'».

2.4.3.5 Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média

Registou-se um empate entre aqueles que já participaram em formatos de opinião pública na rádio ou televisão e os que apenas se ficaram pela intervenção no *Opinião Pública*. As trajetórias destes 23 inquiridos encontram-se definidas no gráfico 25³²⁶:

³²⁶ Um inquirido não soube responder concretamente a esta questão.

Gráfico 25 – A participação em formatos participativos mediáticos, pelos inquiridos do *Opinião Pública*



Fonte: Elaboração própria.

Ora, se no exemplo do *Fórum TSF* sugerimos uma certa fidelidade dos inquiridos em participar em espaços radiofónicos, aqui podemos observar o mesmo caso, aplicado à televisão. Com efeito dos 40 espaços participativos assinalados, 23 referem-se ao meio televisivo e apenas 17 à rádio. Neste caso, as preferências recaem na TVI 24 (*Discurso Direto*), logo seguidos dos extintos *Linha RTP* e *Antena Aberta*, no canal de notícias da RTP. Na rádio, a tendência é menos expressiva, com o *Fórum TSF* e a *Antena Aberta* a surgirem destacadas. Compreendendo um pouco melhor a intervenção noutros espaços participativos, podemos observar que os filiados em clubes (6) e partidos (5) lideram este particular segmento, onde os associados sindicais também marcam presença (3). A modalidade de jornalismo preferencial destes inquiridos parece ser a televisão, na medida em que se registaram 26 intervenções nos ecrãs, perante 15 na rádio, o que poderá sugerir que os participantes nestes formatos tendem a replicar a sua participação em formatos televisivos, isto é, semelhantes no conteúdo e na forma.

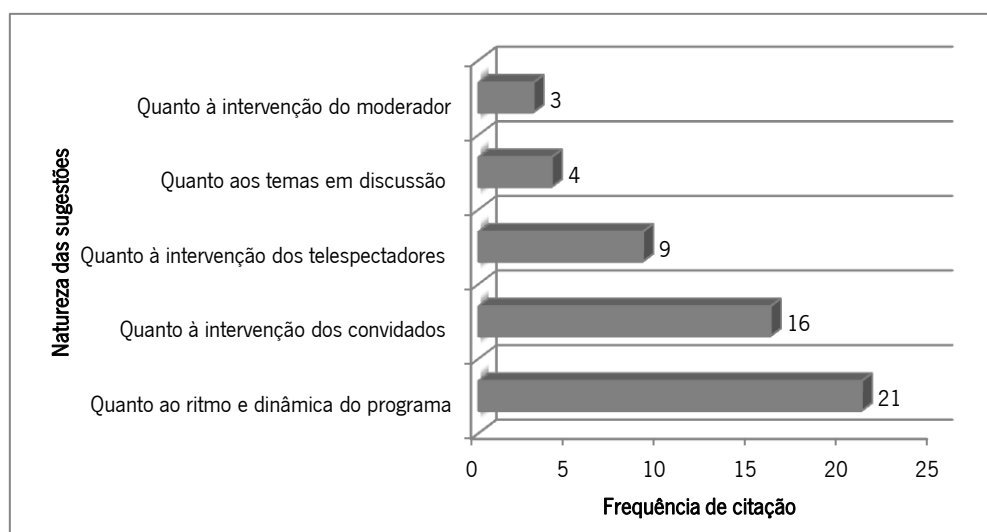
2.4.3.6 Entre o presente e o futuro do *Opinião Pública*

Por fim, nas questões de encerramento do questionário, comprovámos o apoio dos inquiridos a este tipo de programas, na medida em que a quase totalidade observou a

necessidade de os média continuarem a promover formatos semelhantes ao estudado. Por outro lado, quando confrontados sobre a possibilidade de a crise económica nacional potenciar maiores níveis de participação, 45 não duvidaram da crescente disposição dos portugueses para ativamente desenvolverem intervenções nos média, no segmento de uma insatisfação perante o contexto português de recessão financeira. Dois inquiridos preferiram não estabelecer uma relação entre estas duas variáveis.

Relativamente à última questão, as reflexões dos inquiridos debruçaram-se sobre eventuais sugestões a considerar para aperfeiçoar o programa. Nem todos os inquiridos consideraram que existem aspetos a trabalhar pela produção do *Opinião Pública*, uma vez que 12 dos 47 inquiridos não quiseram acrescentar qualquer comentário a este respeito. Ainda assim, 35 participantes conseguiram fornecer um total de 65 sugestões que abrangem uma diversidade de argumentos apresentados, presentes no gráfico 26:

Gráfico 26 - Sugestões apresentadas pelos participantes



Fonte: Elaboração própria.

De um total de 53 sugestões³²⁷, uma substancial parte dirige-se para o ritmo e a dinâmica do programa (21), em que podemos destacar o pedido para aumentar a sua atual duração de uma hora (7), além da multiplicação de formatos como este (4). A intervenção dos convidados motiva genericamente 16 sugestões, entre uma diminuição do tempo que lhes é destinado para comentar, exigindo uma maior isenção a esses elementos ou até possibilitando a

³²⁷ Para consultar todas as sugestões: Apêndice 26.

presença de um cidadão anónimo neste contexto (todas com 4 ocorrências). Depois num patamar menos expressivo, a intervenção dos participantes por telefone (9), em que seis defendem o alargamento do tempo que lhes deveria ser destinado ou a inclusão de mais espectadores. Por último, os inquiridos sublinham a necessidade de discutir outros temas (4 citações) e de o moderador realizar uma intervenção mais dura junto das intervenções que são eventualmente politicamente incorretas, numa categoria que juntou apenas três comentários.

Ao interpretar algumas destas considerações, Carla Jorge de Carvalho acrescenta que algumas pessoas pedem que o programa passe na antena da SIC generalista. De qualquer modo, a jornalista não prevê alterações ao modelo corrente no imediato, ainda que sublinhe a necessidade de uma reunião da produção para repensar algumas questões, relacionadas com a integração do espectador pelo *online*, a função e seleção dos convidados, entre outras. Contudo, demarca-se do entendimento relativamente à seleção dos temas: «mesmo ao nível das chefias, os temas são agora melhor enquadrados. Quanto ao alargamento a mais espaços e mais tempo aos participantes, creio que não há indicações para mudar nesse sentido». A moderadora considera ainda que não existe a urgência em adotar um estilo que resuma as opiniões dos espectadores, uma vez que o programa pretende abrir caminhos para reflexão e apontar poucas conclusões: «por isso vejo este programa como um exercício de jornalismo, de aprender e conhecer mais sobre algo. O programa é, muito basicamente, aquilo que os espectadores quiserem dele».

3. As *Cartas do Leitor* como porta de entrada dos cidadãos na imprensa: o caso do Jornal de Notícias

No sentido de completar a perspetiva global que pretendemos discutir, no que diz respeito a espaços de participação do cidadão no jornalismo nacional, partimos para o caso da imprensa. Na verdade, a relação entre os leitores e os jornais confunde-se com os primórdios da implementação da imprensa no espaço público, sob as mais variadas formas. Neste sentido, podemos considerar que as cartas dos leitores estiveram, de algum modo, omnipresentes em todo este processo evolutivo e histórico.

A trajetória das cartas como espaço presente na imprensa conheceu um incentivo particularmente significativo após a massificação do jornalismo que decorreu a partir de meados do século XIX. Como sugere Marisa Torres da Silva (2009), diversas situações concorreram, de algum modo, para a proliferação da correspondência postal de uma forma genérica e no caso dos média, em particular. No século XVI, a acentuada troca de correspondência promoveu-se justamente pela maior facilidade de realização de viagens, à qual se associa o melhor funcionamento dos correios, permitindo a intensificação dos fluxos de informação. Esta seria a altura que prepararia a emergência dos primeiros jornais do século XVII, os 'corantos'³²⁸, impressos de forma esporádica e irregular. Estes primeiros média publicavam algumas cartas de indivíduos com intenções sobretudo comerciais. A partir de 1830, a imprensa começa a ser vendida a baixo custo, proporcionando a produção em série, o que motivaria o agrado das multidões das grandes cidades. Os jornais deslocavam-se assim de um elitismo associado à formação académica ou ao poderio económico para um novo público com menos instrução e que era satisfeito mais facilmente (da Silva, 2012). A comercialização da informação conviveu, nesta altura, no cenário de esbatimento das fronteiras entre o público e o privado, ao mesmo tempo que o discurso de figuras 'anónimas' começava a dispor de outra credibilidade, reportando discursos vernáculos e autênticos (Wahl-Jorgensen, cit. em da Silva, 2012). Aliás, como recorda Karl Kraus (cit. em Oliveira, 2007), cedo se conjeturou para a imprensa os perigos que a esfera económica poderia introduzir na forma como os jornalistas trabalhavam. A invasão da publicidade nos jornais, dependendo fortemente de um poder económico, financeiro, acompanhados de concentrações de verdadeiras corporações megalómanas de imprensa poderia, para Kraus, afetar o pluralismo e a liberdade de expressão. A verdade é que paulatinamente os jornalistas se tornaram indispensáveis à consciencialização de uma cidadania ativa, apesar de Kraus (cit. em Oliveira, 2007) ter denunciado que o jornalismo atingiu uma posição tal que, de algum modo, se assistiu à imposição de impunidade e irresponsabilidade destes agentes. Não obstante as margens de incerteza que tentavam atacar a essência do trabalho da imprensa, a verdade é que esta modalidade acabaria por vencer um certo conservadorismo social, uma evolução que Dominique Wolton (2003) justificaria através de alguns argumentos, entre eles o facto de a liberdade de imprensa se ter tornado num dos objetivos da comunidade internacional, respondendo positivamente aos anseios de quem defendia que a mundialização da informação só poderia ser alcançada na presença de uma

³²⁸ Expressão que deriva do termo inglês '*current*', significando atual, corrente, novo.

imprensa desenvolvida e entroncada. Este desenvolvimento promove a aparição de indústrias da informação e da comunicação, sugere Wolton, cada vez mais atentas ao desenrolar do processo político e da sua ligação cada vez mais estreita na interação com os públicos.

A incorporação do público no discurso da imprensa crescia na Europa. Em França, os quatro principais jornais da época adotariam espaços que proporcionavam ao leitor a escrita em estilo conversacional e fluido (da Silva, 2012). Esta ‘imprensa de opinião’ começaria cedo a atrair-se pelo terreno da política, ainda que em 1711 o jornal inglês *Spectator* já se dedicasse a um espaço onde os críticos de política poderiam expor as suas considerações. Apesar de nos seus inícios os jornais pretenderem inscrever nestes espaços as opiniões de líderes destacados ou mesmo de personalidades reconhecidas publicamente, a evolução da história da imprensa deixaria de tomar este facto como uma obrigatoriedade. Além de permitir a integração do cidadão anónimo, a imprensa passaria a desempenhar um prolongamento da conversa do café, como sugeriu Filipe Carreira da Silva (cit. em da Silva, 2012). Neste contexto, o *The New York Times* foi o primeiro jornal a publicar uma carta de um leitor num espaço inteiramente dedicado à opinião dos cidadãos, a 18 de setembro de 1851, apenas cinco dias após o seu lançamento. No caso português, seria o *Expresso* a optar por esta mesma via a 18 de dezembro de 1972, seguido dos exemplos do jornal *A Capital*, já em finais de 1973, com a rubrica *Opinião Pública*³²⁹.

Partindo deste breve enquadramento histórico, fomos igualmente seduzidos pela necessidade de compreender a generalidade de espaços participativos que são promovidos pela imprensa portuguesa, ao longo das suas páginas em papel. Num plano exploratório sobre este tema, conversámos com alguns jornalistas que sublinharam o papel residual que as edições impressas conferem à participação ativa dos leitores, com a exceção das cartas. Josep Capdevilla defendia que os jornalistas preferem apostar na participação na *web*, para corresponder às novas e recentes tendências de interação entre o público e os média. No caso do jornal desportivo onde trabalha, Capdevilla referia que «a participação em papel, basicamente, pode verificar-se em duas colunas onde reproduzimos um inquérito que teve lugar na nossa página na Internet, os seus resultados e alguns comentários feitos pelos utilizadores». Núria Llop, do jornal *El Periódico*, considerou que a mobilização para o *online* resultou numa despreocupação dos responsáveis editoriais pela multiplicação de formatos participativos para as edições em papel.

³²⁹ A nível mais esporádico, o *Diário Popular*, o *República* ou o *Diário de Lisboa* publicavam também rubricas deste tipo, desde 1974, em formatos semelhante ao da atualidade.

Ora, partindo da longevidade do percurso das cartas na imprensa, confrontada com o paradoxo especulativo e atual que sugere a pouca expressão de espaços dinamizados pelos leitores nos jornais, partimos para a concretização de algumas destas questões de investigação num estudo de caso específico, com as *Cartas dos Leitores* do Jornal de Notícias.

3.1 O Jornal de Notícias em observação

Reconhecido por ser um dos diários mais antigos do país, o Jornal de Notícias (JN) nasceu no Porto, em 1888. Pertencendo a uma empresa privada, o JN integra a Controlinveste, um dos maiores grupos de média portugueses, com títulos na imprensa, rádio e televisão, além de um conjunto de participações em empresas com atividade na área da publicidade, comunicação multimédia, produção de conteúdos e *design*. O *site* do JN nasceria em 1999³³⁰.

À data deste estudo, o projeto do JN era dirigido por Manuel Tavares, mantendo-se fiel a uma relação estreita com o poder e as dinâmicas locais, igualmente focalizados em instituições e atividades desportivas regionais. Na realidade, as origens do JN estão profundamente relacionadas com a história política portuguesa (Santos, 2012). De acordo com Sousa (1988), a criação deste jornal nasceu de um conjunto de políticos do Partido Regenerador Liberal, que tentou promover as suas ideias políticas lutando contra os progressistas que tinham a sua concentração mais expressiva no Porto. A sua missão enquadrava-se no apoio das questões mais importantes para a classe operária (Santos, 2012), optando, desde então, por uma linha editorial popular, num jornalismo de maior proximidade com as populações mais dispersas dos grandes centros urbanos.

3.2 Espaços participativos nas páginas da imprensa portuguesa

Este ponto inaugura a nossa observação particular à imprensa nacional, concretizada no caso do Jornal de Notícias. Desta forma, registámos os diversos formatos que, ao longo do ano de observação de 2012, se dedicaram a proporcionar a contribuição ativa dos leitores no processo de produção jornalística. Focamo-nos, portanto, no conjunto de espaços dinamizados pela intervenção exclusiva dos leitores. Ora, no caso do JN, a versão em papel do jornal parece não dispor de muitos formatos que se encaixem no objetivo pretendido. Na verdade, apenas as

³³⁰Em [www.jn.pt].

Cartas do Leitor operam neste sentido, diariamente. Percebemos ainda que sazonalmente são publicados formatos com as fotografias das férias dos leitores, sobretudo apelando a um espírito veraneio que se dedica apenas a mostrar retratos dessa época balnear.

Num olhar que pretendemos sumário, mas abrangente, localizamos agora outras publicações semelhantes ao JN, no sentido de aferir se, eventualmente, este cenário participativo se repete ao longo de outras páginas. Deste modo, o Correio da Manhã (CM) aposta em formatos distintos. Os resultados de um inquérito realizado no dia anterior na página do diário na Internet são publicados na edição em papel, diariamente. Por outro lado, ao longo de uma página destacam-se espaços como: *A sua opinião*, em que são publicados excertos de contribuições escritas dos leitores, identificados pelo nome e localidade; *Fórum online*, que recupera algumas das opiniões veiculadas pelos cidadãos nas notícias publicadas na edição *online*; *Perto de si*, que contempla fotografias e respetivas legendas sugeridas pelos leitores, além de informações e notícias que os próprios recolheram e ainda outros pedidos (angariação de fundos, ações de solidariedade, eventos, etc.). Estas colaborações chegam à redação do CM por correspondência postal ou por *e-mail*, com o curioso facto de o jornal se predispor igualmente a recolher queixas dos leitores e interpelar diretamente as entidades responsáveis sobre o assunto em questão³³¹. De referir ainda que, tal como no JN, o jornal pede aos leitores que enviem fotografias dos locais onde se encontram a passar férias no verão, publicando algumas delas durante os meses desta época.

Quanto ao Diário de Notícias (DN), a edição em papel revela uma secção própria para as cartas do leitor, recebendo as contribuições escritas através de correio postal ou por endereço postal. Tal como se observa naquela coluna, «o DN reserva-se ao direito de editar, resumir e só publicar cartas de leitores identificados», pelo nome e localidade. Normalmente, esta secção vem acompanhada de uma coluna mais pequena, colocada mesmo ao lado desta, destinada às mensagens via telemóvel que o jornal recebe. Seguindo as mesmas exigências de identificação, o diário dedica esse espaço a opiniões curtas dos leitores. Relativamente ao PÚBLICO, o jornal também dedica uma secção diária às cartas do leitor, e, ainda que num outro nível de regularidade, coloca alguns dos comentários realizados pelos leitores nas notícias da edição *online* do dia anterior, tal como o CM. Estas contribuições podem chegar via endereço postal ou

³³¹ Pode ler-se no topo da página: «Quer dar notícia de uma situação que ninguém resolve? Este é o seu espaço. O Correio da Manhã irá confrontar as entidades competentes com as suas reclamações. Também queremos ajudá-lo a encontrar familiares ou amigos de quem perdeu o rasto. E se souber de alguma novidade que mereça ser do conhecimento de todos, não hesite, escreva-nos. Faça-nos chegar as suas queixas, notícias, fotos e opiniões através de carta, telefone ou *e-mail*. Queremos que o Correio da Manhã seja cada vez mais o seu Correio».

pelo correio eletrónico. Por último, o diário I, o mais recente dos jornais de informação geral com circulação paga escolhidos para esta análise, não acrescenta substanciais alterações ao que já foi descrito anteriormente. No que toca à edição em papel, o jornal não demonstra qualquer estratégia que permita a colaboração do leitor. Nem o formato tradicional das cartas merece uma atenção particular, pelo que a ausência da voz autónoma do cidadão surge como nota dominante ao longo das suas edições em papel.

3.3 As *Cartas do Leitor* como objeto de estudo

Animados pelo pressuposto da aposta continuada e diária dos média nas cartas, partimos para a observação das *Cartas do Leitor* como modalidade discursiva dinamizada pelos leitores e editada pelo JN. Este carácter histórico contrasta com a pouca expressão no plano da investigação e reflexão realizada no contexto académico e científico. Em Portugal, por exemplo, pouca atenção tem sido dada à problematização que a entrada dos leitores suscita neste caso.

De acordo com Marisa Torres da Silva, cujo trabalho de pós-graduação tem insistido bastante nas contribuições escritas dos leitores em diários de informação generalistas de circulação gratuita e paga, o espaço das cartas recupera «uma reminiscência de diálogo público, uma forma própria de debate público, no qual se efetua um debate crítico-racional sobre problemáticas diversas» (2007: 189). As dúvidas quanto à natureza do conteúdo e discurso promovido pelos cidadãos neste espaço levam a algumas reservas quanto ao tipo de debate sugerido anteriormente, em linha com uma proposta sensível a autores como Habermas. Por isso, sublinha a investigadora, o âmbito de atuação das cartas habilita-se preferencialmente a prestar um serviço aos interesses generalizados de um conjunto de indivíduos, em detrimento de uma ação discursiva estratégica. Para Habermas, as condições que validam o discurso residem na sinceridade e legitimidade (Dias, 2007). Por outro lado, seguimos o argumento defendido por José Queirós, que terminou em fevereiro de 2013 o mandato Provedor do Leitor do PÚBLICO e que acredita no futuro das cartas, num jornal de referência. Numa nota publicada pelo Provedor, na página do Clube de Jornalistas na Internet³³², José Queirós admitia receber inúmeras opiniões por parte dos leitores, que atribuíam às cartas um espaço de leitura obrigatória e interessada:

³³² [<http://www.clubedejornalistas.pt/?p=5717>, acedido em 15/04/2012].

«são os próprios critérios para a ocupação de um espaço de acesso limitado, a que se acede pela qualidade da escrita e da argumentação, pela pertinência e oportunidade do tema abordado, que motivarão uma apetência de leitura bem distinta da que é gerada pelo também útil, mas muito diferente e geralmente menos qualificado, do debate instantâneo nas caixas de comentários das edições online».

Nos países anglo-saxónicos, onde a designação comum aponta para *Letters to the Editor*, as cartas «continuam a ser uma secção prestigiada e influente nos jornais, ainda que possam não ter hoje o peso que já tiveram na construção da agenda do debate público», afirma Queirós. O depoimento publicado pelo Provedor torna-se útil, no sentido em que ensaia algumas das dificuldades que sentem os cidadãos neste espaço, o que pode igualmente antecipar alguns dos constrangimentos que tentaremos recolher junto dos participantes. Seguindo as reclamações feitas pelos leitores, Queirós refere que os principais problemas incidem no espaço curto concedido às cartas, nos apertados critérios de seleção, no privilégio que o jornal supostamente concede ao publicar insistentemente os textos de determinados cidadãos e, por último, nas queixas dos leitores que se afirmam revoltados por não obterem qualquer justificação do PÚBLICO sobre os motivos que levaram à não publicação das suas cartas.

Ora, contextualizando as nossas reflexões ao espaço das *Cartas do Leitor* do JN, podíamos defini-lo como um formato de auscultação popular através da escrita que se confunde com a longa história deste diário. No momento da redação deste texto, Lúcio Brandão responsabiliza-se pela seleção das cartas publicadas. Como o próprio referiu numa entrevista que serviu de comentário a este estudo³³³, o jornal não dedica mais do que duas colunas a este espaço, contrastando com antigas opções editoriais que dedicavam uma página inteira aos textos dos leitores. Brandão destaca importantes constrangimentos financeiros que, entre 2010 e 2011, obrigaram a uma reformulação no trabalho de todas as secções do jornal, tendo em vista a redução de conteúdos para 48 páginas, um número considerado escasso para o volume de trabalho dos jornalistas, sustenta o responsável. Esta é, em suma, uma «página fria», como intitula o entrevistado: «a escolha das cartas para o jornal de amanhã já está feita desde ontem». Relativamente à forma como recebem as cartas, o jornalista admite um câmbio profundo nesta relação. Ora, na atualidade o JN dificilmente publica textos de cartas manuscritas. Atualmente, por uma questão de facilitação de procedimentos dentro da estrutura da redação, concede-se privilégio absoluto aos textos que chegam ao *e-mail* destinado para este efeito (*leitor@jn.pt*). Brandão admite que este importante fator prejudica os leitores que ainda continuam a enviar

³³³ A entrevista na íntegra encontra-se no Apêndice 32.

cartas escritas à mão para o jornal, lembrando o caso de idosos que correspondem a grande parte do público-alvo do JN e que não conseguem intervir através desta participação *online*. Contudo, o jornalista defende que a natural evolução das redações, sobretudo na vertente tecnológica e digital, resultou a que agora não se opte por colocar um profissional do jornal a datilografar um texto de um leitor, num comportamento considerado desnecessário e moroso. Para além disso, o jornalista sublinha a ilegibilidade de algumas caligrafias e ainda a dificuldade em compreender o sentido correto de determinadas cartas, de explanação confusa das ideias.

No que se refere ao modo de seleção das cartas, Lúcio Brandão, que está responsável por esta tarefa desde 2008, justifica que, tal como se observa no *site* do JN, esta missão terá de ser confiada a um jornalista experiente no sentido de velar pela «boa educação, sã convivência, bom senso» dos discursos produzidos nas cartas. Para o entrevistado é fundamental conhecer-se algumas das estratégias menos dignas promovidas por alguns leitores para tentarem participar neste espaço: «recebemos mensagens de *e-mail* de um leitor que fala bem de si próprio, elogia a qualidade dos seus textos, remetidas de um endereço que não tem nada a ver com o nome dele». Por outro lado, a atualidade não se assume, à partida, no critério decisivo para a publicação, antes o espírito crítico, o nível da escrita e a argumentação.

3.3.1 Leitura das cartas observadas³³⁴

Inspirados, pois, por algumas das linhas que compõem esta discussão, partimos para a reflexão concreta sobre as *Cartas do Leitor*, do Jornal de Notícias, de acordo com determinados critérios. Em primeiro lugar, decidimos analisar a totalidade das cartas publicadas pelo JN ao longo do mês de fevereiro de 2012, no sentido de coincidir, aproximadamente, com a implementação dos inquéritos por questionários aos participantes neste espaço³³⁵. Deste modo procederemos a uma análise que varia entre duas modalidades: formal/global, que analisa aspetos genéricos desta secção; particular e individualista, que reporta um entendimento mais conciso e detalhado sobre a natureza dos textos publicados.

Neste sentido, as 29 edições das cartas proporcionaram o seguinte conjunto de resultados, obedecendo, em primeiro lugar, a uma análise formal e global dos dados considerados relevantes, presentes na tabela 26:

³³⁴ A perspetiva que aqui se apresenta resulta da análise global às emissões observadas constantes no Apêndice 28.

³³⁵ O Apêndice 29 revela a calendarização deste estudo no JN.

Tabela 26 – Análise formal das *Cartas do Leitor* do JN, nas edições observadas

Categoria de análise	Descrição/frequência
Colocação das cartas (número de página)	Entre a página 12 e a 27
Conteúdo que acompanha as cartas	<i>Cartoon</i> ; Artigo de opinião; frases da semana; reportagem
Total de cartas publicadas e analisadas	106
Média de cartas publicadas por dia	4 (arredondado à unidade)
Total de participantes que escreveram para a secção <i>Cartas do Leitor</i> (excluindo participantes repetidos)	65
Participantes que publicaram apenas uma carta	41
Participantes que publicaram mais do que uma carta	24
Cartas publicadas pelos participantes repetidos (% em relação ao total)	65 (61% arredondado à unidades)
Média de cartas publicadas pelos repetentes	3 (arredondado à unidade)
Número máximo de cartas publicadas por um participante	6
Número mínimo de cartas publicadas por um participante	2

Fonte: Elaboração própria.

De facto, a análise das cartas neste período retoma algumas das linhas do enquadramento teórico relativamente à repetição dos mesmos atores nos espaços participativos. Com efeito, mais de metade das cartas publicadas (61%) pertence a leitores que já tinham visto os seus textos publicados naquele período de observação. O valor chega a ser particularmente expressivo se tivermos em conta que um desses participantes publicou textos da sua autoria em seis ocasiões³³⁶. Em 106 textos analisados, este espaço contou em média com a publicação de quatro cartas diariamente, ainda que tenha variado entre três e cinco textos por dia. Aliás, o valor modal é coincidente em relação à média, fixando-se nas quatro cartas. Este valor elevado na repetição dos participantes mereceu o assentimento de Lúcio Brandão, mostrando-se consciente de que esta prática atual sugere uma certa perversão ao espírito pretendido, embora aponte algumas causas:

«muitas vezes somos confrontados com a repetição, com processos poucos claros, de leitores que enviam diversos textos e que alteram o endereço eletrónico do remetente. Isso provoca que muitos reclamem justamente neste contexto. Na página do leitor afirmamos que não temos a obrigação de publicar todos os

³³⁶ Apesar de contar com 65 participantes, o JN apenas divulgou os endereços eletrónicos de 58 pessoas.

textos que recebemos e a verdade é que temos sempre os mesmos a reclamarem pela não publicação. Uma pessoa que manda cinco textos não pode pretender que sejam todos publicados. Tem de haver rotatividade, por vezes não é possível. Também já fiz esse exercício durante algum tempo e cheguei à conclusão de que houve um leitor que publicou 10 cartas num mês».

De um ponto de vista geral a um mais particular, podemos ainda categorizar os textos segundo uma análise textual pouco complexa e que procura apenas caracterizar sumariamente as linhas que compuseram essas cartas. Ora, quanto à variável género dos participantes, 59 são homens e apenas seis são mulheres, o que mostra uma vez mais a inclinação masculina para participar em espaços participativos. Relativamente à orientação temática das cartas apenas 11 em 106 textos se basearam em situações pessoais, pelo que 90%³³⁷ não remeteu para testemunhos pessoais. Relativamente aos temas genéricos das cartas, importa compreender se tiveram alguma relação com os temas colocados na capa do dia da publicação ou então com a do anterior. Na verdade, procurámos perceber se, por um lado, os critérios de seleção das cartas procuravam acrescentar alguma sintonia entre os assuntos chamados à capa e os sublinhados pelos leitores, no sentido de promover uma certa continuidade no discurso e na lógica discursiva sobre um determinado tema. De facto, nenhum dos temas apresentados nas cartas teve qualquer relação com assuntos, situações ou factos descritos nas manchetes do JN. Esta situação modifica-se ligeiramente se tivermos em linha de conta o dia transato, como exercício de comparação. Com efeito, neste quadro, apenas oito cartas retomaram temas desenvolvidos na capa do dia anterior, o que resultaria numa percentagem escassa, na ordem dos 8%. Justificando este dado com a já referida opção estratégica de seleccionar as cartas de forma antecipada, Brandão defende que apenas muito pontualmente se poderá pensar numa adequação entre a capa e os textos dos leitores, referindo, como principal problema, a pouca agilidade que os participantes escrevem sobre assuntos destacados na primeira página do JN.

Por outro lado, o tom da carta refere-se à forma como o leitor posiciona o seu texto, de acordo com a presença do elogio ou do aplauso, da crítica ou reclamação e ainda da sugestão. Neste sentido, a distribuição das cartas correspondeu aos seguintes valores da tabela 27:

³³⁷ Arredondamento à unidade.

Tabela 27 – O tom utilizado nas *Cartas do Leitor*, nas edições observadas

Tom da carta	Frequência	Frequência relativa ³³⁸
Categorias isoladas		
Elogio	3	2,83%
Reclamação	82	77,36%
Sugestão	1	0,94%
Categorias combinadas		
Reclamação e Sugestão	11	10,38%
Elogio e Reclamação	9	8,49%
Total	106	100%

Fonte: Elaboração própria.

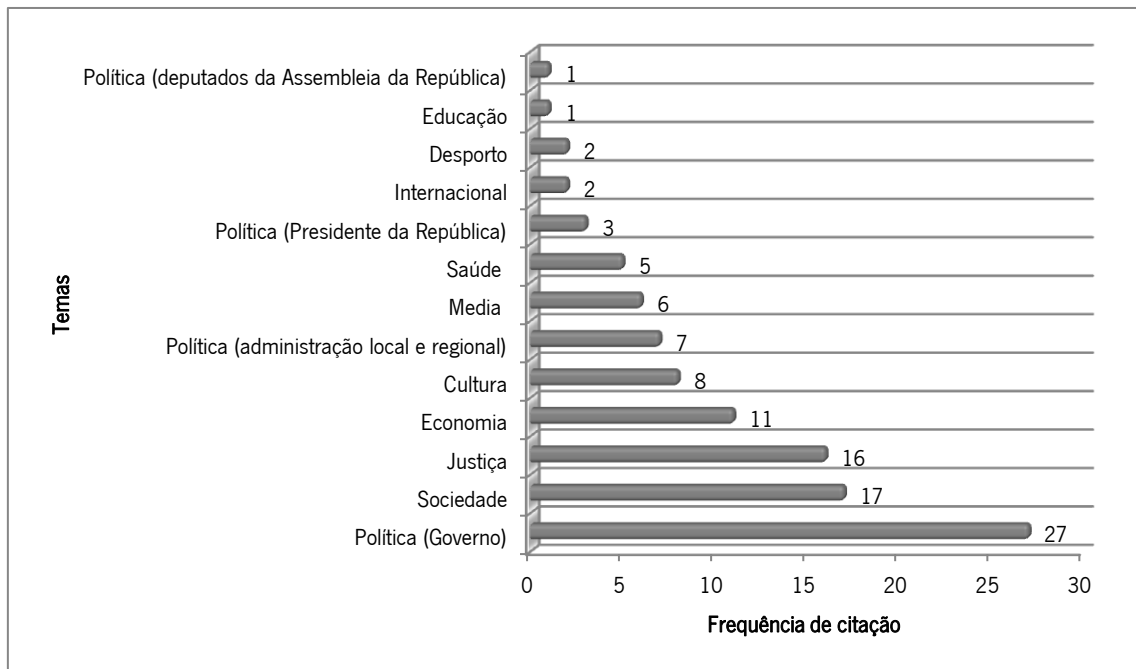
Parece claramente existir a tendência para manifestar apenas uma postura nas cartas. Deste modo, as críticas, realizadas em torno de queixas, assumem o eixo principal no tom das cartas (77,36%). Este valor está muito distante do verificado quanto aos elogios (apenas três cartas) ou mesmo quanto à única sugestão apresentada. As cartas que motivaram a multiplicação de tons pautaram-se por uma atuação quase equilibrada: o par ‘crítica (queixa) e sugestão’ verificou-se em 11 cartas, enquanto o ‘elogio e crítica (queixa)’ recolheu nove registos. Estes dados acentuam a tónica da crítica (queixa, reclamação, etc.) na formulação dos textos das cartas. Se agruparmos estes dados globais, concluímos que esta categoria está presente em 102 das 106 cartas analisadas.

A diversidade de temas focados pelas cartas obrigou à formulação de uma categoria temática dominante, isto é, do conjunto de assuntos retratados no texto, seleccionou-se o principal, o mais expressivo. Desta forma, estabelecemos uma disposição gráfica que reflete as áreas dominantes seleccionadas pelos leitores na escrita dos seus textos³³⁹:

³³⁸ Arredondamento às centésimas.

³³⁹ Para consultar a generalidade dos temas debatidos, consultar o Apêndice 30.

Gráfico 27 – Distribuição dos temas pelas cartas dos leitores.



Fonte: Elaboração própria.

Os textos analisados reportam a uma generalidade de temas bastante abrangente. Naturalmente que o contexto histórico, económico, político e social atual do país condicionam claramente os resultados obtidos e essa deverá ser sempre a justificação levada em primeira instância na interpretação destes dados. Aliás, na natureza destes espaços discursos reside precisamente o carácter da atualidade, pelo que se constituiu como um dado inalienável. Tendo em conta uma certa dificuldade em definir claramente os temas, uma vez que as cartas frequentemente evocavam vários tópicos de análise, selecionamos o mais notório, pelo que a política, *grosso modo*, recolhe a maioria das preferências de escrita, em 38 textos, entre diferentes perspetivas: da atuação política do Governo (27), da administração local e regional (7), do presidente da República (3) ou ainda dos deputados da Assembleia da República (1). Contudo olhemos detalhadamente para estes dados, atendendo à sua especificidade.

Relativamente ao comportamento do governo, o tema mais visado consistiu na recusa da tolerância de ponto no Carnaval (8 cartas). O primeiro-ministro e as forças armadas recolhem dois textos cada, sendo ainda a maioria parlamentar motivo das cartas relativamente a temas do desemprego e emigração, além das relações que manteve com a *troika*. Em termos dos temas que se enquadram na sociedade portuguesa, as 17 cartas abordaram assuntos que versaram sobre as políticas de incentivo à natalidade (3), os idosos (2), as condições laborais, os

sindicatos ou até mesmo a concertação social defendida pela central sindical CGTP, entre outros exemplos. A justiça surge como terceiro item mais registado, nomeadamente com a abertura do ano judicial a merecer a atenção de cinco textos. Nesta categoria, os casos visados remetem para situações particulares, como a ação judicial do clube de futebol Boavista, da Quinta do Ambrósio, ou mesmo sobre a detenção de uma ex-atriz portuguesa por posse ilegal de estupefacientes. Num tempo, mediaticamente considerando, propício à difusão massiva de conteúdos noticiosos sobre economia e finanças, este item recolhe apenas 10,38% de atenção como tema principal da totalidade das cartas. A ajuda externa a Portugal e as medidas de austeridade, entre diversos pontos isolados, ocupam pouco protagonismo neste sentido, o que poderá até ser um pouco paradoxal se tivermos em linha de conta a abrangência quase total destas medidas na sociedade portuguesa.

Por outro lado, no âmbito das categorias menos registadas, a cultura ocupou oito cartas, sendo três dedicadas ao novo acordo ortográfico. A nomeação de Vasco Graça Moura para o cargo de diretor do Centro Cultural de Belém motivou dois textos para esta secção. A gestão da administração pública local e regional foi o tema principal em sete cartas, com apontamentos realizados à situação de austeridade vivida na Madeira, a casos particulares sentidos em Vila Nova de Gaia ou do Porto. Os média, por seu turno, ocuparam seis cartas, pelo que o JN decidiu publicar duas cartas de leitores que elogiaram o novo grafismo do jornal, nas edições *online* e imprensa, ao mesmo tempo que, por exemplo, se criticou o suposto excesso de participação do ex-presidente da República, Mário Soares, no comentário político. A esfera da saúde, com cinco cartas, o desempenho de Cavaco Silva, presidente da República, (3 cartas) também se incluíram nesta tabela, onde curiosamente o desporto, tido como um dos temas preferidos dos portugueses, recolheu apenas duas cartas publicadas. Por fim, a atualidade internacional também dispôs de pouca atenção, motivada apenas por duas cartas.

3.3.2 Diálogos com os participantes nas *Cartas do Leitor*

Da mesma forma que estabelecemos como prioritária a intenção de contactar os participantes em espaços de expressão popular nos exemplos anteriores, também neste decidimos avançar para um mecanismo de auscultação destes indivíduos. Tal como referimos anteriormente, utilizámos o *software* Limesurvey, pertencente ao LASICS da Universidade do Minho, como plataforma de contacto com os leitores e participantes, através de uma mensagem

de *e-mail*. Esta opção decorre da publicação, por parte do Jornal de Notícias, dos endereços eletrónicos dos participantes e autores das cartas.

Com efeito, respeitando o período temporal delimitado de um mês, registámos um total de 65 participantes únicos nesta secção, no entanto, o JN apenas divulgou os contactos de 58 leitores³⁴⁰. Por conseguinte, dos 58 inquéritos enviados, apenas 31 responderam à totalidade das questões. Naturalmente teremos de reconhecer a pouca expressão dos números envolvidos nas respostas, contudo não pretendemos, mesmo que estivéssemos presentes num cenário de abundância de respostas, tomar como universais as perceções que os seguintes resultados possam sugerir. Procuramos, antes de mais, ilustrar o panorama participativo a que nos propusemos conhecer melhor, cruzando com as opiniões dos verdadeiros responsáveis pela dinamização destes espaços de opinião pública na imprensa.

3.3.2.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos

Em termos de um enquadramento sociodemográfico, o primeiro indicador a reter é o de género, na medida em que dos 31 inquiridos, 29 são homens e dois são mulheres. Quanto à idade, a seguinte tabela revela a distribuição dos inquiridos:

Tabela 28 – A idade dos inquiridos das *Cartas do Leitor* do JN

Idade	Frequência absoluta
20-25	1
25-30	1
30-35	0
35-40	5
40-45	0
45-50	2
50-55	0
55-60	9
60-65	4
>65	9
Total	31

Fonte: Elaboração própria.

³⁴⁰ Para consultada detalhada, consultar o Apêndice 31.

A partir dos 55 anos, concentram-se 22 dos 31 inquiridos, o que sugere a distribuição destes indivíduos em faixas etárias mais avançadas. Num conjunto de dados que apresenta uma amplitude de idades entre os 22 e os 73 anos, apenas no intervalo 35-40 anos, existe uma presença de cinco inquiridos. O valor médio das idades corresponde a 55 anos, sendo a idade mais vezes registada a de 58 anos³⁴¹. No que se refere ao nível de instrução, os resultados conferiram a seguinte disposição constante da tabela 29:

Tabela 29 – Nível de instrução dos inquiridos

Nível de instrução	Frequência absoluta
Básico	1
3º Ciclo	6
Secundário	13
Licenciatura não concluída	2
Bacharelato	1
Licenciatura	5
Mestrado	3
Total	31

Fonte: Elaboração própria.

No questionário demos a possibilidade de os inquiridos assinalarem uma formação incompleta, algo que apenas sucedeu em dois casos, de inquiridos que não terminaram a licenciatura, até àquela data. Podemos sublinhar a existência de dois blocos de instrução mais expressivos, nomeadamente entre os 11 inquiridos que detêm uma educação de nível superior/universitária (sendo que dominam os cinco licenciados e os três com mestrado) e, por outra via, os 13 que se ficaram pelo ensino secundário completo. Neste ponto existe um equilíbrio, ainda que, numa perspetiva mais ampla, o número de inquiridos com formação académica em instituições de ensino superior fique atrás dos que se ficaram pelos ensinos não superiores (11 perante 20). Quanto à residência dos inquiridos, o Mapa 4 sugere a concentração de participantes de distritos e regiões do norte:

³⁴¹ Note-se que, para efeitos estatísticos, considerou-se, à semelhança dos exemplos anteriores, que o limite máximo de um intervalo não reúne, para esse espaço temporal, a idade a que reporta, isto é, por exemplo, no valor '25' enquadra-se no intervalo 25-30 e não no 20-25.

Mapa 4 – Distribuição geográfica das localidades onde residem os inquiridos nas *Cartas do Leitor*



Fonte: Elaboração própria.

A ausência de inquiridos das zonas sul, das ilhas ou mesmo de distritos do interior, pode, naturalmente justificar-se pela eventual inclinação que o Jornal de Notícias confere aos temas tratados na região norte, ainda que se assuma como um diário de âmbito nacional. A sua fundação remonta ao Porto, cidade onde registámos 21 inquiridos, um valor distante dos dois por cada distrito de Braga, Viana do Castelo, Viseu ou mesmo Lisboa. De Bragança, apenas um inquirido³⁴².

A respeito da situação profissional dos inquiridos, encontrámos um equilíbrio entre os ativos (13) e os reformados (14), registando-se ainda quatro desempregados. No quadro dos que referiram uma determinada profissão, a mais expressiva foi a de administrativo e professor (4 e

³⁴² Estes dados em bruto foram transformados depois de os inquiridos terem revelado especificamente a localidade onde residem. Nesse sentido, em termos globais, as cidades mais representadas foram as do Porto com nove participantes, Viseu com três inquiridos, Penafiel, Maia, Matosinhos e Viseu, com dois leitores cada. Outras cidades, com apenas uma ocorrência: Aveiro, Braga, Bragança, Ermesinde, Lisboa, Odivelas, Rio Tinto, Santo Tirso e Vila Nova de Famalicão.

2 indivíduos, respetivamente), seguida, com uma ocorrência cada, de tradutor/intérprete, funcionário público, gestor, sócio-gerente, técnico de farmácia, técnico superior da Função Pública e operador de telecomunicações.

Observámos ainda o rendimento mensal do agregado familiar onde o inquirido se insere e a natureza das filiações associativas que dispõem, eventualmente. No que concerne ao primeiro ponto, a quase totalidade dos inquiridos referiu que vive num contexto económico cujo montante se estabelece a partir de dois salários mínimos (mais do que 970 euros), mais concretamente, em 24 ocasiões. Quatro participantes responderam 'entre um e dois salários mínimos' (485-970 euros), enquanto dois vivem abaixo do salário mínimo, isto é, menos de 485 euros³⁴³. Quanto à segunda variável, a maioria dos inquiridos não apresenta qualquer filiação clubística, partidária ou sindical (17), três mais do que afirmaram ter um vínculo desta natureza. No que toca às filiações isoladas, os clubes surgem mais representados, com cinco inquiridos³⁴⁴, seguidos dos partidos com quatro³⁴⁵ e os sindicatos com dois³⁴⁶. Por fim, no grupo dos inquiridos com mais de uma filiação, surgiram apenas três casos: clube e partido, com dois participantes³⁴⁷ e apenas um inquirido que tem filiação num clube (Boavista), partido (Partido Social-Democrata) e sindicato (SPN- Sindicato dos Professores do Norte). Sobre esta questão, Lúcio Brandão apresenta um entendimento distinto, afirmando que alguns dirigentes políticos, especialmente de pequenas autarquias, procuram recorrentemente publicar cartas neste espaço, não tendo problemas em inclusivamente colocar o número e o partido de militância: «habitualmente não publico essas cartas, pura e simplesmente. Há espaços e momentos próprios para isso, as cartas não são para tricas e querelas entre partidos. Pomos de lado».

3.3.2.2 Contacto dos inquiridos com o Jornal de Notícias

De seguida abordamos as estruturas de contacto dos inquiridos com o Jornal de Notícias, através de diversas modalidades consideradas. Como veremos, nem todas estas estratégias que decorrem de uma motivação pessoal resultam numa participação

³⁴³ Um inquirido selecionou a resposta 'não sei/não responde'.

³⁴⁴ Com os seguintes clubes: Cova da Piedade, Académico Futebol Clube, Remo Santa Marta, ACR Gulpilhares e Futebol Clube do Porto.

³⁴⁵ Inquiridos filiados no Partido Socialista e no Partido Social-Democrata e dois que não revelaram.

³⁴⁶ Um inquirido não revelou o sindicato, enquanto o outro referiu o STAS (Sindicato dos Trabalhadores da Atividade Seguradora).

³⁴⁷ Um nada revelou e outro referiu o Futebol Clube do Porto e o Partido Socialista.

exclusivamente de âmbito jornalístico, em que os cidadãos auxiliam os jornalistas na produção de matérias desse tipo. Deste modo, e excluindo o formato das cartas, consideremos os comportamentos de natureza participativa pelas quatro modalidades de contacto entre os cidadãos e o JN:

i. **Correspondência postal:** apenas nove pessoas já contactaram o JN por carta postal, sendo que o motivo que foi mais assinalado consistiu na apresentação de queixas, sugestões ou reclamações ao jornal. Um dos inquiridos revelou até que, nos últimos 12 meses, foram mais de cinco as situações em que entrou em contacto com este diário tendo por base este motivo. Anunciar na necrologia (3) e na publicidade (2) também foram razões que justificaram esta ligação ao JN, podendo ainda vislumbrar-se outras justificações mais residuais, em termos da sua frequência, como a divulgação de uma dádiva de sangue e o contacto com o editor responsável pelas cartas. De um modo genérico, todos os comportamentos decorreram numa escala entre uma a três vezes, nos últimos 12 meses;

ii. **E-mail:** podemos afirmar que, no conjunto dos inquiridos, esta será provavelmente a plataforma de contacto preferida ou, pelo menos, a mais utilizada. Vinte e sete dos 31 inquiridos referiram já ter contactado o JN através deste meio, sendo que os motivos foram bem diversos. A realização de críticas e de sugestões ao trabalho do JN também constituiu motivo em nove ocasiões, maioritariamente numa frequência de uma a três vezes no último ano. O exercício do direito de resposta foi apenas ativado por um inquirido. As contribuições para a rubrica *Cidadão Repórter* também parecem ser populares, com cinco leitores a contribuírem para esta coluna *online* mais do que cinco vezes no último ano considerado. Por outro lado, o contacto de um departamento editorial específico do JN motivou sete inquiridos a contactar o jornal, entre uma a três vezes no último ano (4 inquiridos) e mais do que cinco vezes nesse espaço temporal (3). Dois inquiridos contactaram ainda o Provedor do Leitor;

iii. **Telefone:** será eventualmente o meio de contacto menos utilizado. Na lista de motivações, anunciar publicidade e sugerir temas de reportagem (ambos com dois inquiridos cada) foram os mais assinalados, além dos pontuais casos de inquiridos que pediram informações sobre o JN ou aproveitaram para endereçar críticas ao trabalho deste diário;

iv. **Site:** apenas sete inquiridos afirmaram nunca ter consultado o *site* do JN, uma opção distinta para 24 participantes. Contudo, parece que esta forma de contacto é um pouco irregular, uma vez que apenas oito inquiridos demonstraram estar atentos aos conteúdos aí publicados, quatro deles 'todos os dias' e os restantes 'a maior parte da semana'. A maioria (9)

confirma que acedem à página do JN na Internet de ‘uma a três vezes por semana’, dois referem que esse contacto se estabelece ‘uma vez por mês’ e quatro referem que consultam essa página numa periodicidade ainda mais irregular que a anteriormente referida³⁴⁸. Como atividades preferidas, a leitura de notícias recolhe o maior número de registos (22), bastante superior aos seis que se dedicam a comentar esses conteúdos noticiosos ou aos cinco que assistem a vídeos promovidos pelo JN. A participação em concursos e passatempos (3), a leitura dos blogues dos jornais (2) e de artigos de opinião (2), a partilha de notícias nas redes sociais (2 inquiridos), o envio de conteúdos a contactos (1), a resposta a inquéritos no site (1), constituem o panorama de atividades menos populares na página online do JN, para estes inquiridos.

3.3.2.3 Relação dos inquiridos com as *Cartas do Leitor*

Na seguinte categoria propomo-nos a avaliar a relação dos inquiridos com o formato das *Cartas do Leitor*, ao longo da elaboração de diversas categorias de análise. Parece, por isso, que estamos na presença de leitores que contribuem para este espaço há mais de dois anos (22 inquiridos). Embora cinco não tenham conseguido responder relativamente à data da primeira carta enviada para o JN, aparentemente a escrita destes textos não estará vocacionada para participantes recentes, na medida em que as contribuições realizadas pela primeira vez no período observado (1 inquirido), desde 2012 (1) e desde 2011 (2) são quase marginais, se comparados com o grupo inicialmente referido. Por outro lado, quanto à frequência no acompanhamento, podemos comprovar que este grupo de inquiridos parece ser fiel a este formato, uma vez que 23 inquiridos afirmam que leem todos os dias a secção das *Cartas do Leitor*, um valor distante dos seis que selecionaram o período temporal ‘entre três a seis vezes por semanas’, um patamar que denuncia igualmente uma atenção permanente pelos inquiridos³⁴⁹.

A pouca expressão feminina nesta amostra determina poucas possibilidades de cruzamento da variável género com esta categoria. Contudo, as duas mulheres analisadas demonstraram ler esta secção das cartas com bastante regularidade (‘três a seis vezes por semana’ e ‘todos os dias’). Já para os homens, os resultados são elucidativos: dos 29 respondentes, 22 leem ‘todos os dias’ e outros cinco com bastante regularidade (‘três a seis

³⁴⁸ Um dos inquiridos não soube referir a periodicidade da consulta ao *site* do JN.

³⁴⁹ Um inquirido referiu que lê as contribuições dos cidadãos neste espaço entre uma a duas vezes por semana e outro referiu que o seu acompanhamento é mais reduzido, quando comparado com esse período.

vezes por semana’). A frequência da leitura regular desta secção parece não encontrar uma justificação sólida igualmente nos terrenos da filiação dos inquiridos. Entre os 23, de um total de 31, que leem todos os dias este espaço, 11 têm filiação a clubes, partidos ou sindicatos, e 12 não a possuem, o que sinaliza algum equilíbrio. Ainda partindo de base dessa referência temporal para o acompanhamento das *Cartas do Leitor*, são os reformados (12) que mais se destacam nesse ponto, seguido de oito inquiridos em situação profissional ativa e três desempregados. Para além disso, este espaço parece merecer a atenção regular por parte de inquiridos com formação escolar secundária (11 inquiridos), por cima do ensino básico (5) e apenas três licenciados.

Do acompanhamento à contribuição escrita, podemos observar a frequência com que os inquiridos afirmaram escrever cartas, em média por mês, para o JN³⁵⁰:

Tabela 30 – Cartas enviadas, em média por mês, pelos inquiridos para o JN

Período temporal	Frequência absoluta
Foi a primeira vez	1
Mais raramente	5
1 vez por mês	1
2 a 4 vezes por mês	18
1 a 3 vezes por semana	2
1 vez por semana	2
A maior parte da semana	1
Não sei	1
Total	31

Fonte: Elaboração própria.

As contribuições parecem ser bastante frequentes, na medida em que 18 inquiridos escrevem para o JN ‘entre duas a quatro vezes por mês’. Dois vão mais longe e escrevem ‘uma vez por semana’. Contudo existe ainda um grupo de cinco leitores que escreve para o jornal numa frequência inferior a ‘uma vez por mês’, naquela que poderia ser considerada uma periodicidade de escrita mais fortuita. Curiosamente, parece que a frequência de contribuição coincide com a regularidade com que o JN publica efetivamente as cartas dos inquiridos. Como revela a Tabela 29, 15 inquiridos veem as suas cartas publicadas com bastante assiduidade, ‘entre duas a quatro vezes por mês’, um valor que conseguiu ser ultrapassado por dois que

³⁵⁰ Teremos necessariamente de advertir que este ponto contempla as contribuições dos leitores de uma perspetiva formal, sem que essa intenção tenha levado a uma publicação imediata pelo JN. Esse ponto será abordado de seguida.

ainda referiram ‘uma vez por semana’ e outro ‘a maior parte da semana’. Num patamar inferior, mas que denota igualmente uma certa constância na publicação, seis inquiridos confirmam que publicam as suas cartas ‘uma vez por mês’. Para dois inquiridos, a edição observada foi a primeira em que viram os seus textos nas páginas do JN:

Tabela 31 – Publicação efetiva das cartas dos inquiridos das *Cartas do Leitor*

Período temporal	Frequência
Foi a primeira vez	2
Mais raramente	3
1 vez por mês	6
2 a 4 vezes por mês	15
1 vez por semana	1
A maior parte da semana	1
Não sei	3
Total	31

Fonte: Elaboração própria.

A participação neste espaço poderá eventualmente ser considerada à luz do nível associativo dos inquiridos e da respetiva situação profissional. Em relação ao primeiro ponto, parece que aqueles que publicam as suas cartas mais vezes são os inquiridos que estão reformados (oito publicam ‘entre duas a quatro vezes por mês’). Aliás neste mesmo período temporal, encontrámos seis no ativo e um desempregado, na faixa temporal que congrega mais inquiridos. De forma mais esporádica, ‘uma vez por mês’, verificámos quatro reformados e dois desempregados³⁵¹. Dos inquiridos com filiação (14), uma fatia considerável publica entre ‘duas a quatro vezes por mês’ (5). Contudo, parece novamente não existir uma correlação significativa, uma vez que na concentração de inquiridos que mais publica no JN (15), 10 não apresentam qualquer ligação associativa.

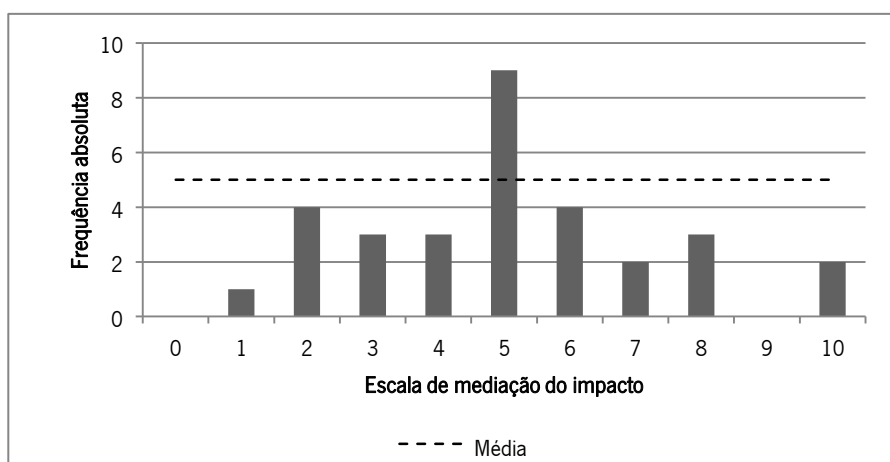
Entrando, um pouco, no conteúdo dos textos sugeridos pelos inquiridos, as áreas temáticas onde se inscrevem contribuem para um entendimento mais nítido sobre as preocupações que sustentam a participação destes leitores. Como vimos anteriormente, é na área da política nacional que diversas publicações dos cidadãos neste espaço se concentram. Com efeito, e tendo por base a categorização de assuntos ou temas propostos pelo próprio

³⁵¹ Três inquiridos não souberam responder a esta questão, dois referiram que foi a primeira vez que viram uma carta sua publicada no JN e outros três admitiram que os seus textos surgem muito raramente no jornal (em comparação com os períodos temporais considerados na resposta).

Jornal de Notícias³⁵², a política surge como terreno preferido dos inquiridos (24), apenas seguido de perto por assuntos relativos à ‘Sociedade’ (20), e ‘País’ (12)³⁵³. Dentro dos temas mais seleccionados, a política aparece dominada por indivíduos com filiação partidária (6), apesar de cinco inquiridos com associação a clubes e outros três a sindicatos também terem registado uma presença notória. Por outro lado, temas relacionados com clubes (6), partidos (5) lideram destacados. Quanto às situações profissionais que dominam estes temas, podemos observar, na política, um equilíbrio entre reformados (12) e ativos (11), na sociedade novamente os reformados que dominam (9), uma tendência que se esbate nas questões sobre o país, onde dominam sete ativos, três reformados e dois desempregados³⁵⁴.

Do ponto de vista da atribuição de um impacto político e social às cartas, parece já não ser tão evidente a mesma tomada de posição verificada nos casos anteriores. Os dados do gráfico 28 podem ajudar a ilustrar esta questão:

Gráfico 28 – Atribuição de impacto político e social pelos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

O equilíbrio é quase perfeito neste caso. Se dividirmos esta distribuição em três partes, podemos observar uma dispersão praticamente homogénea: entre aqueles que não se

³⁵² Utilizámos esta categorização no sentido de coincidir, tanto quanto possível, as temáticas preferidas dos leitores com a categorização habitual do JN, uma vez que na eventualidade de se tratar de participantes assíduos, esta ordenação por temas poderia já ser do conhecimento de alguns deles.

³⁵³ Restantes temas e distribuição: Segurança (5), Economia (7), Mundo (2), Desporto (4) Cultura (3), Gente (1), Tecnologia (1), Outros (Educação (1) e Emprego (1).

³⁵⁴ Contrariamente aos casos anteriores em que o futebol se assume numa preferência temática evidente, aqui não se constata o mesmo facto. Lúcio Brandão não consegue justificar esta situação, lembrando que mesmo durante o Europeu de futebol de 2012 recebeu poucos textos sobre este tema.

manifestaram tão otimistas quanto ao impacto das cartas (valorização entre 0-4), o número de inquiridos fixou-se nos 11; os que se situaram num terreno intermédio (valor 5) não foram além dos nove; e, por fim, os que atribuíram a esta forma credibilidade suficiente para exercer influência em certas áreas da vida social (valores entre 6-10) foram 11. Isto poderá levar a diversas interpretações, uma das quais atinente ao significado social deste formato. Embora os inquiridos tenham vindo a defender o valor próprio deste espaço no JN, o mesmo não se verifica no ponto da atribuição do impacto, em que os valores já são mais equilibrados e as dúvidas persistem. Mesmo para efeitos estatísticos, o valor modal e a média coincidem exatamente no mesmo valor (5). Ainda neste ponto, parece que entre os inquiridos com filiação (14) existe porventura um certo equilíbrio: entre o impacto reduzido (6 leitores), no nível intermédio apenas se posicionou um e em patamares mais elevados sete inquiridos. O valor médio atribuído por estes inquiridos sugere precisamente este sentido, fixando-se no nível 5 (arredondamento à unidade).

Ainda neste ponto mediamos a credibilidade dos colunistas no JN e o nível de satisfação quanto às *Cartas do Leitor*. Em relação ao primeiro item, nenhum dos inquiridos denunciou a falta de credibilidade dos colunistas que atuam como comentadores. Tendo em consideração que muitos dos participantes que atrás se pronunciaram, pertencentes à rádio e à televisão, elaboravam diversas críticas à atuação dos convidados naqueles programas, na imprensa os colunistas parecem gozar de um prestígio diferente. Enquanto cinco leitores lhes atribuíram 'toda' a credibilidade, 15 selecionaram o advérbio 'bastante' e outros 10 optaram por 'alguma credibilidade'. Apenas um referiu 'nem muita nem pouca'. Ainda nesta categoria em que submetemos o inquirido a uma relação com o formato observado, questionamos o nível de satisfação que manifesta em relação às *Cartas do Leitor*. Neste caso seguimos uma linha idêntica aos casos anteriores, uma vez que se percebe um agrado generalizado por parte dos leitores: 8 mostraram-se 'bastante' satisfeitos, 15 definiram-se apenas como 'satisfeitos', um assinalou o indicador 'extremamente insatisfeito', num total de 24 participantes nesta categoria de valorização. Quatro sublinharam indiferença neste ponto, 'nem satisfeito, nem insatisfeito' e três mostraram a sua insatisfação.

Por fim nesta categoria de variáveis, questionados sobre os eventuais motivos que levam o JN a elaborar um espaço especialmente dedicadas às cartas dos cidadãos, a inclinação residiu claramente na opção que sugere a intenção de o jornal colocar um espaço que pudesse ser promotor de uma expressão livre e crítica das pessoas sobre a atualidade (27 inquiridos). A

segunda opção mais valorizada estabeleceu-se a respeito da suposta intenção de o jornal promover espaços de participação cidadã para cativar mais audiências, gerando receita própria (6 registos). Na lista de motivações, ainda houve três inquiridos que sublinharam a necessidade de o JN criar um espaço que existe igualmente noutros títulos da imprensa nacional e um leitor que sugeriu que o JN pretende dar a conhecer a opinião da sociedade sobre um tema em particular³⁵⁵. Confrontado com alguns destes dados, Lúcio Brandão sublinha que o principal objetivo consiste em «arranjar alguma massa crítica que não seja institucional e dar voz às pessoas que não têm outra forma de se expressar», um entendimento semelhante ao realizado pelos inquiridos.

3.3.2.4 Motivações e constrangimentos na participação dos leitores

Neste caso a abordagem foi ligeiramente distinta dos casos anteriores, uma vez que os inquiridos tinham a possibilidade de selecionar entre as alternativas apresentadas ou até incluir outras. No caso dos estudos na rádio e da televisão, os inquiridos pronunciaram-se sem acesso ao mesmo sistema de resposta. De qualquer modo, a tabela 32 indica precisamente a distribuição das motivações dos inquiridos neste contexto:

Tabela 32 – Motivações para participar nas *Cartas do Leitor*, pelos inquiridos

Categoria da motivação	Descrição	Número de registos
Agrado com a participação (51 registos)	Gosto de dar a minha opinião sobre um tema	27
	Gosto deste espaço das Cartas do Leitor	9
	Gosto de ler o Jornal de Noticias	7
	Gosto de debater temas que afetam a minha vida	7
	Gosto que me leiam e critiquem	1
Justificações meramente pessoais (10 registos)	Para dar a conhecer o meu caso ao público	7
	Expressar o que sinto	1
	Para combater a minha solidão, isolamento	1
	Escrevo por influência de familiares e amigos	1

³⁵⁵ Em suma, contrariamente ao verificado nos exemplos da TSF e da SIC Noticias, os inquiridos não foram particularmente criativos na nomeação de justificações a este respeito, um facto que poderá decorrer do modo de administração destes inquéritos.

Continuação tabela 32

Categoria da motivação	Descrição	Número de registos
Cidadania ativa (7 registos)	Para esclarecer os cidadãos	2
	Denunciar o que está mal	2
	Participar nos média é um dever cívico	1
	Vontade de participar na sociedade	1
Total (global)		68

Fonte: Elaboração própria.

Seguindo uma ideia comum aos casos anteriores, parece que a participação neste formato sugere um certo agrado, gosto ou satisfação. Dos 68 registos efetuados, 51 inclinaram-se precisamente nesse sentido, sendo que 27 abordaram a satisfação de escrever sobre um determinado tema e nove destacaram o apreço que têm por este espaço. Este facto pauta-se, em 27 ocasiões, pela necessidade que os leitores sentem em escrever sobre as suas opiniões relativas aos assuntos em destaque na arena mediática. Esta preferência supera o agrado relativamente ao formato estudado (9 casos) ou até mesmo em relação ao Jornal de Notícias (7). Um inquirido referiu ainda que gosta de ver os seus textos lidos e que o critiquem, eventualmente. A segunda categoria mais registada envolveu um conjunto de motivações de âmbito pessoal. Deste modo, a função das cartas como símbolo discursivo de um caso subjetivo, de ilustração de um fenómeno particular da vida de alguém surge como motivo principal para sete inquiridos. Poderíamos eventualmente indagar e aprofundar o sentido desta motivação e que, na verdade, careceu de um trabalho posterior. Ainda assim, podemos sugerir que a necessidade de contar ao público uma situação pessoal, em forma de denúncia, queixa, reclamação ou até exemplo, pode comportar várias funções: desde informar, prevenir ou alertar à necessidade imperiosa que se sente, particularmente hoje em dia, de reunir vozes em torno de um objetivo ou causa comuns. A função das cartas como forma de combater a solidão ou isolamento não configura um motivo requisitado (apenas um inquirido), bem como a necessidade de exprimir o que se sente, ou a influência de familiares, amigos ou desconhecidos. Por último, nas categorias menos expressivas, a 'cidadania ativa' recolheu sete citações, sobretudo entre aqueles que procuram esclarecer os outros cidadãos com informações que julgam pertinentes e meritórias de divulgação (2 inquiridos), os que procuram denunciar as questões que não estão a ser bem tratadas e geridas (2) ou ainda os dois inquiridos que se repartem pelas ideias de que participar nos média resume uma obrigação cívica, um dever

enquanto cidadão e o desejo de participar na construção da sociedade. Nesta categoria, a tónica da justificação inscreve-se claramente no cidadão que se dedica aos outros e trabalha mentalmente com a ideia de grupo, coletividade e de pertença social.

Ora, o responsável pela seleção das cartas segue esta ideia relativa à manifestação de um agrado particular, notando que as cartas com qualidade na escrita são, paradoxalmente, menos publicáveis: «isso leva a que esse tipo de pessoas veja muito poucas vezes os seus textos publicados. São pessoas que escrevem textos muito extensos e por muito cuidado que tenhamos em sintetizar aquilo corremos sempre o risco de amputar o sentido original». Sublinhando novamente a questão determinante do espaço destinado pela direção às cartas, Brandão refere que percebe uma participação cívica, de denúncia de situações para resolução efetiva no terreno. Contudo, o jornalista não admite a publicação de denúncias que partam de testemunhos particulares com pouco interesse para a generalidade dos leitores, reiterando que muitas participações se produzem frequentemente no contexto de uma promoção do 'ego': «de pessoas que devem mostrar ao vizinho, que escreve no Jornal de Notícias, muitas vezes».

De um lado, as motivações que conduzem os leitores aos espaços de participação na imprensa, do outro surgem as dificuldades, críticas ou fatores que podem desincentivar este comportamento. Tentámos estabelecer um modelo de questão que pudesse ser de resposta confortável, uma vez que no pré-teste ficou demonstrado que os inquiridos poderiam sentir-se desmotivados a responder a questões que pudessem exigir uma resposta longa. Assim, seleccionámos algumas afirmações e pedimos aos inquiridos que nos revelassem o seu grau de concordância/discordância relativamente a esses pontos. De um modo geral, de entre as afirmações apresentadas, existem fundamentalmente cinco que podemos considerar como principais obstáculos à participação. Em primeiro lugar, os inquiridos, em 14 ocasiões, denunciaram o facto de a edição em papel do JN alterar as ideias e o tamanho do texto inicial, depois, em oito casos, os inquiridos queixaram-se da falta de divulgação de formas de participação neste espaço. Sete sublinharam ainda o vocabulário pouco limitado dos participantes e cinco apontaram os poucos efeitos das cartas dos leitores na vida quotidiana. Por último, num plano residual, o pouco tempo disponível, a aparentemente reflexão pouco estimulante dos textos (dois concordaram) e ainda o sentimento particular de dois leitores que por vezes sentem que não serão úteis ao debate por pressentirem que existem muitos interessados em publicar os seus textos. Considerações como o receio da reação das outras

peçoas ao lerem os textos dos participantes ou as dificuldades em exprimir um ponto de vista mereceram apenas a concordância de duas peçoas, uma em cada destas afirmações.

3.3.2.5 Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média

De facto, parece que os inquiridos não contribuem exclusivamente para o JN, uma vez que 21 dos 31 participantes já participaram noutros títulos da imprensa nacional, entre semanários, diários gratuitos, regionais e/ou revistas de informação. Neste sentido, é a imprensa regional que recolhe o maior número de registos, nomeadamente em 11 ocasiões, apenas seguida de perto pelas *Cartas à Diretora*, do PÚBLICO. O *Correio do Leitor*, do Correio da Manhã, teve o mesmo número de referências que a imprensa gratuita (7), ligeiramente acima das seis peçoas que escreveram no Diário de Notícias (*Cartas do Leitor*) e também no Expresso (*Cartas dos leitores*). Dois inquiridos referiram ainda que já publicaram textos no semanário SOL, nas *Cartas ao Diretor*. Neste panorama em que se privilegiam os diários de informação genérica, pontuados por algumas contribuições em semanários, surgem igualmente as revistas de informação, com a Visão e as *Cartas dos Leitores* (4), a Notícias Magazine (3), propriedade da Controlinveste que detém, entre outros títulos, o JN e o Diário de Notícias³⁵⁶. Em alguns casos, estamos na presença de verdadeiros ‘profissionais’ da escrita, uma vez que muitos inquiridos responderam afirmativamente à publicação em vários títulos. Existe o caso peculiar de um inquirido que já publicou em todas as publicações consideradas (8), propondo ainda outras na secção ‘outros’. Quatro leitores nomearam ainda essas oito publicações e um referiu-se a cinco títulos diferentes. Concluimos, de algum modo, que estes inquiridos se comportam ativamente no espaço participativo nacional, ao nível das cartas do leitor, multiplicando-se por várias plataformas existentes. A participação em formatos semelhantes às *Cartas do Leitor* do JN parece que encontra um maior seguimento junto dos inquiridos com filiação em sindicatos (8), distantes ainda dos partidos e clubes, com cinco nomeações cada.

³⁵⁶ Outras contribuições: NORTADA (do sindicato dos bancários do norte), e as edições anuais O SERINGADOR e O NOVO SERINGADOR, neste caso por iniciativa do mesmo inquirido.

3.3.2.6 Entre o presente e o futuro das *Cartas do Leitor*

Questionados sobre a possibilidade de o sentimento de crise económica e financeira no nosso país ser capaz de despertar maiores níveis de participação dos cidadãos nos meios de comunicação social, os inquiridos mostraram-se favoráveis a esta relação, nomeadamente em 26 casos. Uma opinião distinta para dois leitores que não acreditam que a propalada crise aumente ou diminua a atração dos cidadãos pela arena participativa dos média. Três desconhecem se tal seria possível, pelo que se colocaram à margem de qualquer juízo a este propósito. Por outro lado, confrontados com o desafio de os média desenvolverem futuramente estratégias que divulguem e apoiem cada vez mais esta secção particular de interação com o público, a resposta maioritária foi taxativa, na medida em que 27 inquiridos defendem a continuidade desta modalidade participativa. Três sublinharam que a aposta deverá manter-se equilibrada, sem grandes diferenças em relação ao observado até ao momento e um leitor escusou-se a comentar esta questão.

Por fim, solicitados a sugerir algumas recomendações ao JN para eventualmente melhorar esta secção, apenas quatro não apontaram qualquer sugestão. Por isso, 27 inquiridos contribuíram para esta reflexão abrindo, possivelmente, entendimentos para novos pontos de abordagem sobre este assunto, embora algumas dessas opiniões sejam bastante redundantes e expectáveis. Da mesma maneira que vários participantes nos espaços de opinião pública na rádio e na televisão reclamam por mais oportunidades de participação, nomeadamente através do alargamento dos tempos destinados à intervenção dos cidadãos, por vezes sugerindo a diminuição do tempo concedido aos convidados, também os participantes nas cartas sugerem uma ampliação do espaço físico do jornal que se dedica precisamente à contribuição dos leitores. Ora, no conjunto das cinco categorias de sugestões apresentadas, a necessidade, sublinhada pelos leitores, de aumento de espaço recolhe 14 das 27 recomendações registadas. Estes pedidos de alargamento decorrem de uma alteração no espaço que as *Cartas do Leitor* ocupavam no jornal. Para um dos leitores, «esta é uma das principais páginas do JN, que liberta as emoções dos leitores, de todos os credos e cores políticas. É a página da liberdade - apenas um terço de página, agora...». Uma dessas sugestões recordou que os média devem colocar-se ao lado dos interesses da sociedade, pelo que, afirma um dos inquiridos: «não vejo portanto outra forma de caminhar no desenvolvimento que não seja com os meios de comunicação ao

serviço das grandes massas». Em suma, podemos sintetizar três tópicos de sugestões a apresentar ao JN:

i. Quanto à seleção e edição das cartas (9 registos): criação de um espaço com cartas que retratem temas próximos entre si, no sentido de compreender as proximidades ou distanciamentos entre as perspetivas dos leitores³⁵⁷; concessão de prioridade às cartas que se debruçam sobre temas considerados ‘urgentes’ da sociedade; evitar cortes excessivos no texto original (3 inquiridos)³⁵⁸; relacionar temas das cartas com os assuntos tratados pelo JN; evitar a publicação de cartas com temas repetidos; evitar a publicação de cartas que coloquem em causa a política editorial do jornal; evitar a publicação de cartas de leitores que denunciem, clara ou dissimuladamente, as suas preferências políticas;

ii. Quanto às formas de reconfigurar o espaço físico destinado às cartas (3 registos): elaboração de um espaço autónomo intitulado *Frases da semana*, uma espécie de compilação das melhores declarações dos leitores daquele espaço; criação de uma caixa informativa diária que desse conta do número de cartas recebidas naquele dia, em confronto com as publicadas (a impossibilidade de publicação de certas cartas, leva os leitores a especularem sobre os motivos que justificaram essa situação e, por vezes, a falta de explicação por parte do jornal produz insatisfação junto dos participantes); apostar num grafismo mais elaborado, nomeadamente através de um enquadramento do texto das cartas com imagens;

iii. Quanto a novas dinâmicas discursivas (um registo): colocar dirigentes políticos, associativos ou sindicais que pudessem publicar, nessa página, respostas às questões e dúvidas levantadas pelos leitores nas cartas;

Comentando algumas destas sugestões, Brandão revela que o modelo de trabalho atual do JN não contempla o alargamento do formato das cartas ou mesmo nas páginas do jornal: «neste momento os jornais estão todos espremidos. (...) A forma de fazer notícia e jornalismo foi alterada. Hoje em dia já não se pode fazer peças de uma página. O custo de fazer um jornal hoje é alto, a matéria-prima é cara, portanto todos os jornais tiveram de reduzir o formato das cartas e do tamanho dos jornais». O jornalista desvendou que, no momento da reconfiguração do jornal, chegou a ser questionada a continuidade das *Cartas do Leitor*, contudo

³⁵⁷ Lúcio Brandão referiu que este ponto poderia ser de difícil implementação, uma vez que a produção nem sempre consegue recolher cartas dos leitores que versem sobre os mesmos temas

³⁵⁸ Tendo em conta que o JN informa, convenientemente, o direito que se reserva a editar e alterar o texto, diversos leitores não sabem interpretar esta condição estabelecida *a priori*, como regra fundamental. Neste sentido, os pedidos que se registaram quanto à necessidade de evitar reduções ou alterações ao texto, o respeito pelos vocábulos utilizados pelo leitor e, por fim, a necessidade de publicar a totalidade das cartas não se compadecem com a norma estabelecida.

entendeu-se que pelo trajeto longo que ocupam no JN e pela importância que detêm na relação e contacto com os leitores, este seria um espaço para manter, ainda que diminuindo o seu formato. Para o jornalista, os constrangimentos económicos devem ser levados em conta pelos leitores, sugerindo-lhes uma maior capacidade de síntese. Brandão admite apenas que a forma de seleção das cartas deverá ser alterada: «teremos necessariamente de repensar, rever, porque corremos o risco de criar um espaço para um nicho de pessoas, que é aquilo que não pretendemos». Em todo o caso, defende a política editorial do JN neste espaço, referindo que também a concorrência tem optado por uma política semelhante.

4. Em 800 caracteres: a participação dos leitores nas caixas de comentário das notícias do PÚBLICO online

Tendo em conta a reflexão sobre espaços participativos nos média que desenvolvemos, decidimos, por último, inserir um caso que se enquadra no jornalismo *online*. Aliás, a participação em espaços promovidos pela Internet retoma um dos entendimentos iniciais deste trabalho, uma vez que se defende que a atualidade digital oferece mais possibilidades interativas entre os cidadãos e os jornalistas. Contudo, propomo-nos avaliar uma dessas formas criadas pelo *online* para conhecer a opinião dos seus leitores relativamente aos conteúdos publicados: as caixas de comentário das notícias. Tentaremos igualmente completar este olhar numa perspetiva mais genérica, consultando, genericamente, as edições *online* da disparidade dos principais órgãos de comunicação jornalísticos do país, que transitaram do papel para o ecrã, procurando cenários onde se apela à contribuição ativa do leitor. Este ponto concorre, assim, para a avaliação da mobilização autónoma do indivíduo em torno dos média, numa época em que, mesmo descontextualizado desta esfera da vida social, certos estudos têm vindo a demonstrar o potencial que estas ferramentas colocam aos processos educativos, independentemente da faixa etária, como formas de auxílio a incapacitados física ou mentalmente, ou até como forma de contornar uma certa exclusão social e de mobilização cívica (Páez, 2004).

4.1 O convite à participação e as dificuldades na gestão dos comentários às notícias: o posicionamento do PÚBLICO online

Partindo da possibilidade teórica que sugere a abrangência de um público mais vasto através da edição *online* de um jornal, um dos problemas que ameaça tornar-se crónico para as direções editoriais resume-se na dificuldade de consolidar um modelo sólido na gestão dos comentários dos leitores aos conteúdos publicados. Pelo menos esta poderia ser a ideia que retiraríamos a propósito da diversidade de práticas seguidas pelos média portugueses para controlar esse tipo de contribuições. Na verdade, não será necessário dispensar uma análise exaustiva para compreender que as diversas edições *online* dos jornais com maior circulação no nosso país autorizam uma certa permissividade de opiniões pouco dignas do ponto de vista da linguagem, com recurso ao calão, ao insulto, à confrontação ou à ofensa. As formas de filtrar estes comentários indesejados parecem depender do entendimento subjetivo das redações.

A discussão que este tema tem levantado nos média nacionais surge em sintonia com outros debates realizados a nível internacional que evocam justamente a dificuldade de gerir os comentários às notícias *online*. Esta é uma preocupação manifestada pela cadeia britânica BBC, num dos seus vários blogues, em que num texto assinado pelo jornalista Charles Miller³⁵⁹, se destacavam alguns problemas que a abundância desregulada de comentários pode suscitar. Em primeiro lugar, Miller lembra que, em diversas ocasiões, a procura de notícias pode não estar diretamente relacionada com uma predisposição de alguém em querer informar-se ou contextualizar-se, mas, por outro lado, perceber qual é a sensibilidade popular ao tema em questão, na secção dedicada aos comentários *online* nesse jornal. O autor do *post* recorda aquele que será o problema principal neste contexto, relacionado com a capacidade insuficiente de recursos humanos que as redações dispõem para gerir o volume de comentários realizados, avaliando sobre a sua natureza publicável. Existem ainda estratégias de *software* que, devidamente instruídas, podem ajudar a banir algumas contribuições menos próprias, contudo o autor destaca a adaptabilidade que os leitores (e transgressores das normas) apresentam para contornar estes obstáculos. A este propósito, Miller refere um caso *suis generis*, do jornal checo Novinky. Ora, todos os leitores que pretendam comentar no *site* do diário (Novinky.cz) têm forçosamente que preencher um formulário para que possam receber em casa, nos dias seguintes, a chave de ativação para procederem ao registo no *online* e, conseqüentemente,

³⁵⁹ [<http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/01/explains-his-idea-here.shtml>, acedido em 10/01/2011].

comentarem as notícias desse órgão de comunicação. Na verdade, os responsáveis por essa publicação checa tomaram esta decisão depois de verificarem o avultado número de comentários nos seus conteúdos, frequentemente despojados de normas cívicas ideais para responderem com coerência ao ambiente democrático saudável pretendido pela organização. Segundo Miller, parece que a medida surtiu o efeito desejado, desencorajando muitos desses intervenientes, uma vez que, logo após a concretização plena dessa medida, o *site* testemunhou uma redução no número de comentários, de 50 mil para 4 mil comentários *online* por dia. Miller refere que o número de *pageviews* triplicou, devido à melhor qualidade desse tipo de intervenções, o que eventualmente terá cativado setores mais sensíveis à devassa do ‘comentarismo’ que outrora se verificava. Não muito distante geograficamente, o jornal eslovaco *Pravda* exige a autenticação dos leitores *online* através de *sms*, antes da publicação de um comentário. Estes casos servem para refletirmos sobre a possibilidade de multiplicação dos canais de autenticação para desencorajar os prevaricadores ao nível do comentário. No limite, esta estratégia pode inclusivamente desincentivar os comentadores que demonstram ter comportamentos pouco aceitáveis. A complexificação de procedimentos no universo *online*, sobretudo tendo em conta a mobilidade de muitos internautas, pode diminuir a motivação para interagir com esse meio.

Uma das questões em causa neste sentido prende-se com as vantagens e as limitações que as diferentes políticas de moderação oferecem aos comentários dos leitores. Numa coluna dedicada aos vários comentadores especializados do *The New York Times*³⁶⁰, David Brooks lançou a questão: «será que a moderação resulta?». Para este colunista, que trabalha neste jornal desde 2003, a moderação consiste na «repressão dos nossos impulsos, reunindo provas sobre o crime antes de proceder a um julgamento sobre a situação em análise». Brooks acredita que os comentários deveriam ser calibrados com a força dos factos, ao mesmo tempo que reconhece a necessidade de equilibrar pontos de vista opostos sobre a mesma matéria: «por isso o melhor [da moderação] consiste em tentar balancear essas duas ‘verdades’»

Na verdade, a apologia do comentário livre encontra vários defensores. O britânico *The Guardian* reserva uma secção *online* para o debate, na página intitulada *Comment is Free*. Neste espaço, discutiu-se recentemente sobre ‘*web* moderação’, onde interveio uma das editoras do jornal, Natalie Hanman, que reconheceu a árdua tarefa dos moderadores do jornal, ao mesmo tempo que alertou para a necessidade de «melhores debates, mais interessantes, mais

³⁶⁰ [<http://opinionator.blogs.nytimes.com/2011/01/12/does-moderation-work/>, acedido em 12/01/2011].

informativos, num tom responsável e sadio»³⁶¹. Hanman lembrou como geriam a moderação na altura, constituída por uma equipa de moderadores que se responsabilizava por toda a gestão do *site* ao nível dos conteúdos gerados pelos utilizadores (UGC – *user generated content*). Logo, uma equipa mais reduzida trabalhava em paralelo com o sistema CFIS (*Common Internet File System*), que reunia estratégias eminentemente técnicas que definam o carácter ‘publicável’ de um determinado comentário. Como sublinhava a editora,

«estamos atentos ao que chamamos a ‘fila do abuso’, sempre que alguém – autor da notícia, editor ou leitor – seleciona a opção ‘reportar abuso’ que surge ao lado de cada texto dos diferentes utilizadores, esse comentário vai para uma fila onde está marcado como ‘comentário a ter em atenção’. Nessa altura, lemos esse comentário e procuramos decidir se realmente concordamos ou não com a denúncia de abuso – isto é sempre realizado no âmbito da moderação e não é tanto uma decisão editorial».

Banir comentários, recordava a editora, seria o último recurso, utilizado somente em situações onde houve um total desrespeito às normas de publicação exigidas pelo jornal. Por último na sua intervenção, Hanman considerou que o *standard* da comunidade ajuda a guiar o próprio meio a desenhar o seu próprio caminho e a comunicar a forma como pretendem receber os comentários³⁶².

Os comentários desenvolvidos nestes espaços podem representar a possibilidade real de um debate *online*, em sintonia até como o entendimento clássico desse conceito, que sugere o confronto, a interpelação direta dos intervenientes, entre outros aspetos. Contudo, esta eventualidade teórica tem igualmente merecido determinadas reflexões. A instituição de pesquisa norte-americana The Nieman Foundation for Journalism at Harvard colocou justamente esta questão num texto em que pretendiam discutir se os comentários *online* representavam um «diálogo ou uma diatribe?»³⁶³. Em 2008, a National Public Radio (NPR) fez um convite generalizado aos cerca de 27 milhões de ouvintes que acompanham as suas emissões diariamente no território norte-americano, para partilharem ideias, sugerir estórias, realizar comentários, críticas ou reclamações, tendo por base a ideia de uma participação do cidadão

³⁶¹ [<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/oct/25/panel-debate-web-moderation>, acedido em 25/10/2010].

³⁶² Hanman referiu ainda que existe um endereço eletrónico para onde as dúvidas relacionadas com estes temas podem ser submetidas (cif.moderation@guardian.co.uk).

³⁶³ [<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102647/Online-Comments-Dialogue-or-Diatribe.aspx>, acedido em 14/06/2012].

enraizada num debate civilizado na comunidade digital da NPR³⁶⁴. A promessa auspiciosa de uma interatividade e debate responsável colidiu com as dificuldades que foram sendo progressivamente sentidas ao longo do tempo. Como explica um dos responsáveis, a rádio concluiu que os temas mais polémicos transfiguram o sentido originalmente pretendido: «aqueles que ficaram encarregues pela dinâmica desta comunidade digital sentiram-se, por vezes, como se estivessem a montar um cavalo num *rodeo*». Deste modo, a estação pública de rádio resolveu moderar, antes da publicação, os comentários dos ‘agressores’, informando-os desta decisão, repetindo o processo até o leitor provar a sua ‘inocência’, isto é, quando fosse capaz de encadear uma série de comentários que não contrariassem as normas estabelecidas: «é uma forma de controlar os *trolls* digitais, ainda que muitos deles se dediquem a criar novas contas, novos perfis», refere Mark Stencel, editor principal da secção digital. O jornalista reiterava ainda que, não obstante os desvios cometidos e o carácter refinado para publicar comentários ilícitos, a maioria dos comentários e dos diálogos apresentava um conteúdo interessante e dinamizador: «sabemos que podemos contar com o nosso público para opiniões fortes. Estamos habituados a isso. As nossas regras residem (...) na boa educação e não na utilização de obscenidades».

No contexto das entrevistas exploratórias, Núria Llop fez algumas considerações importante neste contexto das diversas interpretações que se podem colocar à gestão e moderação de comentários dos leitores. Recorrendo à sua experiência naquele meio, a jornalista alertava para um dos perigos que se coloca ao sistema de avaliação de comentários pelos leitores. Frequentemente, os comentários desajustados ocupavam o *ranking* dos mais votados, uma vez que certas pessoas decidiam premiar o descaramento, a ironia, o insulto para retirarem algum proveito cómico da apresentação visual destacada dessa intervenção. Para contornar este problema, o jornal decidiu criar um módulo *live* entre o comentário nas notícias e o Facebook, onde essa contribuição no *site* do jornal surgia remetida dessa rede social. Llop identificou, nessa altura, uma maior contenção verbal dos leitores, presumivelmente pela facilidade com que poderiam ser identificados pela sua rede de contactos. Na entrevista em jeito de comentário a este estudo de caso, o jornalista e gestor de redes *online* do PÚBLICO, Hugo Torres, discordava deste condicionamento dos cidadãos, referindo que esta utilização menos abusiva da linguagem

³⁶⁴ De acordo com número de junho de 2012, 500 mil ouvintes já tinham realizado o registo no *site* para pertencer a esta comunidade.

apenas aconteceu no início em que se criaram estas possibilidades de comentário com recurso à conta pessoal do Facebook e Twitter³⁶⁵.

Ora, o caso do PÚBLICO representa, no panorama português, a assunção clara da constante mutação de políticas que regem a moderação dos comentários *online*. A aceitação automática dos comentários dos leitores vigorou como política dominante até 5 de março de 2011. Nesta data, coincidindo com o 21º aniversário do jornal, a direção anunciava uma mudança na política de publicação de comentários *online*. Referia a então diretora do jornal, Bárbara Reis, que «a partir de amanhã (...) todos os comentários dos leitores do PÚBLICO online vão passar a ser lidos antes de serem publicados», justificando-se:

«esta decisão, em ponderação há muito tempo, responde a uma preocupação da redação e de muitos leitores do nosso site, que há anos pedem mais controlo na publicação de comentários. Preferimos acabar com a publicação imediata de comentários a dar voz e palco a mensagens difamatórias que violam os critérios de publicação do PÚBLICO e as regras básicas da cortesia e da boa cidadania. Acreditamos também que esta mudança vai elevar a qualidade da discussão no PÚBLICO online»³⁶⁶.

Desta maneira, o jornal passou, a partir de então, a «premiar» os leitores que optassem pelo registo antes de escrever o comentário, mas este procedimento já não seria obrigatório como anteriormente era exigido. «Uma equipa de 20 pessoas vai ler todos os comentários enviados para o PÚBLICO online antes de estes entrarem em linha. A ferramenta de denúncia desaparecerá, visto que todos os comentários serão lidos antes de serem publicados», explicava a redação com maior detalhe. Com o intuito de recompensar o bom comportamento dos leitores e comentadores, o diário pretendia valorizar o fórum dos cidadãos, pelo que decidiram avançar para a publicação diária, no jornal impresso, dos dois melhores comentários publicados no *site*, junto à secção das *Cartas à Diretora*.

No entanto, a 22 de novembro de 2012, uma nova alteração surgiria, acompanhada pela remodelação gráfica do *site* do PÚBLICO. Neste sentido, o jornal decidiu assumir-se como «o primeiro diário português a lançar um modelo de gestão de comentários centrado na comunidade: serão os leitores a rejeitar ou a aprovar comentários dos próprios leitores». Este novo entendimento de moderação resultava da atribuição mútua de níveis de credibilidade e

³⁶⁵ A entrevista na íntegra está disponível no Apêndice 35.

³⁶⁶ [http://www.publico.pt/Media/mudanca-na-publicacao-de-comentarios-online_1483210, acedido em 04/03/2011].

reputação entre leitores, participando na aprovação ou rejeição de comentários que conferem ganhos e perdas de pontos nessa categoria de credibilidade. Esta comunidade dispunha de uma página pessoal dos leitores, onde se podiam incluir informações relativas ao historial da sua participação, partilhas de contactos, fotografias, hiperligações, para páginas pessoais, blogues e redes sociais. Com esta medida, a direção pretendia incentivar o debate responsável, apelando à qualidade dos comentários, publicando diariamente um ou mais comentários na página principal do *síte* ou da secção onde se insere a notícia. Tal como referia o PÚBLICO³⁶⁷, este novo modelo partia de três conceitos fundamentais: a reputação do leitor (valorizada ou punida pelos seus pares em função dos seus comentários); o papel do PÚBLICO (o jornal atribui a capacidade de os leitores serem autossuficientes, eximindo-se apenas à regulamentação das regras e a intervir nos casos necessários de transgressão às normas); e a interação alargada, fruto de um esclarecimento alargado sobre a atualidade, entre a exposição de pontos concordantes e dissonantes.

Em suma, o que nos parece de suprema importância aqui assinalar consiste na reflexão sobre a imagem que socialmente se constrói destes espaços. As diferentes formas de lidar com o mesmo assunto resultam em leituras díspares e até ao momento nenhum modelo de gestão de comentários em Portugal provou ser o mais eficaz. Vejamos alguns exemplos que podem seguir a lógica da representação negativa destes espaços pela sociedade. Num texto publicado na revista *Visão*, em 2011, o humorista Ricardo Araújo Pereira fez uma metáfora entre o massacre de 77 pessoas por Anders Breivik, na Noruega em 2011, e os comentários *online*: «o terrorista norueguês acha que, matando 11 mil portugueses, este país passa a comportar-se como ele deseja. Ou seja, julga que há 9989 nativos que simpatizam com a sua conceção de mundo assassina, fundamentalista-cristã e de extrema-direita. Obviamente, o que este homem conhece de Portugal são as caixas de comentários dos jornais na Internet». Alicia Shepard, autora do texto já mencionado do instituto norte-americano The Nieman Foundation for Journalism, sugere um entendimento que se coaduna com este estereótipo, nomeadamente quando tenta definir o perfil dos utilizadores regulares destes espaços: «entre a minoria que domina a conversação *online*, a sua representatividade equivale, digitalmente, ao bêbedo mais barulhento do bar». Ora, ao permitir a inclusão de comentários desajustados, os jornais inauguram provavelmente uma repercussão negativa da sua imagem na sua particular relação

³⁶⁷ [<http://www.publico.pt/nos/comentarios-e-inqueritos>, acedido em 09/12/2012]. Nesta ligação também se pode consultar as regras que devem presidir aos comentários publicáveis.

com os seus leitores. Como tentaremos perceber neste estudo de caso, a marca de água da interatividade entre cidadãos e os média torna inevitável, na atualidade, a auscultação do público através dessas plataformas. Apesar de perspetivarmos, numa análise distante e pouco cuidada empiricamente, que as caixas de comentário às notícias *online* lidam com uma certa credibilidade negativa, pelas constantes agressões de linguagem e transgressões às normas estabelecidas, partimos para uma reflexão que se propõe, tanto quando possível, acrescentar dados a uma discussão em curso nas redações jornalísticas.

4.2 A observação no PÚBLICO online e à caixa de comentários das notícias

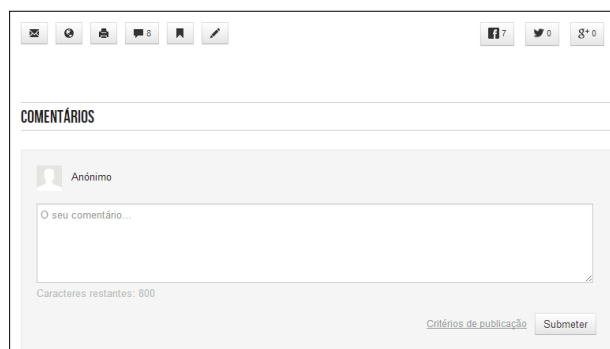
O projeto do PÚBLICO nasceu em 1990, em Lisboa, com o intuito de promover um «jornal diário que, através de uma aposta inovadora no plano editorial e tecnológico, reúna as energias necessárias para responder ao desafio de uma informação moderna e de qualidade no espaço europeu». Este objetivo constava, entre outros, da Magna Carta, apresentada por Belmiro de Azevedo, presidente do grupo SONAE e Vicente Jorge Silva, primeiro diretor do Público, a 31 de outubro de 1989³⁶⁸. Neste texto, O PÚBLICO defendia para si mesmo a inscrição própria na tradição europeia do jornalismo exigente e de qualidade, excluindo o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria noticiosa: «aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de atividade e correspondendo às motivações e interesses de um público plural. O PÚBLICO entende que as novas possibilidades técnicas de informação implicavam um jornalismo eficaz, atrativo e imaginativo na sua permanente comunicação com os leitores». Em termos genéricos, o PÚBLICO é uma empresa de comunicação social, cujas áreas de atividade se resumem à edição imprensa e ao *online*, pertencendo à *sub-holding* SONAECOM, da SONAE.

Motivados, eventualmente, pelo esforço de corresponder às expectativas de uma sociedade em preparação para a massificação da Internet junto das áreas da vida social, o momento definitivo para a chegada dos principais órgãos de comunicação social portugueses ao *online* surge em 1995. A 26 de julho desse ano, o Jornal de Notícias torna-se no primeiro a entrar neste espaço, seguido do PÚBLICO, a 22 de setembro desse mesmo ano (Santos, 2012).

³⁶⁸ Apresentada por ambos numa conferência de imprensa, no Grémio Literário, em Lisboa, na mesma data reportada [http://comunicamos.files.wordpress.com/2008/03/ocs_publico.pdf, acedido em 18/05/2012].

Como observámos anteriormente, uma das formas de o cidadão expressar a sua voz na página *online* do PÚBLICO reside precisamente nas caixas de comentário às notícias publicadas:

Ilustração 6 – Caixa de comentário do PÚBLICO online, à data deste estudo



Fonte: [www.publico.pt].

Ora, de acordo com os níveis de participação defendidos nos apontamentos teóricos constantes da primeira parte deste trabalho, podemos aplicar esse modelo interpretativo neste espaço, recorrendo aos dados da tabela 33:

Tabela 33 – Níveis da participação dos cidadãos nas caixas de comentário do PÚBLICO online

Níveis da participação dos cidadãos nas caixas de comentário do PÚBLICO online	
Ativa ou substantiva	Sugerir correção à notícia Comentar a notícia (login Facebook, login Twitter, registo na página do PÚBLICO online) Responder a um comentário Denunciar um comentário
Instrumental/reativa	Partilhar/Recomendar no Facebook Partilhar no Twitter Partilhar no Google + Utilizar URL curto para utilizar nas redes sociais Enviar por <i>e-mail</i> Função 'ligar' blogue à notícia
Passiva/recetiva	Ler Guardar a notícia Imprimir

Fonte: Elaboração própria.

Entre os diferentes níveis considerados, o nível da passividade/recetividade constitui o exercício mais básico e primário do comportamento participativo, o instrumental/reactivo sugere um envolvimento mais consistente no conteúdo, ainda que se foque preferencialmente para a redistribuição dessa informação. Por fim, o nível ativo ou substantivo procura expressar um compromisso mais elaborado do leitor com o meio, não significando que a natureza dessa contribuição possa efetivamente ser plena de raciocínio lógico ou até mesmo coerente. No ponto seguinte, focamo-nos exclusivamente nas modalidades participativas ativas.

4.3 Espaços participativos na imprensa *online* portuguesa

Interessados nas diferentes modalidades participativas que se revestem de um maior compromisso dos leitores com a imprensa *online*, olhamos as diversas edições digitais dos principais jornais portugueses, à data do presente estudo, conhecendo este caso, procuramos conhecer a natureza do cenário participativo ativo de que os diferentes meios se servem neste propósito ao longo do ano civil de 2012, o período de observado utilizado em todos os casos anteriormente estudados. Numa abordagem imprecisa, parece-nos evidente que, ao nível das páginas *online* dos seguintes jornais, a moldura participativa parece bastante homogénea, figurando apenas o exemplo das caixas de comentário, permanentemente disponíveis numa participação ativa, embora possamos analisar casos pontuais³⁶⁹. É o caso da edição *online* do Jornal de Notícias (JN). Como podemos observar na ilustração 7, o JN disponibiliza a tradicional caixa de comentários na maioria das notícias. Esta estratégia de contacto com os leitores nem sempre esteve ativa, sobretudo em conteúdos suscetíveis de causar uma maior polémica³⁷⁰.

³⁶⁹ Numa observação que registou os casos em que os jornais apelavam à participação ativa do leitor nas edições *online*, em 2012.

³⁷⁰ Repare-se, no Anexo 3, como todos os conteúdos demonstravam a possibilidade de comentário. Contudo, nos temas relacionados com a homossexualidade, essa opção fica curiosamente inativa.

Ilustração 7 – Caixa de comentário nas notícias do JN *online*

Comentar

Nome E-mail

Comentário

Caracteres disponíveis: 750

Receber alerta de resposta Aparecer como Anónimo Lembrar dados Pessoais

Notas: Os comentários deste site são publicados sem edição prévia e são da exclusiva responsabilidade dos seus autores. Consulte a [Conduta do Utilizador](#), prevista nos [Termos de Uso e Política de Privacidade](#). O JN reserva-se ao direito de apagar os comentários que não cumpram estas regras. Receber alerta de resposta - será enviado um alerta para o seu e-mail sempre que houver uma resposta ao seu comentário. Aparecer como anónimo - os dados (nome e e-mail) são ocultados. Os comentários podem demorar alguns segundos para ficarem disponíveis no site.

Se tem conta, faça Login

Nome do utilizador

Password

Se não tem conta,

[Registe-se aqui](#)

[Esqueceu-se da password?](#)

Legenda Utilizador Registrado Utilizador Não Registrado

Fonte: [www.jn.pt].

De um ponto de vista ativo, a possibilidade de comentário estabelece-se através de uma caixa em que são pedidas informações relativas ao nome, endereço *e-mail* (não confirmada a sua autenticidade), além da contribuição escrita. Esse texto limitado a 750 caracteres dispõe de alerta de resposta, abrindo a possibilidade de comentário sem qualquer identificação, colocado portanto como 'anónimo'. Embora a opção esteja presente, o JN não exige um registo através de uma conta no *site*. De um ponto de vista ativo, podemos ainda identificar a rubrica *Cidadão Repórter*, um espaço permanentemente ativo no *site* e que é dinamizado inteiramente pelos leitores, ao nível da seleção e enfoque dos assuntos, enviados para o endereço próprio para o efeito (jn.online@jn.pt). Apesar de esta rubrica não ter aproveitamento para a edição em papel e de estar pouco destacada na página inicial (apenas com uma referência no final da página e uma secção autónoma na barra de menus iniciais), podemos ainda assim sugerir que se trata de uma modalidade peculiar e até diferente do que se pratica nos outros jornais.

Por sua vez, a edição *online* do Correio da Manhã (CM) permite a opinião dos leitores em todas as matérias noticiosas. Provavelmente o ponto mais importante neste contexto reside na ausência total de informação sobre as regras que devem presidir à elaboração dos comentários, remetendo o CM apenas a nota de que «os comentários deste *site* são da exclusiva responsabilidade dos seus autores. O Correio da Manhã reserva-se ao direito de apagar os comentários abusivos e com linguagem inadequada». Acrescentar um comentário a uma notícia pressupõe, por isso, um registo na página do jornal *online*, além de indicações relativas ao nome, localidade e *e-mail*, assim indica a seguinte ilustração:

Ilustração 8 – Caixa de comentários do Correio da Manhã

LOGIN

Utilizador Password **OK**

Esqueceu-se da palavra-chave? [Registe-se](#)
Registe-se no site do CM para deixar de preencher os seus dados pessoais quando comenta as notícias.

COMENTAR

Texto Restam 200 caracteres.

Nome Email

Localidade Anónimo

ENVIAR »

Nota: Os comentários deste site são publicados são da exclusiva responsabilidade dos seus autores. O Correio da Manhã reserva-se ao direito de apagar os comentários abusivos e com linguagem inadequada.
Aparecer como anónimo - Ao escolher opção os seus dados (nome e e-mail) serão ocultados.

Fonte: [www.cmjornal.xl.pt].

No que se refere à edição *online*, o Diário de Notícias cede igualmente um espaço para comentários às notícias, porém com um pormenor distinto, como evidencia a ilustração 9:

Ilustração 9 – Caixa de comentários do Diário de Notícias

LEIA AQUI OS 12 COMENTÁRIOS

CONTEÚDO EVENTUALMENTE OFENSIVO

Por opção editorial, o exercício da liberdade de expressão é total, sem limitações, nas caixas de comentários abertas ao público disponibilizadas pelo Diário de Notícias em www.dn.pt. Os textos aí escritos podem, por vezes, ter um conteúdo susceptível de ferir o código moral ou ético de alguns leitores, pelo que o Diário de Notícias não recomenda a sua leitura a menores ou a pessoas mais sensíveis.

As opiniões, informações, argumentações e linguagem utilizadas pelos comentadores desse espaço não refletem, de algum modo, a linha editorial ou o trabalho jornalístico do Diário de Notícias. Os participantes são incentivados a respeitar o Código de Conduta do Utilizador e os Termos de Uso e Política de Privacidade, que podem ser lidos neste endereço: <http://www.dn.pt/info/termosdeuso.aspx>

O Diário de Notícias reserva-se o direito de proceder judicialmente ou de fornecer às autoridades informações que permitam a identificação de quem use as caixas de comentários em www.dn.pt para cometer ou incentivar atos considerados criminosos pela Lei Portuguesa, nomeadamente injúrias, difamações, apelo à violência, desrespeito pelos símbolos nacionais, promoção do racismo, xenofobia e homofobia ou quaisquer outros.

Comentar

Nome E-mail

Comentário

Caracteres disponíveis: 750

Receber alerta de resposta Aparecer como Anónimo **OK**

Lembrar dados pessoais

Nota: Os comentários deste site são publicados sem edição prévia e são da exclusiva responsabilidade dos seus autores. Consulte a [Conduta do Utilizador](#), prevista nos [Termos de Uso e Política de Privacidade](#). O DN reserva-se ao direito de apagar os comentários que não cumpram estas regras. Receber alerta de resposta - será enviado um alerta para o seu e-mail sempre que houver uma resposta ao seu comentário. Aparecer como anónimo - os dados (nome e-mail) são ocultados. Os comentários podem demorar alguns segundos para ficarem disponíveis no site.

Se tem conta, faça Login **Se não tem conta,**

Nome do utilizador [Registe-se aqui](#)

Password [Esqueceu-se da password?](#)

login »

Legenda Utilizador Registrado Utilizador Não Registrado

Fonte: [www.dn.pt].

Esta política de gestão dos comentários motivou entendimentos controversos, nomeadamente através da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). Na Recomendação 1/2012, publicada a 26 de abril de 2012, o presidente do órgão, Carlos Magno, advertiu para a necessidade de as estruturas editoriais serem responsáveis, em exclusivo, pela gestão deste tipo de contribuições dos leitores: «recordando que cabe aos órgãos de

comunicação social o dever de pugnar para que a publicação de comentários *online* não colida, de modo intolerável, com outros direitos fundamentais». O regulador sublinhava a existência de casos em que a linguagem utilizada pelos leitores, «insultuosa e ofensiva, com incentivo à violência, ao ódio e de natureza homofóbica, que claramente extravasam os limites constitucionalmente consagrados à liberdade de expressão»³⁷¹. Em termos de efetivação do comentário, não parecem existir substanciais alterações aos modelos apresentados anteriormente. Nome, localidade e endereço eletrónico são requeridos, restringidos por um limite de 750 caracteres. As normas acabam por ser idênticas às publicações *online* propriedade do grupo Controlinveste. Um breve questionário, em jeito de sondagem de opiniões, também se observa regularmente no *site*, além de possibilitar as partilhas de notícias pelas redes sociais.

Concorrendo num patamar semelhante à rubrica *Cidadão Repórter*, do JN, o Diário de Notícias intitula este espaço como *Opinião – Jornalismo do Cidadão*, aberto à publicação de contribuições escritas pelos leitores, com uma regularidade mensal. A liberdade na escolha dos temas é conferida ao leitor, além de normalmente este género de colaborações remeterem para assuntos que marcam a atualidade. Por outro lado, o Provedor do Leitor³⁷² surge como um dado novo neste contexto, consolidando uma opção não muito comum no ecossistema mediático nacional. Apesar de os dispositivos legais que regulam a comunicação social, especialmente no jornalismo, se demitirem da obrigatoriedade de exigir que cada empresa crie a figura do Provedor, o DN avança para esta modalidade metajornalística (Oliveira, 2007). Consultando a página que lhe é dedicada, podemos observar a escassez de formas de contacto com esta figura³⁷³. As suas intervenções são publicadas na edição em papel³⁷⁴. No caso do jornal I, o mais recente dos considerados, a limitação de caracteres do comentário é, todavia, mais reduzida (300), pelo que permite igualmente uma pré-visualização da referida contribuição escrita. As regras orientadoras do comentário permanecem omissas.

³⁷¹ [http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2543492&seccao=Media&page=-1, acessido em 23/05/2012].

³⁷² Nesta altura, o cargo era ocupado por Óscar Mascarenhas.

³⁷³ Em [<http://www.dn.pt/inicio/opinio/provedordoleitor.aspx>].

³⁷⁴ À data deste texto, José Queirós era o provedor do leitor do PÚBLICO. No JN o processo de seleção não estava ainda concluído. Recorde-se que este cargo esteve desocupado desde 2006, na sequência da saída de Manuel Pinto, que esteve dois anos nessa função.

Ilustração 10 – Caixa de comentários *online* do I

Comente este artigo

O seu nome: *
Anónimo

Email: *
O conteúdo deste campo é privado e não irá ser exibido publicamente.

Página Pessoal:

Comentar: *

Comments are limited to a maximum of 300 characters.
Conteúdo limitado a 300 caracteres. Faltam: 300
CAPTCHA

Fonte: [www.ionline.pt].

4.4 As caixas de comentário em estudo: análise da notícia mais comentada

Símbolo, provavelmente, de um novo sentido de interação entre jornalistas e leitores, no contexto digital, decidimos observar a notícia mais comentada de um determinado mês do ano [março de 2012]. Decidimos optar por esta via motivados pela intenção de encontrar um maior número possível de comentadores e assim recolher uma taxa de resposta significativa. Ainda que o tema da notícia possa, desde logo, definir o público que realiza comentários, importou-nos refletir junto desses inquiridos as questões que temos vindo a tratar, independentemente desta orientação metodológica ter provocado um possível enviesamento na estruturação dos leitores inquiridos.

Deste modo, a notícia que recolheu mais comentários no *site* do PÚBLICO, em março de 2012, tinha como título «Professores com salários mais altos do que trabalhadores com a mesma qualificação»³⁷⁵. Assinada pelas jornalistas Bárbara Wong e Graça Barbosa Ribeiro, a notícia dava eco dos mais recentes dados da OCDE que colocavam Portugal, logo a seguir à Espanha, como um dos países em que os salários dos professores são mais altos. Inscrita, portanto, na área temática da educação, esta notícia recolheu um total de 135 comentários³⁷⁶,

³⁷⁵ [http://www.publico.pt/Educa%C3%A7%C3%A3o/professores-com-salarios-mais-altos-do-que-trabalhadores-com-a-mesma-qualificacao-1537826, acessado em 14/03/2012]. Publicada em 14/03/2012, às 15h57.

³⁷⁶ O comentário mais votado foi o seguinte: «Pois, mas o problema não são os salários dos professores que são altos; os dos outros trabalhadores é que são vergonhosamente baixos em Portugal. Andem lá, srs. executivos do

distribuídos pelas seguintes modalidades de participação: 108 através do sistema de registo próprio do PÚBLICO, 26 através do Facebook, por leitores que realizaram o *login* nesta rede e comentaram as notícias, identificando assim o seu autor e respetivo *link*; e um comentário através do Twitter, que utiliza uma lógica em tudo semelhante ao procedimento anteriormente descrito³⁷⁷.

Tendo em conta o quadro referido anteriormente, decidimos analisar todos os comentários realizados através destas três modalidades de participação. Julgámos não ser importante observar o conteúdo dos comentários dos leitores, pelo que assumimos a opção de privilegiar o contacto com estes indivíduos, através de um inquérito por questionário, elaborado no LASICS³⁷⁸, da Universidade do Minho, e do *software* Limesurvey. Os comentários realizados por via das redes sociais possibilitaram o contacto direto com esses leitores, enquanto com aqueles que intervieram pelo sistema de registo do PÚBLICO, a aplicação do questionário só foi possível através do contacto realizado pelo jornal, sem que a equipa de investigação tivesse acesso a essa lista de endereços eletrónicos, vedada por obrigações legais.

4.5 Reflexões com os participantes nas caixas de comentário às notícias *online*

Em termos teóricos, seria expectável uma resposta mais expressiva por parte dos leitores, uma vez que estávamos na presença de uma quantidade apreciável de participantes em torno de uma modalidade participativa (135), um número que não apresenta sequer qualquer paralelo com as outras formas de participação estudadas anteriormente. Contudo, a expectativa não correspondeu à realidade, na medida em que, dos quatro estudos de caso abordados, as caixas de comentário *online* do PÚBLICO foram as que registaram uma taxa de resposta mais modesta³⁷⁹. Neste sentido, descrevemos de que forma as respostas foram obtidas: no Twitter, o único comentador respondeu ao inquérito proposto; no Facebook, dos 22 comentadores, apenas

Governo, aproveitem esta para pôr o resto da população contra os professores e perpetuar a diferença entre ricos e pobres neste nosso país do terceiro mundo». Recolheu 119 votos e foi realizado através do Facebook.

³⁷⁷ Outras formas de interação com a notícia: 45 leitores votaram, numa média de classificações de duas estrelas (embora se desconheça com propriedade qual é sentido de assinalar a peça informativa na escala das estrelas, de 1 a 5. Não é líquido compreender se o PÚBLICO pedia aos leitores para se pronunciarem sobre a qualidade da escrita jornalística); Partilhas pelo Google + (2), Twitter (2), Facebook (60); Assinalar a função 'Gosto' através de *link* direto para o Facebook (482); número total de visualizações foi de 27354; e, finalmente 11 blogues ligaram-se a este artigo, isto é, colocaram nas suas páginas esta notícia.

³⁷⁸ O Laboratório de Sistemas de Informação para a Investigação em Ciências Sociais (LASICS), é um projeto do Programa Nacional de Reequipamento Científico promovido pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) (ref.^a REEQ/619/SOA/2005), e com cofinanciamento por parte do POCI 2010 (fonte FEDER).

³⁷⁹ A forma de contacto com os inquiridos, por *e-mail*, seguiu o exemplo do Apêndice 34.

foi possível contactar 16, uma vez que as definições de privacidade assumidas pelos utilizadores impediram esse contacto. Desses, recebemos apenas duas respostas completas; através do sistema de registo do PÚBLICO, depois de ter sido contactada a direção do *online*, tivemos de aguardar um parecer e o aval do advogado do jornal. Ora, seguindo essa recomendação, foi-nos referido que o contacto com esses leitores teria de ser feito pelo próprio jornal, uma vez que os endereços eletrónicos não poderiam ser facultados ao investigador, o que, em teoria, poderia constituir matéria de ação legal, no que respeita à violação da privacidade que o diário garante aos seus leitores. Em resumo, dos 108 endereços contabilizados, recebemos 22 respostas³⁸⁰. No total, apenas foi possível recolher os inquéritos de 25 leitores.

Apesar de podermos apontar algumas debilidades à implementação desta metodologia, estas dificuldades representam igualmente as dificuldades que a investigação sente no sentido da sua concretização plena, manifestada, por vezes, na complicada articulação dos investigadores com os média e dos constrangimentos que este tipo de administração de questionários envolve³⁸¹.

4.5.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos

Quanto à caracterização da amostra em termos de género, verificámos uma distribuição quase equilibrada, na medida em que dos 25 inquiridos, 11 são mulheres e 14 são homens, constituindo o caso mais equilibrado na generalidade dos estudos. Relativamente à idade, podemos constatar uma dispersão de dados junto de faixas etárias mais baixas. Com menos de 50 anos, podemos encontrar 16 inquiridos, mais de metade do total. Num conjunto de dados cuja amplitude se encontra dos 28 aos 69 anos, este estudo de caso contraria a anterior tendência de um público mais adulto, uma vez que a média de idades se fixou nos 46 anos, sendo que a moda foi de 36 e 56 anos, com dois participantes cada. A representação desta variável encontra-se na tabela 34:

³⁸⁰ Foi-nos igualmente comunicado o facto de, no ato que antecede a publicação do comentário por parte do leitor, o jornal pede a inserção de um endereço eletrónico que identifica o comentador. O PÚBLICO não verifica a veracidade desse contacto, pelo que existe sempre a possibilidade de o *e-mail* colocado não ser correto ou inválido.

³⁸¹ O inquérito por questionário administrado pode ser consultado no Apêndice 33.

Tabela 34 – A idade dos inquiridos da caixa de comentário do PÚBLICO online

Idade	Frequência absoluta
25-30	2
30-35	4
35-40	4
40-45	4
45-50	2
50-55	3
55-60	2
60-65	2
>65	2
Total	25

Fonte: Elaboração própria.

O nível de instrução dos inquiridos fixa-se, quase na totalidade, no ensino superior, sendo que os licenciados ocupam a maioria neste grupo específico (14). Oito concluíram o mestrado, enquanto o bacharelato e o doutoramento registaram um participante cada. Apenas um inquirido manifestou ter um nível de escolaridade correspondente ao secundário (12º ano). Quanto à localidade de residência dos inquiridos, encontramos um aspeto novo. Ora, por um lado, a tendência de atrair participantes de localidades mais costeiras continua a ter expressão neste estudo, com Porto (8) e Lisboa (6), nas mais representadas. Seguem-se Setúbal, com três, Leiria, Coimbra, Vila Real e Braga, com um inquirido cada, sendo que o facto mais notório acaba por ser o número de quatro indivíduos registados de participantes da Região Autónoma dos Açores. Este facto pode alimentar a discussão que já levamos a cabo em apontamentos anteriores, que sugere a participação através de plataformas digitais como uma possibilidade de expansão dos públicos. O Mapa 5 mostra esta distribuição:

Mapa 5 – Localidade de residência dos inquiridos do PÚBLICO online



Fonte: Elaboração própria.

No momento da administração dos questionários, a situação profissional dos inquiridos era maioritariamente ativa (19 em 25), existindo dois desempregados, três reformados e um estudante. No âmbito dos ativos, podemos perceber, de facto, como o tema da notícia estruturou o público que lhe deu forma através do comentário: 22 eram professores, entre o 1º e o 3º ciclos. No lote de outras profissões representadas, registámos dois engenheiros e um médico.

Em relação ao rendimento mensal bruto do agregado familiar, a inclinação não escapa à verificada nos casos da TSF, SIC Notícias e Jornal de Notícias, na medida em que, dentro das alternativas de resposta possíveis, 19 assinalaram a que se refere 'acima de dois salários mínimos'. Três optaram por responder 'não sei/não respondo', enquanto dois referiram que o seu rendimento varia entre um e dois salários mínimos e apenas um seleccionou a opção abaixo de um salário mínimo. Por fim nesta categoria, a eventual estrutura associativa dos indivíduos não parece ser tão complexa como nos casos anteriores, uma vez que apenas 5 dos 25

inquiridos afirmaram ter um vínculo desta natureza, sendo que três pertencem a organismos de defesa dos professores (FENPROF) e apenas um revelou ter filiação política e partidária no Partido Socialista. Um desses inquiridos optou por não revelar este ponto.

4.5.2 Modalidades de contacto com o PÚBLICO

Neste ponto, propomo-nos avaliar a natureza do contacto dos inquiridos em relação ao PÚBLICO online sendo que a especificidade da modalidade participativa que preside a toda esta reflexão – a interação através do *site* – leva a que, aparentemente, os participantes preferam utilizar esta via de contacto, ignorando provavelmente outras. Deste modo, não registámos qualquer contacto destes indivíduos através de carta postal ou pelo telefone. Apesar de termos anotado alguns comportamentos interativos por *e-mail*, a sua expressão não é transversal aos membros da amostra. Com efeito, dos seis inquiridos que confirmaram ter contactado o PÚBLICO por mensagem eletrónica, fizeram-no motivados fundamentalmente pelo facto de pretenderem realizar críticas e sugestões ao trabalho do jornal na versão impressa³⁸². Por outro lado, a necessidade de exercer o direito de resposta motivou três inquiridos, o mesmo número dos que pretenderam contactar secções editoriais específicas. Apenas um inquirido referiu que contactou o Provedor do Leitor do jornal.

A modalidade preferida de contacto parece estar associada ao *site*. Para a maioria dos inquiridos (14), aceder à página do jornal na Internet é um comportamento diário, enquanto quatro a visitam ‘a maior parte da semana’. Três inquiridos consultam as notícias do PÚBLICO online ‘uma a três vezes por semana’ e dois participantes acedem a este endereço numa frequência mais esporádica do que essa. Posteriormente, quando foram confrontados com uma lista de atividades/comportamentos no *site*, os inquiridos definiram a leitura de notícias (23 registos), a escrita de um ou mais comentários nas notícias (14) e a partilha de conteúdos noticiosos pelas redes sociais (6) como as ações mais rotineiras. Tendo em conta que poderiam seleccionar mais do que um comportamento, existe um outro conjunto de atividades que não recolhem a preferência dos inquiridos. Com um registo apenas cada, apontamos as seguintes: ‘acompanhar os *posts* dos blogues promovidos pelo jornal’, ‘enviar conteúdos através da opção própria colocada nas notícias’ e ‘responder a inquéritos no *site*’.

³⁸² Todos assinalaram esta opção, numa frequência entre uma a três ocasiões no último ano, ainda que um tenha referido que o fez mais do que cinco vezes nesse período.

O *e-mail* reuniu seis registos, motivados pela necessidade de realizar críticas ao trabalho dos jornalistas (por cinco ocasiões) ou simplesmente contactar as secções *online* do jornal, em três. Este estudo de caso revela inquiridos que nunca desenvolveram esforços para contactar o jornal por correspondência postal ou telefone.

4.5.3 Relação dos inquiridos com as caixas de comentário das notícias *online*

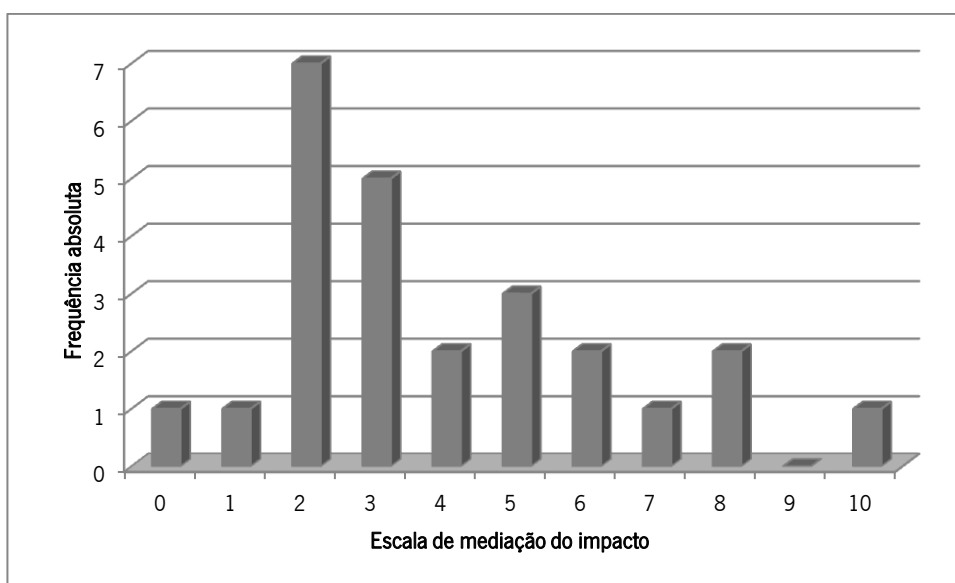
Do ponto de vista da relação do inquirido com o espaço participativo estudado, grande parte dos inquiridos (12) desconhece a primeira vez que comentou uma notícia neste *site*. Contudo, parece que existe uma relativa longevidade no comentário nesta amostra, já que sete inquiridos referiram que participam neste espaço há mais de dois anos, antes de 2010. Ainda assim, quatro destes inquiridos sublinharam que esta foi a primeira vez que comentaram. A partir de 2011 e 2012, registámos ainda dois participantes. Relativamente à frequência com que acompanham os comentários às notícias *online* do PÚBLICO, encontramos novamente dados que podem sugerir uma atenção particular dos inquiridos a este espaço participativo: 18 leem durante a maior parte da semana, quatro 'entre uma a duas vezes por semana' e três 'todos os dias'.

No que diz respeito à frequência com que participam neste espaço, a maioria (13) deixa 'entre um a cinco comentários' por semana, o que denota uma certa assiduidade. Apenas um inquirido admitiu que, em média, coloca as suas opiniões nas notícias 'entre seis a 19 vezes semanalmente'. Para além dos quatro que se estrearam no comentário, um grupo ainda expressivo de sete pessoas referiu que os seus comentários surgem mais esporadicamente nestas secções, o que será inferior a um comentário por semana. Por outro lado, podemos observar que 13 inquiridos comentam regularmente no *site* do PÚBLICO (numa frequência que varia 'entre um a cinco comentários por semana', em média). Neste mesmo grupo, e com igual referência temporal de participação, nove são trabalhadores em situação ativa, três estão reformados, um é estudante e outro desempregado.

Relativamente às secções onde os inquiridos preferem comentar, existe aqui uma sintonia com o tema da notícia analisada. Desta forma, não será surpreendente observar que o tema 'Educação' recolheu a preferência de 19 inquiridos. Da lista de temas prediletos para

comentário³⁸³, encontramos ainda a ‘Política’ (15 registos), ‘Sociedade’ (10), ‘Economia’ (6) como os mais valorizados. Num segundo patamar de preferências, ‘Mundo’ (4), ‘Ciências’, ‘Cultura’, com duas cada, e ‘Desporto’ (1) surgem neste segmento. ‘Ecosfera’, ‘Local’, ‘Média’ e ‘Tecnologia’ não recolheram qualquer preferência. Cruzando esta variável com a filiação dos inquiridos e a sua situação profissional encontramos dados complementares a esta reflexão. Tendo em conta os temas que suscitam o maior agrado junto dos leitores, observámos o seguinte: na política, como tema preferido, surge apenas um inquirido filiado, além de 11 ativos e três desempregados; na sociedade, três têm ligações associativas, seis são ativos no mercado laboral e dois estão desempregados; por fim, na educação, quatro estão filiados, 15 no ativo e dois são reformados. Posteriormente, os inquiridos discutiram a influência de formatos como as caixas de comentário *online* nas decisões políticas, sociais e económicas, com a seguinte representação:

Gráfico 29 – A influência política e social das caixas de comentário *online*, pelos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

A maioria dos inquiridos não acredita no potencial de influência destes espaços nas políticas e na sociedade, de um modo geral. Tal como fizemos nos casos anteriores, podemos dividir esta escala numérica em três partes. Deste modo, concluímos que a maioria dos

³⁸³ Esta lista incluída no questionário obedeceu aos critérios de segmentação de temas realizado pelo PÚBLICO *online*. Desta forma, tentámos corresponder a algum grau de familiaridade que os inquiridos possam ter relativamente a este critério de divisão de temas.

participantes (16) atribuiu uma valorização entre um e quatro pontos, o que, para efeitos estatísticos traduz uma influência reduzida e limitada. Por outro lado, entre o nível seis e 10, isto é, em terrenos positivos, registámos seis inquiridos, enquanto três ficaram pelo nível intermédio (5 pontos). Neste cenário, não será de estranhar que a média dos valores atribuídos seja de 4 valores³⁸⁴ e o valor modal de 2 (7 inquiridos). Na verdade, a valorização do impacto do programa, confrontado com a questão da filiação, retoma algum do equilíbrio verificado no exemplo anterior do JN. Entre o impacto reduzido e o positivo, dispersam-se os mesmos inquiridos com ligação a organizações (2), restando ainda outro elemento no nível intermédio. Esta situação poderá induzir que não parece líquida a atribuição de um impacto relevante a este formato analisado por parte deste tipo de inquiridos.

Tal como sucede com as edições impressas, as opções editoriais recentes de vários jornais, como é o caso do PÚBLICO, decidem colocar textos e colunas de opinião de diversas personalidades. Pronunciando-se sobre os colunistas das páginas *online* do jornal, os inquiridos atribuem-lhes, na sua maioria, credibilidade e pertinência (15 no total, divididos entre 9 que assinalaram ‘alguma’ e 6 que definiram como ‘bastante’ credibilidade). De todo o modo, um número importante de inquiridos (8) colocou-se numa patamar indiferenciado de credibilidade, ‘nem muita, nem pouca’. Por outro lado, apenas dois lhes reconheceram pouco crédito. Podemos ainda observar que existe uma satisfação quase global (10 referiram estar satisfeitos e quatro ‘bastante’ satisfeitos), pelo que apenas três se manifestaram insatisfeitos com o modelo próprio dos comentários *online* do PÚBLICO.

Por outro lado, os inquiridos referiram-se à natureza das ambições do PÚBLICO em promover este tipo de formatos. As respostas foram pouco desenvolvidas, marcadas por dois inquiridos que desconhecem as justificações que se podem permitir a este preceito, além de outros dois terem advogado que não existe qualquer razão em especial que leve o PÚBLICO a proporcionar este contacto com os seus leitores. Por isso, dos 23 inquiridos que assinalaram uma justificação a mais valorizada relaciona a intenção de o jornal promover estratégias de auscultação popular para recolher maiores níveis de audiências (entendido aqui como *pageviews*, por exemplo), conduzindo à obtenção de um certo lucro. Os participantes desmentem, portanto, que o PÚBLICO abra este espaço no sentido de uma lógica mimética, isto é, esta decisão parece ser independente do facto de outros jornais também terem secções idênticas para o comentário às notícias: 20 inquiridos referiram que o jornal não pretende copiar

³⁸⁴ Arredondamento à unidade.

ou seguir qualquer modelo, opinião contrária a apenas cinco. Treze inquiridos admitiram ainda que o PÚBLICO online procura estabelecer um formato de diálogos com (e entre) os leitores. Um dos participantes assinalou a opção 'outro', responsabilizando o PÚBLICO pela vontade de conhecer a opinião pública relativamente a uma matéria. Convidado a comentar alguns destes dados, o jornalista e gestor de redes *online* do PÚBLICO, Hugo Torres, sublinhou um conjunto de questões que escaparam à ótica dos inquiridos³⁸⁵. Por um lado, discutiu a necessidade de criar uma comunidade de leitores à volta do jornal, aproximando as opções editoriais do PÚBLICO da promoção do debate público: «acreditamos que isso nos dá uma perspetiva fresca sobre os assuntos, uma vez que escrevemos notícias sempre sobre as mesmas coisas e é preciso que alguém nos avise das eventuais repetições de discurso».

4.5.4 Motivações e constrangimentos na participação dos leitores

Em termos das motivações e das dificuldades ou constrangimentos que os participantes sentem nestes espaços, a forma de recolha dos dados assumiu uma natureza distinta. Ora, em detrimento de assinalarem através de 'sim' ou 'não', os inquiridos foram confrontados por uma lista de afirmações a respeito deste tema, tendo por isso a possibilidade de se manifestarem em torno de uma escala de gradação de concordância determinada.

Relativamente às motivações pessoais para participar, existem, fundamentalmente, duas razões que conduzem os indivíduos a intervir nestes espaços. Por um lado, procuram dar as suas opiniões sobre o tema noticiado (18 registos), além de debater assuntos que lhes afetam diretamente nas várias vertentes das suas vidas (16). Por outro, percebe-se que o grau de gosto ou fruição participativa não recolhe aqui os níveis verificados nos exemplos anteriores, na medida em que apenas sete inquiridos sublinharam o seu comentário como comportamento decorrente de um gosto particular por estes formatos, algo que se poderia explicar eventualmente pela impessoalidade que este tipo de comunicação intersubjetiva sugere. O gozo da leitura do PÚBLICO online também pouco se compadece com uma justificação prioritária da participação neste espaço, apenas identificada como plausível em seis inquiridos. A função da participação como momento em que o cidadão cede um testemunho pessoal ao público revela-se, contrariamente ao verificado anteriormente, um motivo pouco expressivo, com apenas três nomeações. No âmbito das motivações etiquetadas pela referência 'outro', podemos ainda

³⁸⁵A entrevista completa consta do Apêndice 35.

sublinhar quatro, que se colocaram relativamente à urgência de esclarecer opiniões pouco formadas pelo público, a indignação sentida em relação à notícia, os comentários de outros utilizadores e, finalmente, um inquirido que se sentiu compelido a contribuir para informar os restantes leitores. Os apelos feitos pelo jornal para participar, a necessidade de combater a solidão ou isolamento e ainda o comentário influenciado por amigos, familiares ou desconhecidos que não chamaram à atenção de qualquer inquirido.

Lendo estes dados, Hugo Torres concorda com a extensão do impacto das notícias como forma de mobilização à participação, referindo outro aspeto curioso: «com o contexto da austeridade, com a situação do mundo e do país... quando o Presidente da República, o Primeiro-ministro ou outro responsável político fala, alguns leitores sentem-se logo em condições de comentar e fazer juízos». Esta questão relaciona-se porventura com um ponto anteriormente assinalado, que diz respeito às poucas possibilidades que os cidadãos anónimos têm de expressar os seus entendimentos no espaço público:

«por vezes, as caixas de comentário são a única forma de muitos deles terem um espaço de contacto com muita gente. É verdade que as pessoas têm as suas próprias redes sociais, com 500, 100 amigos, mas no Facebook do PÚBLICO chega a 300 mil pessoas, no site a milhões de utilizadores, portanto, há uma vontade de as pessoas serem ouvidas, mas por outro lado de se libertarem também».

Relativamente aos constrangimentos à participação, seguimos um procedimento idêntico ao caso do JN, pedindo aos inquiridos que mostrassem o seu nível de (dis)concordância sobre as afirmações apresentadas. Deste modo, entre obstáculos admitidos pelos leitores podemos destacar a pouca disponibilidade de tempo dos inquiridos para participar (14 citações), a eventual reflexão pouco estimulante dos comentários (7) e os seus reduzidos efeitos na vida quotidiana (5). Posteriormente, quatro inquiridos sublinharam o facto de que, por vezes, não se sentem úteis devido ao suposto elevado número de comentários. O mesmo número de concordâncias relativamente ao ponto que sugeria a repetição dos mesmos leitores nestes espaços ou até mesmo no que denunciava o vocabulário limitado dos participantes. Em três casos cada registámos afirmações que apontam à censura de comentários por parte do PÚBLICO online ou da pouca divulgação das formas de participação neste espaço.

Confrontado com algumas destas linhas de pensamento, o jornalista Hugo Torres identifica uma série de fatores críticos que podem interferir no processo de formação da opinião pública: «os níveis de literacia, os hábitos de consumo, a forma como lemos as notícias, a forma

como as figuras públicas comentam, tudo isto influencia no modo como o leitor comum interpreta a notícia. É muito difícil ultrapassar essa barreira invisível». Aliás, a dimensão substantiva dos comentários tida por vezes como pouco construtiva não reúne neste estudo de caso a apreciação negativa que verificámos nos anteriores. Para Torres, este elemento é merecedor de uma análise cuidada. Lembrando que os leitores com ideias «mais vincadas, tendem a participar mais, pela simples razão de terem ideias muito enraizadas, afirmando-as de forma veemente e cabal», o gestor de redes considera que, da mesma forma que no caso de assuntos sobre Ciência existe um conjunto de participantes com elevado poder de argumentação, existirá uma outra fatia de leitores com agendas próprias de atuação, ao nível do discurso visceral, pouco ponderado e meramente reativo. A qualidade da escrita, um aspeto igualmente decisivo, é recordado pelo responsável, uma vez que refere a existência de determinados comentadores que, ao entrarem naquele espaço participativo para diminuir a qualidade do debate, acabam por afastar quem inicialmente se deslocou até esses circuitos para promover uma discussão saudável e de qualidade.

4.5.5 Relação dos inquiridos com outros espaços participativos nos média

Neste caso, 18 dos 25 inquiridos confirmaram já ter participado em caixas de comentário *online* de outros média. Neste particular, as edições eletrónicas dos diários portugueses reúnem o maior número de participantes (17), num nível distinto dos cinco que participaram em semanários de informação portugueses. Contudo, a possibilidade de comentário *online* estendeu-se igualmente a alguns média estrangeiros (quatro nomeações), o mesmo valor registado nas revistas de informação nacionais *online*. Num patamar menos significativo, apenas um inquirido já comentou na página da Internet de uma rádio portuguesa, enquanto nenhum dos participantes interveio em espaços de opinião pública das televisões nacionais. Num total de 18 inquiridos que já comentaram na página *online* de outros média, apenas quatro apresentam algum tipo de filiação, sendo que a preferência de todos recai na edição de outros jornais portugueses.

4.5.6 Entre o presente e o futuro das caixas de comentário das notícias *online*

No derradeiro conjunto de variáveis, apontámos à atualidade e ao futuro deste espaço participativo. Questionados se o sentimento de crise económica, financeira e social que o país atravessa pode levar a maiores níveis de participação nos meios de comunicação social, 19 inquiridos seguiram esta ideia, ainda que cinco tenham assinalado que lhes parece indiferente esta relação. Um dos inquiridos considerou ainda que este cenário não levará a maiores índices de intervenção popular nos média. Por outro lado, os leitores mostraram-se favoráveis à eventual necessidade de continuar a promover formatos de opinião pública como as caixas de comentário nos jornais *online*, nomeadamente em 22 casos, embora três tenham denunciado que esta aposta deve manter-se como se encontra na atualidade. Finalmente, as sugestões que os inquiridos deixam à nossa reflexão, no sentido de melhorar este formato de comentário às notícias *online*. De facto, 12 participantes demitiram-se desta possibilidade, sendo possível registar 13 sugestões.

A gestão de comentários mereceu o interesse mais particular destes inquiridos. As seis sugestões incluídas nesta categoria variam entre a defesa do modelo vigente na moderação das contribuições dos leitores nestes espaços, através da continuação do mesmo, à proposta de novos modelos de gestão, idênticos aos utilizados no portal *Yahoo Answers* (através da auto-moderação) ou do Youtube (sistema de pontuação e *ranking* dos comentários mais valorizados pelos leitores), seguindo informações recolhidas junto dos inquiridos. Outras interpretações a este propósito pedem que se melhore a censura aos prevaricadores, especialmente aos que se desviam dos padrões de urbanidade da linguagem, ao mesmo tempo que exortam um olhar mais atento e atualizado da equipa de jornalistas do PÚBLICO aos comentários considerados ofensivos. Quanto à publicação de comentários (segunda categoria de sugestões mais registada, com cinco), dois pedem que se diminua o tempo de publicação das reações dos leitores às notícias, outros dois sugerem o aumento do espaço de caracteres disponível para o comentário (novamente observamos a tendência verificada anteriormente, que coloca os participantes numa vontade expressa de participar mais) e ainda um inquirido que denuncia a possibilidade de os jornalistas aprofundarem os temas recorrendo, eventualmente, aos textos desses mesmos comentários. No âmbito das sugestões isoladas, um dos participantes não concorda com a hierarquização dos comentários, em termos do seu posicionamento, baseado na forma de participação, referindo que os comentadores que intervieram através do Facebook não deveriam

surgir destacados, em relação aos outros. Por outro lado, um dos inquiridos sugeriu que os comentários mais valorizados pelos leitores sejam inscritos na versão impressa do jornal, algo que já ocorre na atualidade, ainda que com pouca expressão.

Em jeito de resposta a algumas destas questões, Hugo Torres referiu que a recente criação de um novo modelo de gestão de comentários resulta que ainda tenham uma ideia pouco rigorosa do seu impacto. Contudo, relativamente à sugestão de aumento do número de caracteres no comentário, o jornalista foi taxativo: «os 800 caracteres foi um número que inventámos, se fossem 750 seria o mesmo, um limite adequado para expor uma ideia qualquer. Mais do que isto, seria excessivo». Neste sentido, relembra que a intervenção do jornalista junto dos comentários às notícias que escreveu será uma alteração importante, para elevar a qualidade do debate».

De facto, depois de termos recolhido os dados ficou a ligeira sensação de que poderíamos ter aberto o horizonte amostral deste estudo e incluir outras notícias mais comentadas. Contudo, como desconhecíamos, à partida, a taxa de resposta verosímil, pelo risco de desequilibrar os inquiridos presentes em cada estudo de caso e pelo receio de insistir na repetição de inquiridos (que nas edições *online*) assumem uma questão particularmente difícil de controlar, ao contrário do inquérito administrado pelo telefone, não incluímos mais leitores na nossa base de dados do questionário.

5. A 'Educação para os Média' e a 'literacia mediática' na perspetiva de quem participa

Na parte final do questionário, demos espaço a duas questões que visam avaliar o nível de familiaridade dos inquiridos em relação aos conceitos de 'Educação para os Média' e 'literacia mediática', compreendendo eventualmente se conseguem ensaiar definições corretas. Tal como identificámos na primeira parte deste trabalho, o conceito de participação dos cidadãos nos média representa uma vertente que não tem escapado à atenção dos estudos nesta área do saber. Apesar de não nos determos com a complexidade e profundidade que este exercício poderia indicar, procuramos perceber se estes participantes em espaços de opinião pública nos

meios de comunicação portugueses entendem os conceitos apresentados e a sua inscrição nos movimentos participativos que protagonizam. Não consideraremos, pois, que o conhecimento e a definição correta destes termos evocam um sentido ‘alfabetizado’ mediaticamente dos inquiridos, contudo será um ponto de partida para entender o enquadramento individual a este respeito. Desta forma, para o conhecimento/desconhecimento considerámos uma série de quatro indicadores: ‘Sim’; ‘Sim, mas não consigo dizer em que consiste’; ‘Não’; ‘Não, mas pelas expressões posso tentar depreender o que significa’. Em relação às propostas de definição, considerados dois níveis, entre ‘correta/suficiente’ e ‘incorreta/insuficiente’, consoante se aproximavam dos pontos discutidos na reflexão teórica respeitante a este tema.

5.1 Pelos participantes no *Fórum TSF*

Reconhecendo, em primeiro lugar, o (des)conhecimento dos inquiridos em relação aos dois conceitos apresentados, podemos concluir que a maioria deles considera já ter ouvido falar de uma das expressões apresentadas (44 em 65), embora 10 não tenham conseguido propor uma definição. Dos 21 casos em que não existia qualquer conhecimento, dois tentaram ensaiar um entendimento, especulando sobre esses termos. Deste modo, encontrámos 36 propostas de enquadramento conceptual. Ora, no seio destes inquiridos, a maioria conseguiu, de facto, apontar traços corretos ou suficientes para concretizar uma ideia aproximada de EpM ou ‘literacia mediática’³⁸⁶, onde apenas seis evidenciaram considerações desajustadas e insuficientes sobre as matérias analisadas e os restantes 30 demonstraram ter um nível apropriado. Ao longo de questões de resposta aberta, fomos tomando nota das principais ideias que compunham os diversos entendimentos, pelo que obtivemos uma matriz de interpretações constante da tabela 35:

³⁸⁶ Não seria justo afirmar que as definições apontadas encerram um nível elevado de consideração teórica sobre os conceitos, uma vez que apenas se pedia uma ideia próxima.

Tabela 35 – A natureza das definições corretas ou suficientes dos inquiridos do *Fórum TSF*

Definição apresentada pelos inquiridos	Número de citações
Compreender a linguagem dos média	13
Perceber a cultura transmitida pelos média	5
A capacidade do cidadão em interagir e expressar-se nos média	4
Aumentar a formação das pessoas através das novas tecnologias	3
A capacidade do cidadão em ser crítico em relação aos média	2
Entender a notícia e decifrá-la	2
Relacionamento das pessoas com novas tecnologias de comunicação	1
Promoção da cidadania através dos média	1
Contribuir para melhorar a sociedade através do trabalho dos média	1
Total	32

Fonte: Elaboração própria.

O foco reside na compreensão da linguagem (13 apontamentos) e da cultura transmitida pelos média (5). Poderíamos eventualmente ter antecipado que os inquiridos justificariam estes conceitos no enquadramento da participação em espaços de opinião pública, como hipótese mais assinalada, o que não sucedeu. A capacidade do cidadão em relacionar-se com os média recolheu apenas quatro registos. Neste sentido, verificamos ainda a pouca inclinação em colocar os termos apresentados no âmbito das tecnologias, da cidadania ou da capacidade de espírito crítico em relação ao trabalho dos média. Por outro lado, as seis pessoas que revelaram definições erradas especularam em torno da informática, da isenção dos jornalistas ou até mesmo de um suposto curso de pós-graduação. As seis definições foram as seguintes, textualmente: «a profissionalização dos órgãos de comunicação social»; «a linguagem que utilizam as diferentes culturas»; «é o aumento das novas tecnologias»; «algo relacionado com informática»; «a deficiente formação dos jornalistas»; «é um curso de pós-graduação que vai abrir em breve». Podemos provavelmente adensar este debate recorrendo ao cruzamento destas questões com outras variáveis, nomeadamente como é que o (des)conhecimento das expressões estudadas e as definições propostas se contextualizam quanto à educação escolar e ao rendimento³⁸⁷. Desta forma, avaliemos esta questão recorrendo aos níveis de formação:

³⁸⁷ Partindo, por isso, deste importante viés. As leituras que se podem produzir de um entendimento mais profundo desta variável terão de respeitar uma certa estrutura desequilibrada dos inquiridos neste aspeto, uma vez que a maioria se concentra numa formação superior e auferem um rendimento acima de dois salários mínimos.

Tabela 36 – As variáveis atinentes à ‘Educação para os Média’ e a correspondência com o nível de escolaridade pelos inquiridos do *Fórum TSF*

Variáveis	Indicadores	Nível de escolaridade				Total
		Primário	Básico	3ºCiclo	Secundário	
Conhecimento	Sim	1	2	2	10	15
	Sim, mas não consigo dizer em que consiste	0	1	0	1	2
	Não	2	0	1	6	9
	Não, mas pelas expressões posso tentar depreender o que significa	0	0	0	0	0
Total		3	3	3	17	26
Definição	Correta/suficiente	0	2	1	8	11
	Incorreta/insuficiente	1	0	1	2	4
Total		1	2	2	10	15

Fonte: Elaboração própria.

Parece claro que os inquiridos com um percurso escolar mais prolongado tendem a apresentar uma certa familiaridade com os conceitos estudados e até propor definições corretas ou suficientes. Dos 10 com habilitações do ensino secundário, apenas dois definiram errada ou insuficientemente as expressões analisadas. Por sua vez no ensino superior, dos 31 licenciados, 22 já ouviram falar do tema e dos que se atreveram a sugerir uma definição, apenas dois em 15 falharam, sendo os únicos com habilitações académicas superiores a errar neste sentido. Os inquiridos com grau de mestre parecem reconhecer os termos e sugerem definições corretas (apenas um erro). Nos casos pontuais do doutoramento e bacharelato, o primeiro reconheceu as expressões e foi bem-sucedido nas definições, enquanto o último nunca ouviu falar sobre os temas apresentados.

Quanto ao rendimento, os dados constantes da tabela 37 evidenciam, de algum modo, a tendência de inquiridos posicionados favoravelmente numa categoria superior do rendimento em apresentarem definições corretas (27/29), apesar de na questão da familiaridade esta divisão se esbater, mantendo-se o conhecimento (36 contra 19 que desconhecem). Os participantes situados numa margem intermédia denotam conhecimento, na sua maioria, embora os seis aí colocados se dividirem quanto à validade das expressões enunciadas (três corretos e outros três incorretos).

Tabela 37 – As variáveis atinentes à ‘Educação para os Média’ e a correspondência com rendimento do agregado familiar

Variáveis	Indicadores	Rendimento agregado familiar			Total
		Abaixo de um salário mínimo	Entre um e dois salários mínimos	Acima de dois salários mínimos	
Conhecimento	Sim	1	6	27	34
	Sim, mas não consigo dizer em que consiste	0	1	9	10
	Não	0	2	17	19
	Não, mas pelas expressões posso tentar depreender o que significa	0	0	2	2
Total		1	9	55	65
Definição	Correta/suficiente	0	3	27	30
	Incorreta/insuficiente	1	3	2	6
Total		1	6	29	36

Fonte: Elaboração própria.

5.2 Pelos participantes no *Opinião Pública* da SIC Notícias

Ao longo de 47 depoimentos, conseguimos reunir 22 sugestões de definição relativas aos conceitos estudados. Em matéria de familiaridade com estes termos, 29 responderam que conhecem os termos, embora oito deles se tenham escusado a apresentar qualquer proposta. Contudo, dos 17 que nunca tinham sido confrontados com a EpM ou a literacia mediática, apenas um se sentiu capaz de, ainda assim, ensaiar uma proposta de definição. Neste estudo de caso, o nível de respostas pareceu mais satisfatório, uma vez que das 22 apresentadas, apenas decidimos rejeitar uma³⁸⁸. Recorrendo à tabela 38, observamos a dimensão das definições apresentadas pelos inquiridos relativamente aos conceitos estudados:

³⁸⁸ De um inquirido que definiu desta forma: «diz respeito à deficiente formação dos jornalistas».

Tabela 38 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos, pelos inquiridos do *Opinião Pública*

Definição apresentada pelos inquiridos	Número de citações
Compreender a linguagem dos média	9
A capacidade do cidadão em interagir e expressar-se nos média	6
Acompanhamento da atualidade noticiosa	5
A capacidade do cidadão em ser crítico em relação aos média	2
Promoção da cidadania através dos média	1
Aumento da formação das pessoas pelas novas tecnologias	1
Total	24

Fonte: Elaboração própria.

Contrariamente ao caso anterior, o âmbito destas definições não é propriamente complexo. Em todo o caso, as interpretações não são radicalmente distintas das já apresentadas, nomeadamente ao nível da compreensão da linguagem dos média (novamente a mais citada, em 9 casos), seguida do ponto que coloca os conceitos junto de uma conceção interativa dos cidadãos em espaços participativos (6). Comparativamente ao estudo anterior, cinco considerações acrescentaram um dado novo, no acompanhamento da atualidade noticiosa, um posicionamento distante das restantes que sublinharam a formação de um espírito crítico, a promoção da cidadania através dos média e ainda a formação individual recorrendo às novas tecnologias.

Tentando novamente cruzar olhares, parece neste caso que o conhecimento sobre os termos não dependerá exclusivamente do fator de instrução. Dos 26 inquiridos com formação escolar até ao ensino secundário, 15 conheciam os termos apresentados, da mesma maneira que 13 em 21 indivíduos com estudos superiores. Para perceber de forma mais fina o peso destes agentes nos seus conjuntos referenciais, podemos arguir que é nos participantes com ensino superior que o conhecimento é maior (62%³⁸⁹), em comparação com os 58% no outro grupo. Por isso, podemos, ainda que com algumas reservas, admitir que um percurso académico ao nível superior pode ser elemento facilitador do conhecimento dos termos analisados. Quanto ao rendimento e a sua expressão neste ponto da nossa análise, referimos novamente que a concentração dos inquiridos na categoria ‘acima de dois salários mínimos’ (36 em 37) constrange a possibilidade de outros cruzamentos. Na verdade, ‘abaixo de um salário mínimo’ recolheu apenas um inquirido, tal como na categoria ‘um salário mínimo’ pelo que

³⁸⁹ Arredondado à unidade.

estas respostas pontuais induzem a um parco interesse sobre o conhecimento dos termos estudados. Contudo, das nove pessoas que estão inseridas num agregado familiar com um vencimento bruto entre um e dois salários mínimos, seis conhecem os termos perante três que regem em sentido oposto. Por fim, das 36 que se enquadram no estrato seguinte, 22 mostraram-se conhecedoras dos conceitos, em oposição às restantes nove. Curiosamente, no que diz respeito à eventual validação das definições posteriormente propostas pelos inquiridos, a única resposta considerada incorreta ou insuficiente foi dada por um inquirido com um nível de formação equivalente ao bacharelato, com rendimento superior a dois salários mínimos, uma situação que traduz dignamente o possível risco de deduções que possamos fazer neste caso.

Comentando alguns destes casos, a apresentadora do *Opinião Pública* admite que, ao longo do seu trajeto de duas décadas na SIC, tem identificado uma certa ‘profissionalização’ dos cidadãos em relação ao modo como se comportam e interagem com os média. «Perceberam que se forem mais dramáticos e emotivos, conseguem ter mais espaço. Se forem excessivamente racionais, menos expressivos, não têm esse espaço. Hoje, quando as pessoas têm o microfone à frente, perdem mais a espontaneidade», apontava Carla Jorge de Carvalho. A moderadora concordou com o facto de as pessoas compreenderem agora um pouco melhor as mensagens veiculadas pelos jornalistas, além de registar um comportamento mais civilizado: «até percebem os limites, quando não vão poder falar mais. Já há esse tipo de conhecimento. Relativamente ao programa, penso que as pessoas souberam adaptar-se ao formato, ao tempo das suas intervenções».

5.3 Pelos participantes nas *Cartas do Leitor* do Jornal de Notícias

Testando os conhecimentos dos inquiridos relativamente a estes termos³⁹⁰, concluímos que a maioria (20 em 31) apresenta algum grau de familiaridade com os conceitos evocados. Contudo, sete destes inquiridos não conseguiram propor uma definição. Por outro lado, dos 11 inquiridos que nunca ouviram falar destes conceitos, quatro arriscaram-se a sugerir uma definição de um dos termos. Em suma, conseguimos reunir 17 interpretações neste contexto.

³⁹⁰ Nota que a administração do questionário via *online* pode ter levado a um problema nesta questão. Tal como no estudo de caso seguinte, os inquiridos podem ter realizado uma simples busca na Internet para responder a esta pergunta, contornando assim eventuais deficiências que pudessem manifestar no (des)conhecimento relativo aos conceitos abordados. Em todo o caso, a forma como os inquiridos descreveram autonomamente estes termos não suscitou qualquer sinal de desconfiança a este nível.

Neste sentido, considerámos 13 como corretas ou suficientes e sete foram categorizadas como incorretas ou excluídas. A distribuição desses entendimentos encontra-se expressa na tabela 39:

Tabela 39 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos das *Cartas do Leitor* do JN

Definição apresentada pelos inquiridos	Número de citações
Compreender a linguagem dos média	4
A capacidade do cidadão em interagir e expressar-se nos média	2
Acompanhamento da atualidade noticiosa	2
A capacidade do cidadão procurar os média para formar uma opinião	2
Trata a forma como as pessoas acedem aos média	1
Desenvolvimento de um espírito crítico relativamente aos média	1
Promoção da cidadania através dos média	1
Aumento da formação das pessoas pelas novas tecnologias	1
Total	14

Fonte: Elaboração própria.

Os inquiridos voltam a referir aspetos próximos entre si. Tendo em conta os quatro apontamentos referentes à compreensão da linguagem dos média, novamente o item mais registado, podemos incluir outros dados a esta reflexão que ainda não tinham sido assinalados. Embora com uma expressão residual e praticamente inexpressiva, um inquirido referiu o acesso como elemento fundamental e outro colocou a questão de os cidadãos procurarem os média para formularem as suas próprias opiniões sobre a realidade. No âmbito das quatro definições incorretas ou insuficientes, julgámos que as seguintes expressões não traduziram convenientemente o sentido proposto: «técnica de falar para as massas, sobretudo nas sociedades de consumo capitalistas»; «penso que é uma tentativa de 'formatar' a opinião pública»; «algo com pouco interesse para o futuro e para a cultura»; «tem a ver com o facto de o título não condizer com o conteúdo».

Por último, atentemos nestes dados recorrendo ao entendimento cruzado com outras variáveis, como a instrução e o rendimento. Novamente somos influenciados pela premissa de que uma educação ao nível do ensino superior pode predispor a um (re)conhecimento dos termos analisados: 9 em 12 participantes integrantes neste perfil afirmaram já ter ouvido referências aos conceitos abordados. Até ao secundário, a proporção estabelece-se nos 11 inquiridos num total de 20. Tentando, por outra via, perceber o (des)conhecimento das expressões analisadas a partir do rendimento do agregado familiar, podemos concluir de novo

que um rendimento superior, neste caso acima dos dois salários mínimos, sugere porventura uma maior probabilidade de os inquiridos conhecerem os termos: dos 24 participantes nesta categoria, 17 responderam positivamente. No nível, 'entre um e dos salários mínimos', o equilíbrio é notório com os quatro leitores a repartirem-se equitativamente pelas respostas 'sim' e 'não'. Por fim, os dois inquiridos com rendimentos inferiores ao salário mínimo dispersam-se pelas duas alternativas de resposta consideradas.

5.4 Pelos participantes nas caixas de comentário do PÚBLICO online

Neste caso praticamente todos os inquiridos afirmaram conhecer as expressões apresentadas. Das 20 pessoas que reagiram neste sentido, apenas 16 responderam ao desafio de sugerir uma definição, ao contrário de quatro. Três confessaram nunca ter ouvido falar a respeito, um não respondeu e outro referiu que, ainda que nunca tenha sido confrontado com o assunto, podia tentar ensaiar uma proposta de definição. Em suma, recolhemos 17 interpretações das quais apenas três considerámos incorretas ou insuficientes. Relativamente ao âmbito das afirmações com valorização positiva, registámos a seguinte distribuição de apontamentos, como expressa a tabela 40:

Tabela 40 – A natureza das definições consideradas corretas ou suficientes apresentadas pelos inquiridos das caixas de comentário do PÚBLICO online

Definição apresentada pelos inquiridos	Número de citações
Trata a forma como as pessoas acedem aos média	6
Desenvolvimento de um espírito crítico relativamente aos média	6
Conhecimento do modo de funcionamento dos média	5
Forma como o cidadão entende e contextualiza a notícia	3
Dominar as ferramentas tecnológicas para intervir nos média	2
Total	22

Fonte: Elaboração própria.

Como podemos observar, os inquiridos não seguiram a inclinação dos estudos anteriores, na medida em que preferem abordar dois conjuntos de questões, ambos com seis citações: a forma como o cidadão acede aos média e o desenvolvimento de um espírito crítico relativo às mensagens veiculadas por esses agentes de mediação. O conhecimento do

funcionamento dos órgãos de comunicação social – um aspeto novo que foi assinalado por cinco vezes – junta-se aos entendimentos sobre a contextualização das notícias e o domínio das ferramentas tecnológicas para participar em espaços participativos. As restantes três definições, consideradas incorretas ou insuficientes, abordaram exclusivamente o ‘uso das tecnologias informáticas’, uma expressão que resume bem o entendimento superficial, pouco esclarecido. Se optarmos por analisar este nível de familiaridade com o rendimento, podemos sugerir igualmente que dos 19 inquiridos com um rendimento superior a dois salários mínimos – a maioria – 15 demonstraram conhecer o tema. Os cinco inquiridos que desconheciam os conceitos apresentam um rendimento inferior a um salário mínimo (um caso) e outros quatro com um rendimento típico da categoria maioritária.

6. Leitura de resultados genéricos

Uma das etapas mais interessantes deste percurso consistiu no contacto com os inquiridos e participantes nos vários espaços participativos definidos para este projeto de investigação. Como vimos, recorremos a duas modalidades de administração dos questionários, entre o telefone no caso da TSF e da SIC Notícias e uma plataforma *online* no caso do Jornal de Notícias e do PÚBLICO online. A experiência de contacto pelo telefone teve a vantagem natural de termos acesso a uma compreensão mais ampla sobre a forma como os inquiridos olham para esta temática da participação dos cidadãos nos média. De um modo geral, entre os participantes da TSF e da SIC Notícias existiu praticamente um espírito permanente de colaboração com o estudo apresentado. Houve espaço para considerações genéricas, particulares, preconceitos, divagações desnecessárias, entre outros pontos de discussão. Após longas horas em que foram feitas centenas de questões aos participantes, ficámos com a sensação de que seria talvez possível realizar um estudo independente sobre a forma como os cidadãos entendem a missão destes programas no quadro editorial dos média. Entre depoimentos curtos e outros mais longos, podemos afirmar que cada chamada telefónica durou, em média, cerca de 10-12 minutos, em linha com o previsto e advertido inicialmente aos inquiridos. Contudo, uma fatia importante dos contactos excedeu a referida média, uma vez que, por uma questão de bom senso, delicadeza no trato, respeito e boa educação, foi permitida aos participantes alguma margem para se alongarem sobre determinados assuntos, sem que isso se revertesse necessariamente em apontamentos profícuos para o trabalho em curso. Para além da

facilidade no acesso às respostas, constatámos igualmente que os problemas pessoais dos cidadãos resultavam, frequentemente, num tom de conversa marcado fortemente pela emoção, revolta e indignação, quase como se estivessem em direto no programa. Naturalmente que esta relação de descarga de emoções nasce de uma determinada familiaridade com o programa, o apresentador, os temas e a rotina diária em que todos estes agentes operam, de segunda a sexta-feira. Daí que pontualmente tenhamos observado diversas opiniões sobre o *Fórum TSF* e o *Opinião Pública*, nos termos de «gente culta e inteligente», «profissionais dedicados e com muita experiência em comunicação», percepções que quando extraímos da espontaneidade dos inquiridos, revelam, em tese, o carácter vernáculo destas considerações.

Esta disponibilidade em responder às questões representa, no nosso modo de ver, uma extensão de uma característica específica destes inquiridos. De um modo praticamente transversal, lidámos com indivíduos disponíveis para conversar, dar as suas opiniões, realizando os seus juízos críticos e mesmo em questões mais sensíveis de natureza privada – revelação das filiações associativas e do rendimento do agregado familiar – não registámos uma inibição nas respostas. Em certos momentos, parecia que os inquiridos se imaginavam de novo aos microfones do programa, devido à explanação, muitas vezes em demasia, em várias respostas. Esta avidéz em ser-se ouvido, escutado, levado em conta e consideração, poderiam eventualmente constituir um mote sobre os estímulos mais profundos da vontade de participar em espaços de opinião pública ou de, eventualmente, realizar algum trabalho de âmbito psicanalítico mais denso sobre estas questões.

A familiaridade com que diversos inquiridos falaram sobre o programa revela bem o nível de proximidade que a rádio e televisão criam. O nível de pormenor dos apontamentos assinalados, em muitas vezes decorrentes de várias divagações exteriores às questões do inquérito, condiz com um certo sentimento de que estes programas de auscultação pública produzem um efeito bem particular de inscrição na vida de algumas pessoas. Este facto acaba por conferir a este grupo de pessoas uma sensação bastante confortável de satisfação com os programas e os seus intervenientes, ainda que, ao nível das opiniões veiculadas, possam divergir em diversos pontos.

Porém, o carácter «único» do programa, adjetivo frequentemente pontuado pelos participantes, serviu de crítica e comparação com outros modelos de opinião pública existentes noutros espaços mediáticos nacionais. Os elogios constituem, assim, uma marca quase transversal à análise destes programas, ao mesmo tempo que ligeiras críticas são assinaladas a

outros formatos idênticos, sem, no entanto, existir um clima de aversão, desconfiança e repúdio em relação a outros programas. A propósito de outros formatos, a decisão de eliminar o programa *Linha RTP*, em janeiro de 2012, deixou vários inquiridos sem resposta e justificação quanto ao fim deste espaço na RTP Informação. Tendo em conta que vários destes inquiridos marcavam presença regular nesse momento televisivo, foram várias as vozes que especularam sobre o encerramento inadvertido do programa. A ausência de explicações sobre esta medida acaba por ser uma forma de potenciar os níveis de suspeita, já que diversas pessoas manifestavam a crença em fatores como a censura ou o corte de pessoal como explicações plausíveis para o encerramento daquele programa. Por acréscimo é a reputação do canal público que permanece frágil, numa demonstração de claro desrespeito pelos telespectadores. Por último, no segmento do contacto telefónico, podemos ainda registar algumas situações que configuram apenas perceções, sem que tenham sido objeto de um estudo pormenorizado. Durante as quatro semanas em que se processou o contacto telefónico com os ouvintes do *Fórum TSF*, notou-se que muitas das pessoas inquiridas se deslocaram para a zona de comentário *online*, ao nível do *Fórum online* e até mesmo do Facebook da rádio. Através da análise dos participantes nesse segmento em particular, houve um reconhecimento de diversos nomes de inquiridos que se mostraram surpreendidos com a possibilidade técnica de comentário através da Internet e exploraram essa via de interação com o programa.

Relativamente à implementação dos inquéritos por questionário através da plataforma *online* do LASICS da Universidade do Minho, o contacto foi mais impessoal. Nos inquiridos do JN e do PÚBLICO online, verificámos novamente uma confusão. Alguns enviaram para o endereço promotor do questionário, textos que interpretámos como possíveis cartas do leitor, deixando à nossa consideração a sua publicação no jornal. No momento que coincidiu com o final da redação deste texto, tomámos conhecimento de uma reunião realizada no final de 2012, no Porto, em que alguns leitores que enviam regularmente os seus textos para diversos títulos da imprensa nacional começaram a preparar a publicação de um livro sobre as suas experiências neste contexto. Por outro lado, o contacto por *e-mail* permitiu ainda a interpelação dos leitores em diversas ocasiões, como por exemplo as seguintes:

«sendo matéria de estudo por parte de V.Ex.^a, dou-lhe nota de uma suspeita, de alguma desconfiança que temos, sobre a aceitação ou recusa ou até do tratamento dado pelo JN a alguns leitores, que ousam ter uma opinião que incida sobre o jornal onde se pretende ver editada a nossa crítica. Impossível publicar. Seja por definição editorial, ou simplesmente por má redação, ou porque a matéria não é do agrado do

jornal, o leitor crítico que insiste em não alinhar com o posicionamento do jornal em matérias diversas, acaba por ser posto 'fora de jogo' senão irradiado, a partir dessa ousadia . Fecham-lhe a entrada da carta a partir do momento em que figura numa espécie de lista negra de e-mails. Não sei se isto é uma verdade ou só suspeita, ignorância nossa, ou ainda coincidência, mas às vezes o que parece, é. Gostava de saber a sua opinião. Cumprimentos».

«meu caro doutor, envio-lhe um texto que traduz bem o que lhe quis dizer na última nota, e que é exemplo do tipo de carta que o JN rejeita. É sobre um artigo do 'bocas' Manuel Serrão, publicado hoje, que tem a cobertura oficial do jornal e que não admite qualquer reparo ou discordância. Um abraço».

«Já leu a minha carta? O que tem a dizer?»

Após termos percebido algumas circunstâncias que se colocaram à implementação dos inquiridos, olhamos a generalidade dos dados recolhidos para consolidar entendimentos mais consistentes sobre as variáveis estudadas, comparando os diversos casos entre si.

6.1 Resultados globais numa perspetiva comparada

Ao longo das próximas linhas, procuraremos olhar a natureza individual de cada estudo de caso, comparando entre si os resultados mais expressivos. Aliás, neste mesmo sentido, desenvolveremos um conjunto de reflexões que abordam cada um dos estudos de caso, sublinhando os aspetos mais expressivos:

6.1.1 Caracterização dos inquiridos em termos sociodemográficos

Tal como surge na tabela colocada no final deste ponto (tabela 41), apesar de reconhecermos a disparidade no número de inquiridos em cada estudo de caso, parece-nos que os 168 participantes contactados transmitiram informações pertinentes. De acordo com a intenção de conhecer as características que se prestam a um maior conhecimento do público participante português, em termos das variáveis sociodemográficas não existem diferenças substanciais entre os programas/formatos abordados. Deste modo, a variação das médias de idade compreende um limite curto – entre 46 e 55 anos – sendo que no PÚBLICO online a idade dos inquiridos foi a mais baixa das registadas (46) e no JN a mais elevada (55). Os exemplos da rádio e da televisão mostram, contudo, um público mais adulto que alarga inclusive as faixas etárias representadas até aos octogenários. Em relação ao género, a presença

masculina domina em todos os formatos considerados. Apenas no *Opinião Pública* e nas caixas de comentário do PÚBLICO online a tendência se modificou ligeiramente, com 13 e 11 mulheres respetivamente.

Quanto ao nível de instrução, a formação mais frequente coloca os inquiridos junto de um percurso escolar até ao secundário (81), uma lógica apenas contrariada pelos ouvintes do *Fórum TSF* (32) e pelos comentadores nas notícias *online* (13). A pós-graduação reúne um conjunto reduzido de indivíduos. Já a concentração geográfica dos inquiridos, ao nível da residência por distrito, confirmámos que apenas no caso do JN e do PÚBLICO online os participantes invertem a lógica dominante de Lisboa como região preferencial. Tomando os resultados de uma forma transversal, o distrito do Porto supera ligeiramente o de Lisboa (55 perante 46 da capital), ao mesmo tempo que a participação de distritos do interior, do sul e das regiões autónomas não tem uma expressão relevante, apesar de no PÚBLICO online termos registado quatro intervenções dos Açores.

A intervenção de uma fatia esmagadora de participantes em situação ativa representa 76,2% do total de inquiridos analisados, seguidos dos reformados (16,7%). Este grupo maioritário domina todos os espaços participativos considerados, exceção às *Cartas do Leitor* do JN. Desempregados (6,5%) e apenas um estudante compõem o restante panorama. Por outro lado, quanto ao rendimento mensal bruto do agregado familiar onde se inserem os participantes, percebemos que a colocação num patamar superior em termos económicos (acima de dois salários mínimos) dispõe favoravelmente os indivíduos à participação, em 134 dos 165 dos casos analisados³⁹¹. A categoria 'entre um e dois salários mínimos coloca-se no segundo posto, a uns longínquos 23 inquiridos.

Por último nesta categoria genérica de variáveis, verificamos que a maioria dos inquiridos não apresentou qualquer filiação associativa, em clubes, partidos políticos, sindicatos ou outras formas de envolvimento cívico organizado, representando um total de 58,93% do total. O *Fórum TSF* e o *Opinião Pública* registaram o maior número de filiações (32 e 39 respetivamente), enquanto nas *Cartas do Leitor* (18) e nas caixas de comentário *online* (4) seguem num patamar menos expressivo. De qualquer modo, a filiação em clubes parece ser a mais frequente, seguida dos partidos políticos e dos sindicatos. Aliás, essa forma de associação é a mais representada em todos os casos, exceto no PÚBLICO online onde dominaram os filiados em sindicatos.

³⁹¹ Três inquiridos selecionaram a opção 'não sei/não respondo'.

Tabela 41 – Variáveis sociodemográficas da globalidade dos inquiridos

		<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	Caixas de comentário das notícias <i>online</i>	Total
N.º de inquiridos		65	47	31	25	168
Idade	Média	47	52	55	46	
	Amplitude das idades	25 - 82	25 - 80	22 - 73	28 - 69	
Género	Mulher	1	13	2	11	27
	Homem	64	34	29	14	141
Nível de instrução	Até ao secundário	26	26	20	9	81
	Graduação	32	15	8	13	68
	Pós-graduação	7	6	3	9	25
Distrito onde reside (os mais frequentes)	Lisboa	20	18	2	6	46
	Porto	15	11	21	8	55
	Braga, Viseu e Viana do Castelo	-	-	2	-	2
Situação profissional	Ativa	60	36	13	19	128
	Desempregado	4	1	4	2	11
	Reformado	1	10	14	3	28
	Estudante	-	-	-	1	1
Rendimento mensal bruto do agregado familiar	Abaixo de um salário mínimo	1	2	2	1	6
	Um salário mínimo	2	2	-	-	4
	Entre um e dois salários mínimos	7	9	4	3	23
	Acima de dois salários mínimos	55	36	24*	19**	134
Filiação associativa***	Nenhuma	39	23	17	20	99
	Partido político	6	7	7	1	21
	Clube	20	13	8	-	41
	Sindicato	2	9	3	3	17
	Outros	4	-	-	-	4

* Um inquirido não respondeu; ** Três inquiridos não responderam; *** Conta-se o número de filiações e não de indivíduos isolados. **Fonte:** Elaboração própria.

6.1.2 Modalidades de contacto dos inquiridos com os meios de comunicação analisados

A modalidade de contacto com um número mais expressivo de registos refere-se precisamente às páginas *online* dos meios analisados: 106 em 197 dos comportamentos interativos entre os cidadãos e os órgãos de comunicação visados restringiram-se ao *site*. A leitura de notícia domina em toda a linha, seguida da escuta e visionamento de programas, além do comentário às notícias publicadas *online*. Outra modalidade de contacto estará eventualmente relacionada com esta última, uma vez que o *e-mail* surge distante (48 citações), onde os inquiridos do JN lideram neste particular. Quanto aos principais motivos que orientam este contacto, uma boa parte dos movimentos participativos refere-se à exposição de críticas ao trabalho dos jornalistas, nomeadamente dos critérios editoriais subjacentes (20). Por outro lado, notamos ainda a sugestão de temas para reportagens (5) e as contribuições para a rubrica *Cidadão Repórter* do JN (5). No âmbito das interações promovidas pelo telefone (30), metade refere-se à necessidade que os ouvintes sentem em dar informações sobre o trânsito, enquanto no setor da correspondência postal a aposta parece residir nas reclamações junto dos critérios editoriais.

Em suma, podemos admitir que as páginas *online* desempenham um papel importante nesta interação entre os cidadãos e os média. Naturalmente teremos de admitir que as quatro modalidades de contacto consideradas exprimem compromissos distintos entre si, uma vez que o acesso ao *site* parece ser mais fácil e cómodo do que propriamente o telefone ou o *e-mail*, elementos que, no nosso entendimento, sugerem um esforço acrescido de envolvimento cívico. Contudo, do ponto de vista da participação ativa, teremos de sublinhar a inclinação destes participantes em manifestar queixas, reclamações ou críticas relativamente ao trabalho efetuado pelos média. No limite, poderíamos até sugerir que este conjunto de indivíduos desenvolve comportamentos participativos que não se resumem à intervenção nos espaços de opinião pública visados pela nossa investigação.

Tabela 42 - Modalidades de contacto na globalidade dos inquiridos com os meios de comunicação analisados

		<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	Caixas de comentário das notícias <i>online</i>	Total
Correspondência postal	Frequência	3	1	9	0	13
	Atividades recorrentes	Sugestão de temas para reportagem (1) Pedido de repetição de programa (1) Críticas editoriais (1)	Sugestão de tema para reportagem (1)	Críticas editoriais (5)	-	
Telefone	Frequência	15	9	6	0	30
	Atividades recorrentes	Dar informações sobre o trânsito (9) Sugestão de temas de reportagem (3) Críticas editoriais (3)	Informações sobre programação (5) Críticas editoriais (3)	Sugestão de temas para reportagem (2) Anunciar publicidade (2)	-	
E-mail	Frequência	5	10	27	6	48
	Atividades recorrentes	Críticas editoriais (4) Comentário no blogue Jogo Jogado (1)	Sugestão de temas para reportagem (5) Críticas editoriais (2)	Críticas editoriais (9) Cidadão Repórter (5)	Críticas editoriais (5) Contactar secções <i>online</i> (3)	
Site	Frequência	47	27	7	25	106
	Atividades recorrentes	Leitura de notícias (28 registos), Consulta de programas em <i>podcast</i> (16) Escuta da emissão em direto (16)	Ler notícias (24) Consultar programas <i>on-demand</i> (9)	Leitura de notícias (22) Comentar notícias (6)	Leitura de notícias (23) Comentar notícias (14)	
Total		70	47	49	31	197

Fonte: Elaboração própria.

6.1.3 Relação dos inquiridos com o espaço participativo analisado

Os nossos dados parecem apontar para uma certa ‘fidelização participativa’, uma interpretação que retiramos da análise de algumas variáveis. Em primeiro lugar, os inquiridos afirmam que seguem estes espaços com uma regularidade bastante assinalável, entre ‘todos os dias’ (em 23 casos no JN), entre ‘duas e três vezes por semana’ na TSF e na SIC Notícias e ‘a maior parte da semana’ no PÚBLICO online. Por um lado, a participação corresponderá a um movimento que, apesar de não remontar na maioria dos inquiridos ao início da dinamização destes programas/formatos abordados, que terá começado entre 2010 e 2007. Contudo, registámos que 23 inquiridos participaram, no momento da aplicação do questionário, pela primeira vez no *Fórum TSF*. Em todo o caso, a tendência será a de uma intervenção que não sendo propriamente recente também não parece bastante remota. Contudo, o caso mais expressivo desta ‘fidelização’ participativa encontra expressão mais evidente no caso das *Cartas do Leitor* do JN.

Em relação aos temas sublinhados como preferidos pelos participantes, podemos advertir desde logo para uma estruturação temática que parte do próprio entendimento das produções mediáticas em definir a orientação dos temas e assuntos abordados nestes formatos. Na verdade, depois de analisarmos os resultados nesta variável, seria porventura incoerente verificar um desfasamento entre temas recorrentemente levantados pelos média e as preferências dos inquiridos. Neste sentido, a política domina em todos os espaços, excetuando no PÚBLICO online, uma razão que dependerá naturalmente do nicho específico da notícia comentada, relativa a um tema educativo, ainda que com ligações às políticas. De resto, para além de a política ter sido a área temática mais referida (110 nomeações) surge a economia (44), o futebol (40) e a sociedade (30). Quanto à atribuição de um eventual impacto político, económico e cultural, parece que são os programas de opinião pública na rádio aqueles que conseguem despertar junto dos inquiridos uma maior propensão na crença de que podem realmente alterar o rumo das questões debatidas diariamente. Contudo, mesmo nestes casos, esta avaliação especulativa acaba por ser bastante modesta (média de seis) o que sugere um impacto moderado. No caso do JN e do PÚBLICO online, a expectativa diminui ligeiramente, sendo que nos inquiridos da notícia *online* mais comentada o valor de quatro indica um impacto pouco expressivo.

Nesta categoria, podemos ainda consultar três variáveis. No *Fórum TSF* e no *Opinião Pública*, a opinião global aponta para participantes ‘bastante’ satisfeitos, ligeiramente mais entusiastas do que os das *Cartas do Leitor* ou da caixa de comentários *online*. Relativamente às personalidades que exercem a função de comentário, parece que é no JN onde se lhes reconhece mais a variável ‘toda a credibilidade’, uma opinião mais comedida nos restantes casos, apesar de os inquiridos da TSF terem globalmente classificado o seu trabalho como meritório de ‘bastante credibilidade. Na SIC Notícias e no PÚBLICO online verificámos a predominância de uma avaliação que sugere ‘alguma credibilidade’. Por último, convidados a novo exercício especulativo, os participantes sublinharam aqueles que, na sua ótica, serão os motivos que justificam, do ponto de vista mediático, a criação dos espaços participativos analisados. Existem, por isso, três grandes justificações elencadas: a necessidade de auscultar a opinião dos cidadãos (54 registos), a urgência de cativar audiências (29) e a promoção da expressão livre e crítica dos leitores (27). O primeiro ponto surge até como o mais assinalado em todos os casos estudados, à exceção do JN. Num segundo nível, destacamos a intenção de permitir a discussão dos temas mais importantes da atualidade (13), de conhecer a opinião dos portugueses sobre um tema (10) e ainda o espírito informativo que envolve a dinamização destes espaços (9). No caso do PÚBLICO online, as respostas foram um pouco substantivas, marcadas por dois inquiridos que desconhecem as justificações que se podem permitir a este preceito, além de outros dois terem advogado que não existe qualquer razão em especial que leve o PÚBLICO a proporcionar este contacto com os seus leitores.

A análise dos inquiridos parece-nos apreciável, de uma forma transversal, apesar de registáramos algumas falhas na identificação de outros pontos fundamentais. De facto, sobretudo na rádio e na televisão, nenhum dos inquiridos especulou sobre a necessidade de combater uma certa quebra nas audiências ou mesmo terem assinalado o baixo custo que envolve a produção destes programas. Em igual sentido, no caso específico do fórum, nenhum foi igualmente capaz de destacar um dos principais motivos que reside na intenção da TSF em criar notícia com este programa, isto é, de conseguir que a discussão promova algum aspeto noticioso que possa ser integrado na antena da rádio. Posteriormente, ainda que se tenham referido sumariamente a esse ponto, parece que os inquiridos desvalorizaram o papel destes espaços em alargar a reflexão sobre um determinado assunto da atualidade. Registámos ainda a pouca expressão de justificação que coloca estes formatos numa lógica mimética a outros formatos existentes. Os dados globais encontram-se na tabela 43:

Tabela 43 – Relação da globalidade dos inquiridos com os espaços participativos estudados

	<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	<i>Caixas de comentário das notícias online</i>
Primeira vez que participou	2010-2007 (24)	2010-2007 (17)	Há mais de dois anos (22)*	Há mais de dois anos (7)**
Regularidade com que acompanha	Duas a três vezes por semana (29)	Duas a três vezes por semana (24)	Todos os dias (23)	A maior parte da semana (18)
Frequência de participação	Primeira vez (24)	Uma vez por mês (12)	2-4 vezes por mês (15)	1-5 por semana (13)
Temas preferidos	Política (38)	Política (33)	Política (24)	Educação (19)
	Economia (25)	Futebol (20)	Sociedade (20)	Política (15)
	Futebol (20)	Economia (19)	País (12)	Sociedade (10)
Atribuição de impacto	Impacto visível (37/65)	Impacto visível (26/47)	Impacto visível e impacto reduzido (22/31)	Impacto reduzido (16)
	Média: 6	Média: 6	Média: 5	Média: 4
Nível de satisfação	Bastante satisfeito (23)	Bastante satisfeito (20)	Satisfeito (15)	Satisfeito (10)
Credibilidade dos comentadores	Bastante credibilidade (32)	Alguma credibilidade (16)	Toda a credibilidade (15)	Alguma credibilidade (9)
Razões que justificam a existência do formato	Auscultar a opinião dos cidadãos (16)	Auscultar a opinião dos cidadãos (15)	Promover a expressão livre e crítica dos leitores (27)	Auscultar a opinião dos cidadãos (23)
	Permitir a discussão dos temas mais importantes da atualidade (13)	Conhecer qual é a opinião dos portugueses sobre um tema (10)	Cativar audiências (6)	Cativar audiências (23)
	Dar voz ao cidadão (10)	Informar os cidadãos (9)	Seguir tendências da concorrência (3)	Dialogar com os leitores (13)

*Cinco inquiridos não souberam apontar uma data.**12 não responderam.

Fonte: Elaboração própria.

6.1.4 Motivações e constrangimentos na participação dos cidadãos

Como explica a seguinte tabela 44, cruzámos a generalidade das motivações e dos constrangimentos com maior expressão no discurso dos inquiridos. De facto, o gosto que emerge da possibilidade de dar uma opinião sobre diversos temas da atualidade reúne a preferência de grande parte dos inquiridos, com 82 participantes num total de 168. Aliás esta justificação domina em todos os espaços considerados, excetuando no *Opinião Pública* e sendo mais expressivo nas *Cartas do Leitor* do JN. Por outro lado, o aspeto temático determina igualmente os movimentos participantes. Oito considerações sublinharam o carácter apelativo e interessante do tema em discussão na edição do programa onde participaram, embora este motivo se coloque apenas para os intervenientes na rádio e televisão. De qualquer modo, registámos o argumento que predispõe os participantes a debater temas que afetam as suas vidas quotidianas, em 23 ocasiões. Esta inscrição dos assuntos na realidade pessoal resultará provavelmente no motivo que consiste na necessidade de expressar a revolta que sentem relativamente à situação do país, em 18 casos. Dezasseis pretenderam apenas acrescentar algo à discussão (apenas no fórum), em igual número de frequências junto do gosto particular que partilham sobre o espaço participativo estudado. Verificámos ainda a pouca expressão de argumentos que sugerem a participação nos média como um sentimento de cidadania ativa (apenas em sete situações).

Tendo em conta as diferentes dinâmicas que se geram em torno dos espaços participativos estudados e do compromisso diferenciado que envolvem dos cidadãos, podemos pensar as motivações ao nível de dois grupos. Entre o *Fórum TSF* e o *Opinião Pública*, as lógicas são idênticas ao nível da participação dos indivíduos, do modelo de apresentação do tema, da presença do convidado, pelo que as motivações parecem igualmente não divergir entre si. Domina o gosto de dar uma opinião sobre um tema, além de expressar a revolta perante certas situações. O caso da TSF distingue-se pelo motivo assinalado relativamente à necessidade de acrescentar algo ao que estava a ser discutido pelos intervenientes e os participantes da SIC Notícias sugeriram a intenção de desmentir algumas das opiniões veiculadas no programa. Ora, nas *Cartas do Leitor* e na caixa de comentários *online*, como espaços onde o esforço participativo se realiza em torno da escrita, os motivos aproximam-se preferencialmente de uma afeição pelo formato, pelo jornal ou ainda pela intenção de dar um testemunho.

Em termos dos constrangimentos apresentados, tivemos acesso a uma lista extensa de argumentos que condicionam, no entendimento dos inquiridos, maiores níveis de participação. De uma forma genérica, percebemos aqui novamente dados que nos permitem consolidar a ideia de uma 'avidez participativa', isto é, a necessidade que estes agentes partilham em participar com maior frequência e com maior espaço ou tempo. Entre as considerações mais registadas, destacamos três: a impossibilidade de participar mesmo depois de ter feito a inscrição, devido à seleção da produção (válido apenas para os programas da rádio e da televisão, com 15 registos); o pouco tempo que manifestam para seguir o formato (assinalado apenas pelos inquiridos do PÚBLICO online, com 14 registos); e a alteração da dimensão e das ideias do texto original (no caso dos leitores do JN, com 14 registos).

Posteriormente, dificuldades ou críticas que sublinham a intervenção eventualmente excessiva, em termos de tempo, dos convidados e comentadores (rádio e televisão), a falta de divulgação das formas de participação (JN), a forma como o moderador do fórum interrompe as intervenções, a reflexão pouco estimulante dos comentários ou dos textos (JN e PÚBLICO online). Num nível menos expressivo, os inquiridos queixaram-se da seleção dos temas dos programas, os poucos efeitos que despertam na vida quotidiana, o pouco tempo dado aos participantes para falar, a eventual falta de ligação ao tema por parte dos convidados, a intervenção dos espectadores que se desviam do tema ou ainda o sentimento próprio de quem sente não ser útil devido à existência de muitos participantes.

Tabela 44 - Fatores críticos que conduzem à participação e à desmotivação participativa na globalidade dos inquiridos

	<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	<i>Caixas de comentário das notícias online</i>
Motivações	<p>Dar opinião sobre temas da atualidade (25)</p> <p>Acrescentar algo ao debate (16)</p> <p>Expressar a revolta que sinto com a atual situação do nosso país (12)</p> <p>O tema naquela edição era interessante (20)</p>	<p>O tema naquela edição era interessante (18)</p> <p>Dar opinião sobre temas da atualidade (12)</p> <p>Por uma questão de participação cívica ativa (7)</p> <p>Expressar a revolta que sinto com a atual situação do nosso país, desmentir opiniões erradas dadas no programa (6)</p>	<p>Dar opinião sobre temas da atualidade (27)</p> <p>Gosto deste formato (9)</p> <p>Gosto de ler o JN, gosto de debater temas que afetam a minha vida, para dar a conhecer o meu caso ao público (7)</p>	<p>Dar opinião sobre temas da atualidade (18)</p> <p>Gosto de debater temas que afetam a minha vida (16)</p> <p>Gosto deste formato (7)</p> <p>Gosto de ler o PÚBLICO online (6)</p>
Constrangimentos	<p>A intervenção dos convidados ocupa a maior parte do tempo (8)</p> <p>O moderador corta abruptamente a intervenção dos ouvintes (8)</p> <p>Não conseguir participar pelo telefone, mesmo depois da inscrição (7)</p> <p>A produção seleciona mal os temas (6)</p>	<p>Não conseguir participar pelo telefone, mesmo depois da inscrição (8)</p> <p>Pouco tempo dado aos participantes para falar, má seleção dos convidados pela falta de ligação ao tema, intervenção dos espectadores que se desviam do tema (5)</p>	<p>O JN altera a dimensão e as ideias do texto original (14)</p> <p>Falta de divulgação das formas de participação neste espaço (8)</p> <p>O vocabulário dos textos é limitado (7)</p>	<p>Pouco tempo para ler os comentários dos leitores às notícias <i>online</i> (14)</p> <p>Reflexão pouco estimulante dos comentários (7)</p> <p>Poucos efeitos na vida quotidiana (6)</p> <p>Sinto que não vou ser útil pelos muitos comentadores neste espaço (5)</p>

Fonte: Elaboração própria.

6.1.5 Relação do inquirido com outros espaços participativos nos média

Neste ponto podemos encontrar novos dados consistentes da ideia de ‘fidelização participativa’. A tabela 45 prova a multiplicação de movimentos participativos junto de outros formatos, pelo menos para 96 dos 168 inquiridos, enquanto 71 participaram apenas no espaço analisado. Deste modo, os inquiridos da TSF deslocam-se tendencialmente para outros formatos na rádio de opinião pública (17 casos), os leitores do JN escreveram regularmente para outros títulos de imprensa (11 em publicações de âmbito regional) e os comentadores *online* das notícias do PÚBLICO preferem participar em edições *online* de outros jornais portugueses (quatro registos apontaram para o comentário em páginas de média internacionais). A exceção desta tendência, os inquiridos da SIC Notícias preferem participar em espaços radiofónicos, desviando-se assim de uma intervenção em programas de opinião pública em televisões concorrentes.

Tabela 45 – A participação da globalidade dos inquiridos em espaços participativos nos média

		<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública*</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	<i>Caixas de comentário das notícias online</i>	Total
Participação em espaços participativos	Sim	34	23	21	18	96
	Não	31	23	10	7	71
Total		65	47	31	25	168

*Um inquirido não respondeu.

Fonte: Elaboração própria

6.1.6 Entre o presente e o futuro dos programas/formatos estudados

Com efeito, os inquiridos defenderam que a crise económica e financeira do país, à data da redação deste texto, poderia resultar em maiores níveis de participação dos cidadãos nos média, em 145 das 165 respostas recolhidas, uma opinião contrária a oito participantes e que 12 relativizaram, atribuindo uma relação causal ‘indiferente’. Por outro lado, olhando para o futuro, os inquiridos reagiram positivamente à questão que sugeria a aposta continuada dos meios nestes espaços participativos, em 156 das 166 das respostas dadas. Quatro participantes não seguiram esta linha de pensamento e seis definiram-na como ‘indiferente’.

Na parte final do questionário, encontramos as sugestões ou recomendações que os inquiridos deixam para eventualmente melhorar e reconfigurar os formatos participativos estudados. Na verdade, a grande maioria dos inquiridos (128) conseguiu encontrar argumentos para incluir nesta questão, apesar de 40 não terem optado pela mesma via. Será provavelmente neste ponto que encontramos dados mais consistentes que atestam o sentimento de 'avidez participativa', tal como já referimos anteriormente. Em traços genéricos, esta tendência demonstra-se nas considerações que procuram alargar o espaço destinado aos participantes para intervir: maior duração do programa e aumento do tempo de intervenção de ouvintes e espectadores, (19 e 14 registos, respetivamente); aumento do espaço destinado às cartas (14 registos); aumentar o número de caracteres na caixa de comentário (2), criar outros formatos idênticos (4), como explica a seguinte tabela:

Tabela 46 – Entre o presente e o futuro: o sentimento de crise económica e os níveis de participação nos média, a aposta neste formato e as sugestões dos inquiridos

		<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	Caixas de comentário das notícias <i>online</i>	Total
Crise económica e participação	Sim	55	45	26	19	145
	Não	5	–	2	1	8
	Indiferente	2*	2	3	5	12
Aposta e futuro	Sim	61	46	27	22	156
	Não	1	–	–	3	4
	Indiferente	3	–**	3***	–	6
Sugestões para reconfigurar o programa/espço participativo estudado	Maior duração do programa (12)		Maior duração do programa (7)	Aumento do espaço destinado às cartas (14)	Novo modelo de gestão de comentários, pela automoderação e <i>ranking</i> (6)	
	Aumentar o tempo de intervenção dos ouvintes (8)		Aumentar o tempo de intervenção dos espectadores (6)		Diminuição do tempo de publicação do comentário (2)	
	Passar o programa para a tarde (7)		Criar outros formatos idênticos, diminuir o tempo de intervenção dos comentadores, exigir uma maior isenção aos convidados, possibilitar a introdução de um anónimo na figura de comentador (4)	Evitar cortes excessivos no texto original (3)	Aumento do número de caracteres na caixa de comentário (2)	
	Permitir a participação de mais ouvintes (6)					

*Três inquiridos não responderam. **Um inquirido não respondeu *** Um inquirido não respondeu.

Fonte: Elaboração própria.

6.1.7 Percepções dos inquiridos sobre 'Educação para os Média' e 'literacia mediática'

Tal como pode ser observado na seguinte tabela, 84 inquiridos referiram conhecer as expressões apresentadas (113 casos), contrariamente a 54. Aliás esta tendência regista-se de igual forma em todos os espaços considerados. Relativamente às definições elencadas, a apreciação parece ser positiva, uma vez que 82 das 95 interpretações foram consideradas corretas ou suficientes, para apenas 13 que não tiveram a mesma avaliação.

Tabela 47 – Percepções genéricas dos inquiridos sobre 'Educação para os Média' e 'literacia mediática'

		<i>Fórum TSF</i>	<i>Opinião Pública</i>	<i>Cartas do Leitor</i>	Caixas de comentário das notícias <i>online*</i>	Total
(Des)conhecimento das expressões	Sim	34	21	13	16	84
	Sim, mas não consigo dizer em que consiste	10	8	7	4	29
	Não	19	17	4	3	43
	Não, mas pelas expressões posso tentar depreender o que significa	2	1	7	1	11
Proposta de definição	Correta/ suficiente	34	21	13	14	82
	Incorreta/ insuficiente	2	1	7	3	13

*Um inquirido não respondeu.

Fonte: Elaboração própria.

Entrando, por agora, no quadro das definições avaliadas positivamente, parece-nos que os inquiridos demonstraram um nível bastante apreciável, na sua globalidade. Ainda que no quadro seguinte não tenhamos enquadrado as interpretações por cada conceito, resulta que o conhecimento do 'edifício' dos média, ou seja, do funcionamento da mecânica dos órgãos de comunicação social emerge como categoria mais assinalada, em 36 das 92 definições. Curiosamente a participação dos cidadãos nos média surge apenas no segundo posto, um aspeto que poderíamos ser levados a pensar que seria dos mais registados por lidarmos

justamente com inquiridos inseridos nesta realidade. Como refere a tabela 48, a atenção pela notícia, o desenvolvimento de um espírito crítico em relação aos média, o papel das tecnologias avançadas de comunicação e o acesso ficaram num patamar menos expressivo. A ligação da cidadania com os conceitos foi o aspeto com menos representatividade, significando que, para estes inquiridos, a EpM ou a literacia mediática pouco relação terão com as questões de âmbito social³⁹².

Tabela 48 – Âmbito das definições apresentadas pela generalidade dos inquiridos

Âmbito das definições apresentadas		Frequência de citação	Total
Conhecimento do 'edifício' dos média	Compreender a linguagem dos média	26	36
	Conhecimento do funcionamento dos média	5	
	Perceber a cultura transmitida pelos média	5	
Expressão e participação nos média	A capacidade do cidadão em interagir e expressar-se nos média	12	14
	A capacidade do cidadão procurar os média para formar uma opinião	2	
A atenção pela notícia	Acompanhamento da atualidade noticiosa	7	12
	Forma como o cidadão entende e contextualiza a notícia	3	
	Entender e decifrar a notícia	2	
Desenvolvimento de um espírito crítico em relação aos média	A capacidade do cidadão em ser crítico em relação aos média	11	11
Papel das tecnologias avançadas de comunicação	Dominar as ferramentas tecnológicas para intervir nos média	2	8
	Aumento da formação das pessoas das novas tecnologias	5	
	Relacionamento das pessoas com novas tecnologias de comunicação	1	
Acesso	Estuda a forma como os cidadãos acedem aos média	7	7
Cidadania	Promoção da cidadania através dos média	3	4
	Contribuir para melhorar a sociedade através do trabalho dos média	1	
Total			92

Fonte: Elaboração própria.

³⁹² Se observarmos para as definições por cada um dos estudos de caso, a compreensão da linguagem dos média dominou praticamente na generalidade, à exceção do PÚBLICO online, onde os inquiridos destacaram a questão do acesso. O acompanhamento da atualidade noticiosa reuniu maior interesse na SIC Notícias e no JN. A relação dos conceitos com a expressão e intervenção nos média mereceu atenção insistente no *Fórum TSF*, no *Opinião Pública* e nas *Cartas do Leitor*.

CONCLUSÕES

Um dos principais pilares deste trabalho consistiu no entendimento sociocêntrico da participação dos cidadãos nos média, na medida em que se procurou conferir o devido protagonismo às considerações que ouvintes, espectadores e leitores estabelecem sobre os espaços participativos que serviram de mote ao referido contacto. Em todo o caso, não nos parecia adequado seguir exclusivamente esta via de pesquisa, pelo que tentámos igualmente um diálogo com as organizações mediáticas, tentando cruzar, tanto quanto possível, dois grupos complementares que diariamente contactam entre si, nos mais variados formatos, numa perspetiva que entendemos catalogar como ‘mediacêntrica’.

Partindo da articulação entre estes dois modos de entendimento, tentámos construir uma reflexão que pudesse inscrever a questão central deste trabalho no âmbito de considerações que poderiam ser enquadradas no envolvimento cívico em espaços mediáticos. O modo como entendemos a questão que motiva esta investigação deriva de dois grandes pontos de análise que procuram ser convergentes na definição da participação dos cidadãos nos média. Desta forma, ao longo da primeira parte colocámos a tónica nos discursos sobre a margem de atuação da cidadania no espaço público, perspetivando-a no horizonte mediático. Por outro, cedemos à inspiração bibliográfica que reconhece a importância de uma geração pós-eletrónica, assente na proliferação de modalidades avançadas de comunicação e interação, para possibilitar maiores níveis interativos com os média. Estas são, em grandes rasgos, as ideias basilares dos dois caminhos que orientaram o posicionamento nesta parte, contudo, sublinhemos alguns desses pontos mais importantes.

Neste sentido, o Capítulo 1 contempla uma série de interpretações que, numa abordagem superficialmente transversal, pontuou alguns dos possíveis exemplos que concretizam a atração pelo debate público desde a antiguidade clássica à contemporaneidade refém da técnica e da globalização. Neste quadro, arguiu-se que existirá uma maior predisposição dos cidadãos a um contacto mais alargado com as estruturas da vida social, sobretudo as mediáticas. Com efeito, desde o período homérico (séc. XII-VIII a.C.), o rei consultava periodicamente a sua assembleia de cidadãos para conhecer as suas opiniões relativamente a matérias da realidade quotidiana ateniense. No entanto, apesar de o contexto romano ter adotado iniciativas semelhantes, as considerações dos indivíduos que não pertenciam à realeza dificilmente seriam decisivas no plano prático da tomada de decisões (Sinclair, 2006). Se transportarmos para a atualidade o carácter deliberativo dos cidadãos na política observamos igualmente que se resume porventura aos momentos eleitorais.

Inclusivamente se admitirmos como viável a interpretação de indivíduos que participam nos média pela falta de oportunidades de participação na vida pública, como muitos admitiram no capítulo metodológico, observamos que dificilmente contribuem para a deliberação. Ora, a contemporaneidade tem sido fértil na discussão sobre a natureza da massa humana que compõe a estrutura da vida pública. Deste modo, o debate tem sido curioso, ao ponto de se distinguir entre multidão e público. Enquanto no primeiro termo, a ideia consiste no agrupamento indiferenciado de pessoas, suscetíveis à pouca ordenação, voláteis a sentimentos, emoções pungentes com níveis de reflexão intelectual pouco consistentes, o público apresenta-se como um elemento mais específico, individualizado, com capacidade crítica e eventualmente mais atento aos fenómenos sociais relevantes (Rodrigues, 1985). A partir este entendimento difuso, a verdade é que se sugere a crise atual do próprio público, naquilo que Adriano Duarte Rodrigues designaria por 'atomização da sociedade e da esfera pública' (1985), não obstante a organização de setores da sociedade tendo em vista a obtenção de resultados que concretizem benefícios coletivos (Olson, 1965).

Posteriormente, considerámos algumas reflexões conceptuais sobre as estruturas organizadas de uma sociedade que, a partir de diversos vetores, procura inscrever a sua voz nos média. Ora, tendo em consideração que, lembrando Dominique Wolton (2009), a informação consiste na mensagem e a comunicação evoca uma relação, verificámos que a comunicação, como grande disciplina deste trabalho, sugere um processo enraizado em fatores como a etnicidade, a classe, o género, as instituições mediáticas, entre outros (Huesca, 1996). Se para Dervin & Clarke (1989) a comunicação humana envolve uma situação-ação-consequência, partimos deste contributo para questionar se a participação dos cidadãos nos média resulta num comportamento (consequência), partindo eventualmente de uma determinada intenção comunicativa. Ainda neste contexto, procurámos na literatura algumas reflexões de conceitos que podem enquadrar-se numa ideia de sociedade em rede, globalizada, que procura, em certos setores, inscrever a sua presença nos média. Com efeito, se assumirmos a ideia de uma sociedade civil constituída pela arena de luta política e simbólica (Correia, 2001), podemos sugerir um campo de atuação que se pode estender até aos próprios espaços de auscultação popular promovidos pelos meios de comunicação. Como diria Adriano Rodrigues (1985), esta ordem social pautada por projetos e jogos de interesses de estruturas da vida pública procura a resolução de problemas coletivos. Esta noção de uma sociedade civil que entra pela janela mediática para discutir problemas comuns contribui para aquilo que autores como Dutta-

Bergman (2005) ou Veenstra (2000), entre outros, apelidaram de ‘capital social’, ou seja, as movimentações sociais de reciprocidade e ajuda mútua, baseados na confiança interpessoal. Lembrando trabalhos de Scheufele & Shah (2002) ou de Portes (1998), existem três componentes absolutamente fundamentais para a consolidação dos níveis do capital social: envolvimento cívico, confiança interpessoal e satisfação perante a vida. A este preceito, Min (2009) identifica múltiplas esferas públicas, espaços comunicativos fora das plataformas comumente designadas por *mainstream*. Min cita ainda Downing (1984) para referir que o conceito de ‘esfera pública alternativa’ serviria para um debate radical e de reflexão sobre o dia-a-dia da sociedade. De algum modo, fica implícita a ideia de uma esfera pública democrática (Singer *et al.*, 2008), aberta, versátil e de relativa acessibilidade. Neste sentido em que percebemos, à luz de diversas interpretações teóricas, que certos movimentos se constroem dentro de uma sociedade global e ‘em rede’, poderíamos convocar a dimensão substantiva desses comportamentos. Neste contexto têm sido frequentes as reflexões em torno da denominada ‘opinião pública’ que toma parte no espaço público e nos média. Além de sinalizarmos alguns dos momentos relativos à origem e implementação deste conceito, verificámos ainda determinados entendimentos sobre o mesmo, já que para Page (1996) a opinião pública se apresenta, geralmente, «consistente, coerente e estável», ou para Susana Sampaio Dias, na medida em que «a opinião pública depende, em grande parte, das ideias e informações políticas que são dadas a conhecer» (2007:74). Estes movimentos de uma sociedade civil organizada em esferas públicas, contextualizadas num momento histórico e num espaço público próprio, estendem-se naturalmente à atividade mediática, onde frequentemente marcam presença contribuindo para o ciclo da opinião pública.

Ainda neste primeiro capítulo demos atenção à herança histórica da política no conceito de participação, juntamente com o paradoxo de, sendo o regime democrático favorável à manifestação e participação dos cidadãos, proporcionar reduzidas plataformas de fomento desse mesmo comportamento. Por outro lado, não poderíamos encerrar este conjunto de reflexões sem oferecer um olhar particular ao conceito de cidadania, perspetivando-o como elemento indiciador de envolvimento cívico e discutindo de que forma os média contribuem para a operacionalização prática dos valores cívicos nos seus discursos. Por fim, considerámos a natureza das interpretações que genericamente aplaudem e desconsideram a entrada da voz do público nas produções mediáticas, sobretudo no jornalismo. Apesar de a intenção não consistir na elaboração de dois grupos antagónicos, pretendeu-se contribuir para uma discussão mais

pormenorizada sobre os eventuais aspetos positivos e negativos de uma cultura mediática promotora de espaços abertos à opinião do público.

No Capítulo 2 reconhecemos o caráter decisivo de uma conjuntura global que, embora contemple ainda silêncios importantes, tem vindo a aproximar os cidadãos e os média a partir do ponto de vista tecnológico e técnico. Por isso, questionámos o papel das tecnologias avançadas de comunicação ao serviço da participação, começando por perceber que tipo de considerações têm sido realizadas a propósito da qualidade de um jornalismo que está em franca dependência diária de informações recolhidas no universo *online*. Por outro lado, abordámos alguns dos momentos decisivos de uma sociabilidade *online* ‘primitiva’, desde os seus inícios com as trocas de mensagem por *e-mail* à profusão de plataformas de interação atuais. Após termos colocado um determinado ênfase na tecnologia como elemento fundamental para a promoção de movimentos participativos entre os cidadãos e os média, detivemos a nossa atenção no conceito de ‘participação’, provavelmente um dos pontos-chave desta investigação. Tendo em conta uma certa revisão literária a este respeito, desenhámos um conjunto de abordagens ao mesmo tempo que observámos que dimensões carecem de estudo neste contexto. Propusemos ainda uma caracterização do momento participativo e uma possível medição da intensidade da participação. Contudo, o ponto primário desta discussão parece-nos, em todo o caso, a distinção basilar de ‘participação com/através dos média’ e ‘participação nos média’, sendo que assumimos um foco particular na segunda.

Ainda neste capítulo, justificamos a necessidade de uma sociedade participativa recorrendo à reflexão que tem vindo a ser publicada na área da ‘Educação para os Média’, procurando aí inspiração para perceber de que forma pode uma comunidade interventiva refletir sobre o valor das mensagens mediáticas. Reconhecendo ainda o papel da técnica e da tecnologia, abordámos de que forma a contemporaneidade pode oferecer pistas para, de um ponto de vista da reprodutibilidade dos signos sociais, ou da semiótica social, se compreender melhor a afeção pelos média, questionando inclusive se os fenómenos de mobilização em torno destes espaços constituem a compulsão dos nossos dias. Por último neste capítulo, observámos a rede de estímulos e constrangimentos que pode estar na base desta teia entre os média e os cidadãos, perspetivando alguns enquadramentos à luz das teorias da motivação. Após termos procedido à recolha de dados, somos levados a admitir que algumas dessas reflexões podem ser aplicadas à esfera participativa. Por exemplo, se perspetivarmos a ‘Pirâmide das necessidades’ de Maslow podemos considerar que as motivações dos participantes podem responder a

necessidades sociais, de estima ou de realização pessoal, correspondendo às indicações próprias dos participantes inquiridos. O gosto pelo programa ou formato, a necessidade sentida para que alguém ouça ou leia uma opinião constituem exemplos de motivações que neste modelo se inserem nas necessidades secundárias. Ao evocar a questão do crescimento, do relacionamento e da existência como bases para a motivação, a teoria ERG de Alderfer poderá explicar o facto de os responsáveis mediáticos atribuírem ao fenómeno da entrada do público nos seus discursos a questão da manutenção da existência dos próprios meios, de promover uma cultura interativa com as audiências, num espírito que possa contribuir para o progresso e crescimento dos meios também a nível comercial. Por outro lado, a Teoria das Expectativas de Vroom simboliza a expectativa de uma participação instrumental dos participantes, nomeadamente a partir do facto em que diversos indivíduos pensam a sua intervenção como elemento importante para alterar a realidade e a conjuntura atual, naquilo que esta teoria destaca como a 'valência'.

Tal como fizemos referência nos objetivos do ponto metodológico, este trabalho procurou caracterizar que tipo de espaço público os média nacionais promovem com os programas e formatos participativos analisados. Tal como a generalidade dos restantes espaços jornalísticos, defendemos que existirá sempre uma mensagem enviada ao público, direta ou indiretamente, que se traduz na perceção da valorização dos cidadãos para o discurso mediático. Poderíamos até sugerir uma abordagem próxima da semiótica social, que atenta à forma como se (re)produzem os significados sociais de diversas instâncias que percorrem a vida em sociedade, onde naturalmente incluiríamos os média. No organograma 13, tentamos esquematizar de que forma, no plano empírico, as nossas reflexões procuraram corresponder à necessidade de propor uma análise relativamente à caracterização do espaço público participativo mediado pelos jornalistas:

Organograma 13 – Caracterização do espaço público participativo mediado pelos jornalistas, objetivo genérico do plano metodológico



Fonte: Elaboração própria.

Os espaços de opinião pública mediática operam como campos de forças que se confrontam, geram tensão, criam ruturas e opiniões (Bourdieu, 1997). O envolvimento público nos média acaba por ser uma consequência natural da vida humana, interessada e motivada em «estar envolvido numa estória, atribuir-se um papel, para que façam de alguma coisa sua, na realidade» (Rose, 2012). Este autor questiona a possibilidade de as audiências sentirem a necessidade de fugir do quotidiano com as suas estórias, refugiando-se no cinema, na televisão, nos videojogos, na publicidade ou na tecnologia. Scannell (1986) demonstra, por exemplo, como a BBC, na década de 30, tentou implementar um modelo de representatividade entre o governo e o público, através de um programa de rádio em que se tentou potenciar os níveis de consciência social para as questões do desemprego. Tendo em conta a teoria democrática do governo, Scannell defendeu que o debate público encerra algum apelo a uma ação social indireta, tendo consequências na opinião pública e na pressão social. O autor refere, por isso, que os programas de participação cívica nos média representam momentos sociais de envolvimento cívico, em que direitos, responsabilidades e atores sociais se sentam à mesa para discutir o futuro. Como em *Question Time*, por exemplo, observamos de que modo um programa

da televisão britânica marcou uma época no Reino Unido, em que políticos seniores e figuras públicas daquela sociedade nos anos 90 debatiam assuntos de natureza pública conduzidos por cidadãos anónimos (Livingstone & Lunt, 1992). Este modo de entendimento sobre programas de opinião pública não difere muito na atualidade e, não obstante a introdução da interatividade digital, a estrutura formal mantém-se praticamente intacta. Em 1989, Livingstone & Lunt, investigadores que têm publicado diversos estudos sobre estas questões, defenderam que a matriz comum e histórica nestes programas retrata uma conversação potenciada pelo público em forma de audiência de estúdio e por especialistas da academia e sobre assuntos em escrutínio público ou em crise. Verwey (1990) recorda o programa *Tuesday Call*, um formato não comercial que se destinava a fazer serviço público junto dos cidadãos que telefonavam para a rádio para compreender determinadas questões do dia-a-dia, concluindo a enorme satisfação manifestada pelo público em resolver as suas dúvidas e queixas. Ora, se Livingstone (1990) sugere a possibilidade de uma participação massiva do público, através de um processo de transferência de poder de média ‘paternalistas’ para um novo e redimensionado espectador ‘ativo’, para Zimmerman (1986) observa-se a transição para um movimento institucional mais responsável e aberto, espelhando as diferenças que ocorrem no processo político, de classes menos elitistas. Este ‘pós-modernismo’ mediático, no entendimento de Turner (1990), concorre para a promoção de uma cultura mais interessada em dar voz ao público, atacando uma certa repetição das mesmas vozes dos comentadores que habitualmente fazem parte do discurso jornalístico. Para Habermas (cit. em Livingstone & Lunt, 1992), a formação de opinião pública ocorre, em boa medida, nestes fóruns, localizados entre as dinâmicas que se consolidam entre a autoridade pública e privada, a partir de círculos íntimos da sociedade civil, ainda que reconheça que esse desiderato possa, por vezes, atuar preferencialmente como uma promessa, em detrimento de um objetivo real.

Em termos genéricos estes formatos de expressão popular confluem para a disponibilização de informação ao cidadão, promovendo a capacidade de formulação de juízos e entendimentos críticos livres. Devido à forte introdução do vetor político na vida quotidiana, estes espaços procuram alternar a voz do partidarismo político com a do povo, servindo como frequente escape de emoções, energias, reações e tensões. Na verdade, muitos destes programas corporizam uma categoria de identificação de géneros de programação próximo do termo inglês *talk show*. Nico Carpentier (2001), por exemplo, não realiza qualquer distinção entre este termo e ‘programa de opinião pública’ ou *audience discussion programmes*. Num

nível comum, todos apelam a um certo sentido da expressão do público, tendo «provocado várias reações e avaliações, algumas criticando a sua natureza acomodada e apolítica. Outros sublinham o potencial democrático destas ‘plataformas’, onde o senso comum é avaliado pelos especialistas, aumentando a visibilidade dos membros de grupos marginalizados» (Carpentier, 2001: 210).

De acordo com este trabalho podemos eventualmente contribuir para a caracterização deste espaço público participativo, mediado pelos jornalistas, nomeadamente através da forma como os principais órgãos de comunicação social do país trabalham para incluir a voz do público nos seus discursos, em termos dos seus programas e formatos. Conhecendo e avaliando diferentes espaços de participação nos média nacionais, por diversas modalidades do jornalismo, da rádio à televisão, bem como na imprensa e no *online*, retiramos um conjunto de notas que denotam, em traços gerais, um campo que carece, no nosso modo de entendimento, de uma reflexão mais consistente pelas reduzidas possibilidades de uma participação plena e com impacto no discurso jornalístico. Em primeiro lugar, olhando para o cenário participativo de uma forma transversal, aparentemente as oportunidades interativas com os meios dependem da abertura dos próprios meios a essa relação, do que propriamente à colaboração pró-ativa e motivada pelos cidadãos. Rubricas que atribuem aos leitores, espectadores e ouvintes a possibilidade de eles próprios sugerirem aspetos que possam ser trabalhados pelos jornalistas escasseiam no espaço mediático português, apenas para situações pontuais: *Cidadão Repórter*, uma coluna existente nas edições *online* do Diário de Notícias e Jornal de Notícias; envio de fotografias e vídeos em situações específicas de cataclismos naturais (euvi@tvi.pt, eureporter@sic.pt). Por isso, concluímos que o cenário participativo em Portugal se encontra praticamente na dependência dos meios em abrir as suas portas à colaboração dos indivíduos.

Contudo, outro aspeto crítico que poderíamos apontar a esta realidade resulta no aparente pouco aproveitamento das opiniões e sugestões do público para a agenda e discurso jornalístico, como verificámos igualmente no contacto com os inquiridos. Grande parte da matéria que o público oferece aos média, em termos das suas opiniões, testemunhos, depoimentos, aparecem com pouca expressão no discurso dos jornalistas, daí que, em muitas situações, fique a sensação de que os programas e formatos de opinião pública sirvam apenas como repositórios independentes e desconexos de considerações com melhor ou pior validade, lançadas de forma avulsa. Na verdade, a possibilidade de debate não se concretiza, tendo em conta o seu sentido clássico, de confronto e interação entre os participantes. A participação que

radica no espaço *web* poderá de algum modo contribuir para isso, tal como verificámos no fórum *online* da TSF, nas caixas de comentário dos jornais *online* e nas redes sociais. Manuel Acácio, da TSF, e Carla Jorge de Carvalho, da SIC Notícias, afirmaram ambos que a lógica dos programas que dirigem não se inscreve num modelo de interpelação mútua, pelo que a interpretação de debate crítico e racional, apontada por Habermas, dificilmente se cumprirá neste plano mediático.

Neste sentido parece que, no âmbito dos principais órgãos de comunicação do país, os programas e formatos participativos ocupam um espaço reduzido nas opções editoriais, quer ao nível das grelhas de programação em rádio e na televisão, quer ao nível do espaço destinado às contribuições dos leitores na imprensa ou mesmo nas edições *online*. Tal como tivemos oportunidade de expor no ponto que colocou os estudos de casos numa perspetiva comparada, à pouca diversidade de espaços participativos poderíamos acrescentar uma certa homogeneização de procedimentos e opções, que se relacionam com uma lógica concorrencial entre meios que se destacam pelo facto de replicarem, cada um nos seus domínios, formatos semelhantes entre si. Espaços como o *Fórum TSF*, possivelmente o mais antigo do género em Portugal, conseguiu motivar outros operadores mediáticos a criar formatos idênticos baseados neste modelo, como na rádio (*Antena Aberta* da Antena 1) e na televisão (*Opinião Pública*, da SIC Notícias e *Discurso Direto*, na TVI 24). Como reconheceu a própria moderadora do programa do canal de notícias da SIC, Carla Jorge de Carvalho, o sucesso e o mérito da TSF com o referido formato, levou à criação de outros modelos com uma colagem e dinâmica em tudo idênticas ao programa de opinião pública daquela rádio. No caso das cartas dos leitores, embora cada título da imprensa opte por designar distintamente este espaço, todos apresentam um determinado espaço para a publicação de textos dos cidadãos, tal como sucede com a possibilidade de comentário às notícias *online*, disponíveis na generalidade das edições dos meios na Internet.

Esta homogeneização de formatos participativos revela-se igualmente se analisarmos a orientação temática das rotinas que ali se produzem diariamente, em que a política, a economia e o futebol, entre outros, surgem como assuntos recorrentemente discutidos contribuindo para, na nossa ótica, um próprio enviesamento do discurso e relevância ao que socialmente será valorizado com maior ou menor importância na reflexão de assuntos públicos. Daí que não tenha sido propriamente surpreendente verificar que os participantes nestes espaços tendam a mostrar o seu agrado por temas que normalmente servem de motivo à produção desses

formatos. Ao nível dos comentadores e colunistas, as opções divergem entre os meios, ainda que a atomização de personalidades provenientes de Lisboa, do sexo masculino, imperem. Além disso, existe um pouco a tendência de ceder facilmente à tentação de colocar outros jornalistas na figura do comentário, possivelmente pela dificuldade em contar com a participação de outras personagens da vida pública nacional.

Relativamente à dimensão específica da participação dos cidadãos, as diferentes modalidades de interação promovem distintas formas de atuação: por telefone, o tempo destinado pelos média não parece corresponder às ambições dos ouvintes e espectadores, da mesma maneira que os leitores do JN e comentadores das notícias *online* sugerem um alargamento do espaço que lhes é confinado. Novamente observámos como a possibilidade de participação digital amplia, teoricamente, a possibilidade de debate aprofundado. Ora, precisamente nesta questão da apropriação da tecnologia como modalidade participativa, devemos reconhecer que os média já perceberam a importância de desenvolverem uma atividade jornalística em paralelo com os *sites* e redes sociais. Contudo, a possibilidade teórica de um diálogo permanente que decorre nesses espaços tem pouco seguimento e pouca consequência, ficando a sensação de que os meios não conversam diretamente com o público através desses espaços. Aliás, o caso mais intrigante, no âmbito do nosso trabalho, terá sido com o programa *Opinião Pública*, contribuindo para a promoção de uma participação *online* dos espectadores que raramente observam as suas intervenções no programa, naquilo que já foi designado por ‘promessa da participação digital’ (Lopes, 2011). Existirá, porventura, um desprezo pelas potencialidades que as redes de comunicação *online* podem promover no segmento da participação, apenas contrariado pelo caso da RTP Informação, que opta por colocar a emissão dos seus programas em simultâneo com a possibilidade de participação dos espectadores pelas redes sociais, embora nem sempre com uma expressão significativa para a dinâmica intrínseca do formato.

Em segundo lugar, no seguimento do entendimento ‘sociocêntrico’ da participação nos média, decidimos dialogar com os cidadãos e participantes nos formatos analisados. Desta forma, procuramos contribuir com elementos que possam concorrer para o melhor conhecimento do ‘público-participante’ português, de acordo com diversas variáveis. Ao longo das próximas tabelas, condensamos as informações mais relevantes a este respeito:

Tabela 49 – Variáveis sociodemográficas dos inquiridos

Variáveis sociodemográficas	
Género	Mulheres: 27 Homens: 141
Idade	Média, moda e mediana: 50 anos
Nível de instrução	Entre o básico e o secundário (81)
Localidade de residência	Distrito do Porto (55) Distrito de Lisboa (46)
Situação profissional	Ativa (76,2%)
Rendimento mensal bruto do agregado familiar*	Acima de dois salários mínimos (81,2%)
Filiação organizativa ou associativa	Sem filiação (58,93%)

*Três inquiridos não responderam.

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 50 – Variáveis ‘Contacto do inquirido com o órgão de comunicação social analisado’

Variáveis ‘Contacto do inquirido com o órgão de comunicação social analisado’*	
Telefone	13
E-mail	30
Site	48
Correspondência postal	106

*Número de pessoas que já contactaram os meios através destas plataformas.

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 51 – Variáveis ‘Relação do inquirido com os espaços participativos analisados’

Variáveis ‘Relação do inquirido com os espaços participativos analisados’	
Primeira vez que participou	2010-2007 (41)
Regularidade com a qual acompanha	Duas a três vezes por semana (53)
Frequência da sua participação efetiva	Primeira vez (24)
Tema(s) preferido(s) para debater, comentar	Política (110) Economia (63) Futebol (40)
Atribuição de impacto	Impacto visível (85) Nota mais registada: 5, com 34 participantes
Nível de satisfação	Bastante satisfeito (43)
Credibilidade dos comentadores	Bastante credibilidade (65)
Objetivos dos média com a criação do programa/formato	Auscultar a opinião dos cidadãos (54) Cativar audiências (29) Permitir a discussão dos temas mais importantes da atualidade (13)
Motivações da participação	Dar opinião sobre temas da atualidade (82) O tema naquela edição era interessante (38) Gosto de debater temas que afetam a minha vida (23)

Continuação da tabela 40	
Variáveis 'Relação do inquirido com os espaços participativos analisados'	
Constrangimentos da participação	Pouco tempo para ler os comentários dos leitores às notícias <i>online</i> (14)
	O JN altera a dimensão e as ideias do texto original (14)
	Não conseguir participar pelo telefone, mesmo depois da inscrição (8)

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 52 – Variáveis 'Relação do inquirido com outros formatos participativos nos média'

Variáveis 'Relação do inquirido com outros formatos participativos'	
Participação em espaços/programas participativos	Sim: 96 Não: 71

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 53 – Variáveis 'Atualidade e futuro' dos inquiridos

Variáveis 'Atualidade e futuro'	
Crise económica como elemento promotor, neutro ou dissuasor de uma maior participação dos cidadãos nos média	Sim (86,3%)
Avaliação sobre a eventual (des)continuidade dos média em promover o programa/formato analisado*	Sim (95,7%)
Sugestões para melhorar, reconfigurar o espaço/programa analisado	Aumento do espaço, tempo de participação (30) Maior duração do programa (rádio e televisão) (19)

*Cinco inquiridos não responderam.

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 54 – Variáveis 'Perceções dos inquiridos sobre Educação para os Média e/ou a literacia mediática'

Variáveis 'Perceções sobre Educação para os Média e/ou a literacia mediática'	
Conhecimento/Desconhecimento	Conhecimento (84)
Validação da proposta de definição	Correta/suficiente (82)
Proposta individual de definição	Compreender a linguagem dos média (26)
	A capacidade do cidadão em interagir e expressar-se nos média (12)
	A capacidade do cidadão em ser crítico em relação aos média (11)

Fonte: Elaboração própria.

A análise das tabelas anteriores sugere alguns dados que permitem, porventura, a caracterização do momento participativo entre os média e os cidadãos. Neste sentido, podemos identificar três aspetos fundamentais neste público participante. Em primeiro lugar, a ideia de uma 'afeição participativa', isto é, a constatação de um sentimento evidenciado pelos inquiridos que denota a satisfação arraigada que partilham relativamente aos temas que gostam de discutir (em consonância com os preferencialmente debatidos nesses espaços), além do próprio formato estudado, dos comentadores/colunistas que marcam presença nos meios de comunicação analisados e, por fim, no seio das principais motivações que destacam, entre o gosto pelo programa/formato ou até pela possibilidade de dar uma opinião sobre a atualidade.

Posteriormente podíamos inclusivamente destacar a ideia de uma 'fidelização participativa', que se concretiza na perceção de que os inquiridos mantêm as suas rotinas próximas dos espaços participativos analisados. Esta aparente regularidade na participação parece compatível com o nível com que os intervenientes acompanham os formatos considerados, entre duas a três vezes por semana, advertiram. Por outro lado, ainda que 96 inquiridos tenham admitido que já intervieram noutros formatos participativos, existe um número expressivo de 71 participantes que afirmaram apenas participar no espaço estudado, o que, no limite, poderá sugerir a preferência quase exclusiva dos intervenientes em marcar presença ativa apenas num programa/formato participativo.

Por fim, a categoria mais expressiva de todas, a 'avidez participativa'. Esta situação decorre, em boa medida, do contacto próximo que se estabeleceu com os participantes durante a recolha de dados, ao telefone e através dos inquéritos submetidos *online*, que se traduziam, naquela fase, por uma suspeita entretanto concretizada em números de que, para uma grande parte dos participantes deveria existir um maior espaço ou tempo para a intervenção dos cidadãos. Ao nível dos programas de opinião pública na rádio, nas cartas dos leitores ou dos comentários às notícias *online*, os inquiridos mostraram uma certa insatisfação pelo facto de as produções mediáticas atribuírem um espaço reduzido para as suas intervenções. Por isso, não terá sido surpreendente confirmar que, no plano das sugestões, os inquiridos tenham apontado a extensão das possibilidades participativas, ao nível das intervenções individuais ou mesmo da multiplicação de espaços nas opções editoriais que promovam o contacto com os inquiridos. A necessidade de uma participação ativa mais frequente revela-se evidente nas motivações, sobretudo na intenção partilhada por diversos participantes em emitir uma opinião sobre a atualidade.

Por outro lado, este contacto com os inquiridos ofereceu outros dados relevantes, que decorrem de um possível desfasamento entre a leitura de algumas referências teóricas anteriormente consideradas e a sua aparente distonia no plano prático da experiência participativa. Com efeito, a suposição de que a intervenção nestes espaços corresponderia, no plano primordial das motivações, a uma procura de um maior nível de (in)formação sobre determinados assuntos revela níveis praticamente residuais. O desafio de participar pouco condiz com um certo apelo em tornar-se mais ‘especialista’ em determinadas matérias. Apesar de não excluirmos esta possibilidade, até porque foi assinalada pontualmente pelos participantes, parece que a conversão de um público participativo, refém de um clima de ansiedade pública para a compreensão de um tema não obteve neste trabalho uma constatação expressiva (Ross, 1989). A nível teórico, a insistência pelo discurso que aponta a intervenção pública nos média como comportamento decorrente de um sentimento particular de envolvimento cívico resultou no pouco reconhecimento que os inquiridos atribuíram ao facto de participarem no quadro de uma sociedade envolvida. Embora tenha igualmente sido assinalada, a participação motivada por uma questão de cidadania ativa representa, neste trabalho, um desfasamento entre algumas das sugestões teóricas e a sua efetivação no plano empírico. A este propósito, Manuel Pinto refere que «os atrasos, os *déficits* e as assimetrias, num país como Portugal, tornam mais fácil ceder à tentação de seguir os programas economicistas e tecnocráticos, em que os valores da participação consciente e da cidadania responsável pouco mais são do que enfeites para melhor fazer passar a mensagem fundamental» (2002: 9). Não se tratará evidentemente de descredibilizar tais considerações teóricas, contudo teremos poucos dados consistentes de uma filosofia participativa coadjuvante da cidadania.

Em terceiro lugar do ponto de vista empírico da presente investigação, poderíamos retomar algumas das considerações que os diversos elementos contactados realizaram no contexto da questão que se coloca relativamente à natureza das motivações que conduzem os próprios média a propor espaços que permitem um determinado contacto com o público. Neste contexto, Michel de Certeau (1984) afirma a inevitabilidade de considerar o público nas produções mediáticas e de, paradoxalmente, se assistir a um decréscimo de qualidade na discussão que se produz. Por isso, tentámos compreender a natureza desta questão junto dos responsáveis pelos programas estudados no contexto metodológico deste trabalho. Para o jornalista da TSF Manuel Acácio, a integração do ouvinte na antena da rádio procura potenciar a abertura de novas janelas de reflexão sobre temas importantes da atualidade do país, num

exercício de integração do ouvinte na emissão da rádio. Fernanda Oliveira, da produção deste programa, sublinha que a interação com o ouvinte se torna especialmente importante e expressiva no meio radiofónico devido à voz, como elemento distintivo que sugere credibilidade, emotividade. Acácio relembra ainda que este programa procura atenuar os efeitos de uma queda das audiências naquele período em específico da manhã, devido ao início da jornada laboral diária para muitas pessoas. Quanto à moderadora do *Opinião Pública*, os objetivos pautam-se igualmente pela necessidade de os média desenvolverem esforços para compreender a opinião do público português relativamente à atualidade. De qualquer modo, Carla Jorge de Carvalho adverte que o vetor económico também não deve ser desprezado. O programa que modera representa, segundo a própria, um custo reduzido para a SIC Notícias, e pode ser encaixado a qualquer momento na grelha do canal. Já para o responsável pelas *Cartas do Leitor*, do JN, Lúcio Brandão, a relação que o jornal mantém com os leitores neste espaço respeita o princípio de incentivar a expressão livre dos cidadãos, a busca por uma «massa crítica» que verse as suas opiniões sobre aspetos da realidade nacional. No PÚBLICO online pretende-se conhecer, de forma quase instantânea, as reações que diversos conteúdos suscitam junto dos leitores. Relativamente aos constrangimentos que as próprias instituições mediáticas sentem, diversas dificuldades foram registadas, nomeadamente a postura incorreta dos cidadãos ao nível da formulação verbal, as opiniões pouco estimulantes política e partidariamente motivadas, a escassa participação feminina, os impedimentos de ordem económica (no caso do JN, o espaço das cartas foi drasticamente reduzido) ou mesmo uma certa falta de literacia mediática, isto é, os comportamentos de determinados cidadãos que pretendem a todo o custo inscrever a sua voz nos média, alterando informações pessoais para participar, por exemplo.

No fundo, podemos apontar diversas categorias de análise a esta reflexão. Tendo em conta o mercado mediático concorrencial, isto é, a opção em seguir formatos bastante semelhantes que apelam à intervenção das audiências, poderíamos até questionar se todos esses espaços operam no âmbito da promoção de um serviço público mediatizado que ofereça oportunidades de reflexão, debate, discussão sobre temas que marcam o quotidiano das gentes. Embora este 'serviço público' esteja, nesta conceção, relacionado com o modo de propriedade dos média, parece-nos também evidente que, de forma mais ou menos dissimulada, existirá sempre uma componente comercial neste contexto. Na verdade, este espírito poderá traduzir-se na intenção de apelar à intervenção do maior número possível de espectadores, ouvintes e/ou leitores, com o aliciente de disponibilizarem o acesso a um espaço frequentado por um público

mais vasto, conferindo-lhes tempo e/ou espaço de antena. Esta relação, que anteriormente especulamos nos termos de uma ‘mobilização erótica’ ou do *marketing* mediático de que falava Moreno (2006), responsável por aproximar e prender as pessoas ao microfone mediático, pode contribuir para a formação de audiências, um objetivo de qualquer meio de comunicação, tendo em vista a sua sobrevivência económica. A este propósito poderíamos recordar outra interpretação de Carla Jorge de Carvalho, para quem o «programa cria a sensação de proximidade, pela participação. Isso cativa os espectadores, eles sentem que estão a fazer parte de nós».

No contexto das entrevistas exploratórias a que já fizemos alusão neste trabalho, houve espaço para diversas personalidades realizarem considerações a este respeito. Josep Capdevilla defende que a comercialização estratégica da participação não parece ser tão dissimulada: «com esta estratégia de contacto com o público, estamos a fidelizar as nossas audiências. Gente que se mostra agradecida e que fala com os média, algo que não acontecia no passado». Para Lídia Herédia e Carles Manteca, da estação pública catalã TV3, a visibilidade que se oferece à opinião dos cidadãos no ecrã daquela televisão procura respeitar algumas das recomendações relativas ao contrato de serviço público, de disponibilizar espaços que permitam o aprofundamento de temas que não dependa dos comentadores e tertulianos habitualmente convocados para o efeito. Daí que, seguindo esta leitura, António Casado, da RTVE, acabe por ser taxativo: «se os média privados percebem claramente que é rentável [os espaços de opinião pública], podem perfeitamente fomentá-lo e ampliá-lo. Os média públicos têm outra obrigação, um compromisso legal de fomentar a participação, por isso têm de fazê-lo». Mireia Mallol, da Catalunya Ràdio, opta por propor um modo partilhado para entender estas duas dimensões do debate: «penso que podemos aceitar claramente os dois fatores [serviço público ou estratégia comercial], todos têm uma percentagem bastante elevada, mas eu incluiria um terceiro: é do mais barato que há». A interatividade digital, símbolo de uma geração eletrónica, possibilitando a participação de um maior número de pessoas acaba por promover ‘marcas mediáticas’, como sublinhou Núria Llop, do El Periódico: «de alguma maneira, teremos de chegar ao leitor e que isso nos ajude a gerar algumas receitas, através de redes, de diferentes campanhas. O Facebook é a nossa janela, a nossa marca, de promoção, um pouco. Pelo que penso que o caminho está por encontrar, entre a publicidade, o *marketing*, com respeito ao leitor».

Em último lugar, concedemos um curto espaço para apontar algumas recomendações que podem provavelmente ajudar a reconfigurar o palco participativo que decorre diariamente

nos média. Embora a discussão que se produz neste contexto fosse matéria suficiente para um estudo mais alargado e pormenorizado, parece-nos justo tentar contribuir para que os agentes mediáticos considerem a implementação de algumas medidas a este propósito. De acordo com Kurpius *et al.* (2009), a investigação em ciências humanas comportamentais tem vindo a demonstrar, seguindo estudos de Norris (1996) ou de (Shah *et al.*, 2001), que a utilização dos média, relacionada com a obtenção e difusão de informação, pode desenvolver comportamentos de envolvimento cívico, num sentido mais abrangente por várias esferas sociais. Na verdade, o entendimento sobre a incorporação do cidadão numa sociedade eminentemente digital conserva a crença de alargamento do espaço público (Shah, 2005). Neste sentido, o primeiro apontamento que realizamos reconhece, novamente, o papel preponderante que as tecnologias avançadas de comunicação têm vindo a oferecer a este contexto participativo. Por isso, destacamos a importância que a dinamização dos *sites* próprios e das respetivas redes sociais podem contribuir para este propósito, na medida em que se exigiria, sumariamente, que as contribuições dos cidadãos tivessem um tratamento distinto. Enquanto nas redes Facebook, Twitter, Google+, Instagram, entre outras, as opções de interação com os sujeitos dependam da natureza intrínseca destes meios, os *sites* representam um modo autónomo de identificação e distinção entre diferentes organizações mediáticas.

Ora, se a justificação recorrente dos responsáveis mediáticos quanto ao alargamento de espaços participativos radica na falta de espaço físico ou tempo para dedicar aos seus públicos, poderiam ser abertas outras plataformas *online* que ajudassem a expandir o palco participativo. Embora a questão da participação digital retome considerações habituais quanto ao acesso a estas estruturas de contacto, não será desajustado considerar a multiplicação de espaços que deem resposta a uma certa avidez participativa, como referimos. Por exemplo, se a coluna das cartas dos leitores ocupa um destaque cada vez mais reduzido, considerando-se até a sua extinção, poder-se-ia pensar na publicação *online* de mais cartas, outros testemunhos, com igual periodicidade diária, porventura. No fundo, tal como sugere Helena Pires, a ligação às redes *online* move-se por um certo «desejo de um sonho de libertação, por entre caminhos errantes e atópicos» (2002: 288) e seria, numa primeira fase, útil perceber de que forma os cidadãos acolhem novas plataformas participativas sedeadas nos domínios *online* dos grandes meios e que ultrapassam as suas edições próprias³⁹³. Apostar em experiências participativas e discursivas

³⁹³ Josep Capdevilla sugere por isso que se aposte em formatos simples, de fácil interação com o utilizador, referindo que, no caso do jornal desportivo onde trabalha, um exemplo clássico com bastante sucesso e adesão consiste nos inquéritos colocados *online*, onde se pede que os leitores respondam a questões específicas ou mesmo que

com base nas redes sociais tentava corresponder, pelo menos, a um comportamento típico dos portugueses³⁹⁴.

No fundo, neste primeiro tópico pretende-se assinalar a importância da comunicação *online* na expansão das fronteiras tradicionais dos média, contrariando uma certa lógica de esvaziamento ou pouca disponibilidade mediática para dar voz e espaço às opiniões e entendimentos do público. Contudo, tal como advertiu Manuel Acácio, a proliferação de espaços *vox pop* terá necessariamente de seguir uma determinada lógica e, neste caso, sugerimos que a participação *online* possa efetivamente ter algum impacto no discurso jornalístico dos meios. A título exemplificativo, já acontece em Portugal, embora de forma tímida, mas os melhores comentários nas notícias *online* ocupam pontualmente as edições impressas de algumas publicações, como no PÚBLICO e no Correio da Manhã. Parece-nos que a adoção de um discurso jornalístico que pontue considerações dos indivíduos ajudaria a reforçar a confiança que os média sentem nas contribuições das audiências. Seria possível até pensar num modelo em que os noticiários na rádio e na televisão pudessem, à mercê da instantaneidade que a Internet oferece, contribuir para conviver com o registo jornalístico da atualidade, em paralelo com as opiniões selecionadas para o efeito. Defendemos, pois, um papel ativo da participação *online* no discurso jornalístico, despindo-a de uma vertente decisiva e redentora, para uma roupagem complementar, ativa e dinâmica, reforçando a credibilidade que o público pode ofertar ao trabalho dos jornalistas. Tal como alertam Livingstone & Lunt (1992), a popularização da opinião de especialistas resulta de difícil convivência com a experiência do cidadão. Como reclamam os autores, o tratamento de assuntos que sugerem uma interpretação técnica, científica, académica não se compadece com um formato de intervenção cidadã baseada em telefonemas em cadeia. Seria necessária, eventualmente, uma oportunidade de reflexão mais alargada no tempo, com recurso a especialistas mais variados, reconhecendo, de algum modo, que a generalidade da população não tem condições efetivas para dispor de um conhecimento nítido, crítico e construtivo sobre todos os temas que compõem a realidade social e os seus problemas correntes.

desempenhem, ficticiamente, um determinado papel (por exemplo, o de treinador de futebol que elabora uma equipa de onze jogadores). Lídia Herédia sugere que se criem formatos que convoquem um maior número de pessoas para intervir em direto na televisão, apesar de reconhecer que este esforço acrescenta uma predisposição pessoal difícil por vezes de cumprir, pelo receio que muitas pessoas sentem em manifestar-se neste contexto.

³⁹⁴ Tal como indicam dados do Eurostat em final de 2012, três quartos dos internautas portugueses utilizam a Internet para publicar mensagens nas redes sociais, sendo que o nível de penetração da Internet atingia, naquela altura, 60% dos lares portugueses. [<http://www.publico.pt/sociedade/noticia/portugueses-sao-os-europeus-mais-usam-as-redes-sociais-1577842>, acedido em 18/12/2012].

Frequentemente se questiona o papel do público nesta postura dialética com os média, especialmente no carácter substantivo das suas intervenções. Como pudemos verificar ao longo do contacto com os responsáveis que diariamente lidam com algumas destas questões, não existirá porventura uma resposta taxativa e dogmática relativamente a esta questão. O nível elevado da opinião, que se traduz na formulação de entendimentos ponderados, fundamentados, não poderá, a nosso ver, revestir-se numa exigência transversal. O registo biográfico, formativo, educacional e subjetivo dos cidadãos presidem a qualquer tentativa de exigir opiniões substantivas e de valor. Por isso, seria de toda a coerência que a possibilidade de debate público alargado fosse acompanhada por uma aposta na formação dos públicos, nomeadamente na disponibilização de materiais que possam ajudar na compreensão ampla dos assuntos. Se tivermos em linha de conta os espaços participativos analisados, parece que a discussão não conhece uma sequência posterior à finalização do formato, pelo que, tanto quanto possível, a capacitação para uma opinião fundamentada poderia passar pelo aprofundamento posterior dos temas, incluindo novos dados e ângulos de abordagem. Como destaca Mühlenfeld (2002), a atuação mediática convive com a esfera educacional e o entretenimento social, o que acrescenta a sua responsabilização de formar para o conhecimento. Contudo, não desprezamos aqui o papel ativo que os cidadãos deveriam apresentar para conhecer em profundidade os assuntos na praça pública.

Por outro lado, a caracterização do palco participativo destacou, como vimos atrás, o facto de as possibilidades interativas se resumirem genericamente à disponibilidade dos meios em abrir espaços para o efeito. Na realidade, parece que não existem plataformas suficientemente reconhecidas para recolher contribuições típicas do chamado 'jornalismo participativo'. Embora os média possam receber estes contributos por outras vias, as rubricas deste tipo escasseiam, pelo que vivemos num espaço público mediatizado em que a abertura à participação encontra resistência, dentro dos próprios meios, em construir avenidas transparentes para o cidadão sugerir temas para uma reportagem, críticas, aplausos e recomendações. Em suma, a pró-atividade do público parece pouco fomentada, contrariando horizontes teóricos como a teoria do ator-rede (Actor-Network Theory – ANT), de Michel Callon, Bruno Latour, John Law, entre outros³⁹⁵. Deste modo, podemos pensar a intervenção ativa do

³⁹⁵ Esta corrente de pensamento procurava compreender todas as infraestruturas sociais, técnicas, culturais e humanas que concorrem para a inovação tecnológica e científica. José Pinheiro Neves (2009) sistematiza a teoria do ator-rede em diversos pontos, sobretudo no aspeto em que, neste enquadramento teórico, existe a convocação de uma análise da componente humana e não humana que motivou a inovação técnica e tecnológica, numa visão

público nos média como uma inovação relacional, apoiada, potencialmente em ferramentas *online* que possam ajudar a capacitação de atores que desenvolvem redes entre si.

No sentido de corresponder a um ambiente mais transparente entre cidadãos e os média, poderíamos eventualmente propor a criação de guias autónomos *online* que pudessem ajudar espectadores, ouvintes e leitores a percorrer os passos corretos tendo em vista a participação nos seus formatos. Desta forma poderiam ser desenvolvidos projetos para a consolidação de uma cultura participativa, fator indispensável para o reforço da vertente substantiva da participação, apostada na troca de experiências, no diálogo, na capacitação e autonomização dos cidadãos, centrando-se nas pessoas e nas relações sociais (Wolton, 2009), em torno da descoberta do outro e do desenvolvimento do espírito crítico, dispendo de condições de tempo, respeito e confiança recíproca (Barbero, 2009). No recente livro de Chris Peters e Marcel Broersma, *Rethinking Journalism, Trust and Participation in a Transformed News Landscape* (2012) sublinha-se o estado do jornalismo da segunda década do século XXI que surge afetado pelo declínio de audiência, de falta de confiança e de credibilidade e autonomia. Para além de sinalizarem a 'crise do jornalismo', os autores sugerem a consolidação de uma cultura participativa, assente em novos diálogos entre o público e os jornalistas, num exercício que redefine o próprio sentido atual do 'jornalismo'.

Do ponto de vista da investigação em comunicação existirá provavelmente terreno por percorrer. De facto, este trabalho pouco refletiu sobre a questão substantiva da participação, através de uma análise cuidada do discurso dos cidadãos nos espaços participativos considerados. Importaria também compreender a natureza do que é dito, escrito e comentado. Seria um projeto a refletir sobre o pensamento crítico dos cidadãos, um conceito preferencial e recentemente debatido pelos estudiosos da Educação para os Média, vista até como condição para a integração numa sociedade digital. Os académicos ainda não conseguiram propor um modelo fidedigno capaz de avaliar o nível exato das diversidades comunidades em relação à sua 'literacia mediática'. Por outro lado, pode apostar-se pela criação, pela própria investigação, de um manual de boas práticas de participação nos média, referindo inclusivamente outras formas de os cidadãos interagirem indiretamente com os meios, através de associações do interesses comuns (DECO, Associação dos Telespectadores, etc.), tendo em vista a implementação de um

ecológica da vida social. Neves defende, por isso que um novo ator-rede corporiza objetivo e intenções, em aspetos racionais e irracionais misturados em emoções próprias. De acordo com a posição epistemológica e ontológica desta teoria, o investigador considera que se valoriza a componente interpretativa e crítica que desmonta o papel da ciência e destaca a importância dos saberes práticos dos atores sociais: «a mudança implica processos de tradução, deslocação e inscrição durante a evolução e estabilização de um ator-rede» (2009: 3).

clima democrático e de auscultação popular sobre a atividade mediática. A formação do público poderia igualmente converter-se num eixo interessante para futuras investigações, nomeadamente em ações sistemáticas em comunidades específicas, culturais, recreativas, étnicas, social ou economicamente desfavorecidas, no sentido de lhes informar sobre a lógica de funcionamento dos meios de comunicação, antevendo quais as considerações que realizam sobre a possibilidade prática de participarem. Poderiam ainda ser pensados projetos que se disponibilizassem a interagir com os meios de comunicação no sentido de eles próprios desenvolverem outras estruturas que pudessem dar resposta à implementação de um edifício participativo. Por outro lado, seria talvez útil compreender, com melhor nitidez e clareza, as sombras que a 'noite social' da participação dos cidadãos sugere (Pinto, 2009), nos termos de uma interpretação alargada e sistemática de todas as condições que desmotivam os cidadãos a deslocar as suas rotinas afastados dos média, questionando eventuais fatores críticos.

Certos, porém, de que a intervenção do público, através das mais diversas formas incluindo o *online*, não representa, neste trabalho, a solução milagrosa para os problemas que afligem o setor mediático, sobretudo em termos económicos e financeiros, parece-nos ainda assim adequado pensar num modelo firme e sólido de contacto com as audiências, elementos que, no limite, garantem a sobrevivência prática dos meios. Incentivar os cidadãos a desenvolver esforços para entrar frequentemente no espaço participativo contém provavelmente um aspeto comercial, fidelizando pessoas e rotinas. No contexto global deste trabalho não defendemos uma postura intransigente da participação dos cidadãos nos média. Por isso, optámos apenas por tentar conciliar um modo de entendimento ambivalente entre aspetos positivos e negativos nesta questão, embora nos pareça que se a natureza do trabalho jornalístico se orienta na premissa do contacto com o público, a forma como se gere a integração ativa destes elementos nos seus formatos, dirá muito da abertura dos meios à manutenção da sua sobrevivência.

No largo horizonte que se abre com o encerramento deste trabalho, parece-nos claro que continuará a existir jornalismo, numa sociedade que não poderá dispensar a atividade destes agentes, fundamentais para a compreensão das areias movediças por onde se pautam as fragilidades do mundo contemporâneo. Recordando uma frase da jornalista Nuria Llop, «os cidadãos necessitam que haja uma pessoa que seja capaz de processar a informação por eles e destacar os pontos que interessam», ou então Pere-Oriol Costa que defende a atualidade como uma era de 'impasse': «entendo que a provação dos nossos dias desencadeie mais consciência e manifestações. Estas pessoas pouco acreditam na resolução dos seus problemas pelos

políticos, esta gente não acredita neles. Então é por isso que estamos numa certa fase de impasse». Observando, de uma outra perspectiva, a disponibilidade dos cidadãos para marcar presença ativa nos média, poderíamos até admitir que alguns formatos de participação convidam o cidadão a contar histórias pessoais, do meio onde vive, atribuindo-lhe um papel de protagonista. Daí Frank Rose ter colocado a questão «por que razão contamos histórias?»³⁹⁶, referindo que os antropólogos defendem que contar o que acontece diariamente é essencial para assegurar a existência humana, numa «troca simbiótica entre o que se conta e o que se ouve – uma partilha que aprendemos a negociar durante a infância». A participação dos cidadãos nos média continuará a marcar presença enquanto existir a necessidade de contar o que existe no mundo: «as histórias são padrões reconhecidos e nos quais encontramos significados. Usamos histórias para fazer sentido ao nosso mundo e partilhar o nosso entendimento dele aos outros».

³⁹⁶ Num texto da revista Wire: [<http://www.wired.com/epicenter/2011/03/why-do-we-tell-stories/>], aceso em 08/03/2011].

BIBLIOGRAFIA

Livros, capítulos de livros, artigos em revistas científicas

- Alsina, M. (1996) *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós.
- Amar, V. (2010) 'La Educación en medios digitales de comunicación', *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, nº36: 115 - 124.
- Anderson, R. et al. (1994) *The conversation of journalism: Communication, community, and news*, Westport: Praeger.
- Ansuategui, A. (2006) 'Ciudadanía romana, nacionalidad e historigrafía tardo-republicana' in Simón, F. et al. (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona, pp. 207-222.
- Antunes, M. (2001) 'Público, Subjectividade e Intersubjectividade em Gabriel Tarde' [Online], *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Covilhã: UBI, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/antunes-marco-gabriel-tarde.html>], accedido em 16/06/2011].
- Arnstein, S (1969) 'A Ladder of Citizen Participation', *Journal of the American Institute of Planners*, 35, (4): 216-224.
- Auferheide, P., & Clark, J. (2008) *The future of public media: FAQ* [http://www.centerforsocialmedia.org/RESOURCES/PUBLICATIONS/PUBLIC_MEDIA_FAQ/], accedido em 22/04/2009].
- Babe, R. (1995) *Communication and transformation of economics: Essays in information, public policy, and political economy*, Boulder: Westview Press.
- Barbero, J. (2009) 'Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural' [Online], *Revista Electrónica Teoría de la Educación, Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 10 (1), [http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_10_01/n10_01_martin-barbero.pdf], accedido em 25/11/2012].
- Barrento, J. (1996) *A Palavra Transversal*, Lisboa: Cotovia.
- Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*, Paris: Galilée.
- Baudrillard, J. (1988) *De la séduction: l'horizon sacré des apparences*, Paris: Denoël.
- Baudrillard, J. (2004) *Le pacte de lucidité ou l'intelligence du mal*, Paris: Galilée.
- Bauman, Z. (2001) *Modernidade líquida*, Rio de Janeiro: Zahar.
- Benjamin, W. (1991) *Écrits français*, Paris: Gallimard.

- Benkler Y. (2006) *The Wealth of Networks*, New Haven: Yale University Press.
- Bennett, W. (2008) 'Changing Citizenship in the Digital Age', *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*. 1-24.
- Besley, J. (2006) 'The Role of Entertainment Television and Its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation', *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 11 (2): 41-63.
- Bettig, R. (1992) 'Critical Perspectives on the History and Philosophy of Copyright', *Critical Studies in Mass Communication*, 9 (2): 131– 155.
- Bimber, B. (2003) *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*, Cambridge: Cambridge University.
- Blumler, J. & Gurevich, M. (1995) *The Crisis of Public Communication*, Londres: Routledge.
- Boczkowski, P. (2004) 'The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms' [Online], *Journal of Communication*, 54 (2) [http://cmappublic2.ihmc.us/rid=1155905587484_1715320890_3674/boczkowski_2004b.pdf, em 10/07/2009].
- Bonfadelli, H. (2002) 'The Internet and Knowledge Gaps: A Theoretical and Empirical Investigation', *European Journal of Communication*, nº 17: 65–84.
- Bourdieu, P. (1992) *Les règles de l'art*, Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1992), *O Poder Simbólico*, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.
- Bourdieu, P. (1997) *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta.
- Braga, D. (2006) 'Prós e Contras: o debate político televisivo como sub-gênero/sub-tipo de interação verbal', *Revista Galega de Filoloxía* (7): 29-65.
- Branković *et al.* (1999) 'The concept of motivation—an analysis of the concept and metatheoretical considerations' [Online], *PubMed, National Center for Biotechnology Information*, 127 (7-8), [<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10624395>, acedido em 04-05-2009].
- Brecht, B. (2005) 'Teoria do rádio (1927-1932) in Meditsch, E. (ed.) *Teorias do rádio – Textos e Contextos*, Florianópolis: Insular.
- Brites, R. *et al.* (2008) *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social Portugueses*, Lisboa: ERC.
- Brym, R. (1980) *Intellectuals and Politics*. Londres: George Allen & Unwin Ltd.

Buckley, T. (1996) *Aspects of Greek History 750- 323bc: A Source-Based Approach*, Londres: Routledge.

Bustamante, B. & Aranguren, F. (2005) 'Televisión de calidad y participación ciudadana' [Online], *Comunicar - Revista Científica de Educomunicación*, 2 (25) [<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2927360>, acedido em 15/04/2009].

Cammaerts, B. (2007) 'Citizenship, the Public Sphere, and Media' in Carpentier, N & Cammaerts, B (eds.) (2007) *Reclaiming the Media Communication Rights and Democratic Media Roles* (S/L): Intellect Books, ECREA series, pp. 1-8.

Cardoso e Cunha, T. & de Miranda, B. (orgs.) (1985) *Espaço público*, Lisboa: Centro de Estudos de Cultura e Linguagens, [<http://www.cecl.com.pt/rcl/02/rcl02-01.html>, acedido em 25/8/2009].

Carey, G. (1995) *In Defense of the Constitution*, Indianapolis: Liberty Fund.

Carpentier, N. & Cleen, B. (2008) *Participation and Media Production: Critical Reflections on Content Creation*, São Francisco: San Francisco Conference of the International Communication Association (ICA)

Carpentier, N. (2001) 'Managing Audience Participation: The Construction of Participation in an Audience Discussion Programmes', *European Journal of Communication*, 16 (2): 209-232.

Carpentier, N. (2007) 'Participation, Access and Interaction: Changing Perspectives' in Nightingale, V. & Dwyer, T. (eds.) (2007) *New Media Worlds*, Oxford: Oxford University Press, pp. 227-240.

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

Carvalho, J. (2000) 'Média e cidadania na periferia portuguesa - O caso da Beira Interior' [Online], *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Covilhã: UBI, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalho-jricardo-media-cidadania.pdf>, acedido em 16/07/2009].

Carvalho, J. (2005) 'O triângulo bloqueado: media, política e cidadãos na democracia local' in Correia, J. (org.) (2005) *Comunicação e Política*, Covilhã: Universidade da Beira Interior, pp. 181-200.

Cascais, F. (2001) *Dicionário de Jornalismo: As palavras dos media*, Lisboa: Editorial Verbo.

Castells, M. (2004) *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2005) *A sociedade em rede – do conhecimento à acção política*, Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.

Catterall, P. (1997) 'What (if anything) Is Distinctive about Contemporary History?', *Journal of Contemporary History*, 32 (4): 441-452.

Catterall, P. (1997) 'What if anything is distinctive about contemporary history', *Journal of Contemporary History*, 32 (4): 441-452.

Cefai, D. & Pasquier, D. (2003) 'Introduction', in Cefai, D. & Pasquier, D. (orgs.) (2003) *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris: PUF, pp. 7-15.

Cloutier, J. (2002) 'EMEREC: Petit traité de communication à l'heure des Technologies Numériques', *La Lettre d'ADELI*, n°47: 21-27.

Coelho, E. (2001) 'Estruturas e redes' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 233-242.

Coelho, H. (2001) 'A atracção irresistível pela complexidade' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 289-302.

Coleman, R. (2007) 'Picturing civic journalism - How photographers and graphic designers visually communicate the principles of civic journalism', *Journalism*, 8 (1): 25-43.

Coleman, R. *et al.* (2008) 'Public life and the internet: if you build a better website, will citizens become engaged?', *New media & Society*, 10 (2): 179-201.

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

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

Correia, J. (2007) 'Jornalismo e realidades múltiplas: o arrastão e a representação mediática das identidades' [Online], *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*,

Covilhã: UBI, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-identidades-multiplas.pdf>,
acedido em 10/07/2009].

Cruz, M. (2001) 'Técnica e afecção' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 31-46.

Cunha e Silva, P. (2001) 'Prefácio: estar ligado' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, p. 9.

Cunha, M. *et. al.* (2004) *Manual de comportamento organizacional e gestão*, Santa Maria dos Olivais: Editora RH.

Curran, J (1991) 'Rethinking the media as a public sphere' in Dahlgren, P. & Sparks, C. (eds.) (1991) *Communication and Citizenship – Journalism and the Public Sphere*, Londres: Routledge, pp. 27-57.

Cynthia Farrar (2007) 'Power to the People' in Raaflaub *et al.* (2007) *Origins of Democracy in Ancient Greece*, Londres. University of California Press, pp. 177-194.

Cyrus, N. & Vogel, D. (2005) 'Germany' in Triandafyllidou, A. & Gropas, R. (eds) (2005) *European Immigration, A Sourcebook*, Ampshire: Ashgate Publishing Limited, pp. 127-140.

Chadwick, A. (2006) *Internet politics*, Nova Iorque : Oxford University Press.

Chung, D. (2008) 'Interactive features of online newspapers: Identifying patterns and predicting use of engaged readers', *Journal of Computer-Mediated Communication*, nº 13: 658-679.

Da Silva, M. (2009) *As cartas dos leitores na imprensa portuguesa: uma forma de comunicação e debate do público*, tese de doutoramento, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Dagnino, E. (2004) 'Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?' in Mato, D. (ed.) *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*, Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, pp. 95-110.

Dahlgren, P. (2006) 'Civic participation and practices: 'Beyond deliberative democracy'', in Carpentier *et al.* (eds) *Researching media, democracy and participation* [http://eprints.lse.ac.uk/3309/2/Researching_media%2C_democracy_and_participation.pdf,
acedido em 15-05-2011] Tartu: Tartu University Press, 23-34.

Dahlgren, P. (2006) 'Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere European', *Journal of Cultural Studies*, 9 (3): 267-283.

David, P. & Foray, D. (2003) 'Economic fundamentals the knowledge society', *Policy Futures in Education*, 1 (1). pp. 20-49.

Davis, R. & Curtice, J. (2000) 'Speaking for the Public: Representation and Audience Participation During the 1997 British General Election Campaign' [Online], 5 (1), [http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/harvard_international_journal_of_press_politics/v005/5.1davis.pdf, acessado em 12/04/2009].

De Certeau, M. (1984) *The Practices of Everyday Life*, Los Angeles: University of California Press.

De Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos.

De Miranda, J. (2001) 'Para uma crítica das ligações técnicas' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 259-278.

Del Moral, J. (2012) 'La tercera y definitiva brecha digital' [Online], Telos, nº 91, [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/TribunadelaComunicacion_91TELOS_TRIBUNA1/seccion=1213&idioma=es_ES&id=2012042612040001&activo=7.do, acessado em 15/12/2012].

Deleuze, G. & Guattari, F. (1987) *A Thousand Plateau*, Londres: Continuum.

Dervin, B & Clark, K. (1989) 'Communication as Cultural Identity: The Invention Mandate', *Media Development*, 2: 5-8.

Denning, M. (1990) "'The End of Mass Culture'", *International Labor and Working Class History*, nº 37: 4-18.

Dennis, E. (2004) 'Out of Sight and Out of Mind: The Media Literacy Needs of Grown-Ups', *American Behavioral Scientist*, 48 (2): 202-211.

Deuze, M. (2001) 'Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide' [Online], *First Monday*, 6 (10), [<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/893>, acessado em 14/04/2009].

Deuze, M. (2001) 'Understanding the Impact of the Internet: On New Media Professionalism, Mindsets and Buzzwords' [Online], *EJournalist* 1 (1). [<http://www.ejournalism.au.com/ejournalist/deuze.pdf>, acessado em 14-06-2009].

- Deuze, M. (2006) 'Collaboration, participation and the media', *New Media & Society*, 8 (4): 691-698.
- Dewey, J. (1927) *The Public and its Problems*, Nova Iorque: Holt.
- Downing, J. (1984) *Radical media: The political experience of alternative communication*, Boston: South End Press.
- Dryzek, J. (2000) *Deliberative democracy and beyond. Liberals, critics, contentations*, Oxford, Oxford University Press.
- Dutta-Bergman, M. (2005) 'Access to the internet in the context of community participation and community satisfaction', *New Media & Society*, 7 (1): 89-109.
- Ehrenberg, V. (1960) *The Greek State*, Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Elster, J. (ed.) (1998) *Deliberative Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Enli, G. (2008) 'Redefining Public Service Broadcasting Multi-Platform Participation', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1): 105-120.
- Entman, R. (1989) *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*, Oxford: Oxford University Press.
- Esparza, L. (2009) 'Citizenship: Discourse, Theory, and Transnational Prospects', *Contemporary Sociology, a Journal of Reviews*, nº38: 60-61.
- Etzioni, A. (1993) *The spirit of community: Rights, responsibilities, and the communitarian agenda*, Nova Iorque: Crown Publishers.
- Faia, M. (2005), 'A comunicação da experiência de si na contemporaneidade', *Atas IV Congresso da Sopcom*. 2006-2015.
- Fantin, M. (2011) 'Mídia-educac o: aspectos hist3ricos e te3rico-metodol3gicos' [Online], 14 (1), [<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/olhardeprofessor>], acessado em 21/12/2011].
- Fedorov, A. (2008) 'Media Education around the world: brief history' [Online], *Acta Didactica, Napocensia*, 1 (2), [http://dppd.ubbcluj.ro/adn/article_1_2_7.pdf], acessado em 12/04/2009].
- Ferin, I. & Santos, A. (2008) *Media, Imigra o e Minorias  tnicas – 2005-2006*, Lisboa: ACIDI .
- Fernand3z, J. (2009) 'Broadcast yourself:  oximoron o confusi3n entre medios?', *Comunicar - Revista Científica de Educomunicaci3n*, XVII (33): 55-61.

- Finholt, T. & Sproull, L. (1990) 'A Social Influence Model of Technology Use', in Fulk, J. & Steinfield, C. (eds) *Organizations and Communication Technology*, Newbury Park: Sage, pp. 117-140.
- Fiske, S. & Taylor, S. (1991). *Social cognition*, Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Fontcuberta, M. & Guerrero, C. (2007) 'Una nueva propuesta para la educación en medios', *Cuadernos de Información*, nº20: 87-97.
- Fredkin, E. (1990) 'Digital Mechanics: An information process based on reversible universal celular automata', *Physica D* 45: 254-270.
- Friedland, L. (1995) 'Public Television as Public Sphere: The Case of the Wisconsin Collaborative Project', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, nº39, 147-146.
- Gago, L. (2004) *La radio sur Internet : approche de l'innovation par l'étude des représentations et des services en ligne. Le cas de Ouï Fm.com et de Diora.com*, [<http://www.gre.fr/article16.htm>, acedido em 05/07/2010].
- Gambetta, D. (1998) "'Claro!'" An essay on discursive machismo, in Elster, J. (ed.) (1998) *Deliberative Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 19-43.
- Garcés, R. (2007) 'La crisis de los discursos radiofónicos' [Online], *Revista Latina de Comunicación Social*, nº62 [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarces.htm>, acedido em 9/03/2010].
- García-Leguizamón, F. (2010) 'Educación en medios ayer y hoy: tópicos, enfoques y horizontes', *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 2 (4): 279-298.
- Gargarella, R. (1998) 'Full representation, deliberation and impartiality', in Elster, J. (ed.) (1998) *Deliberative Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 260-280.
- Giddens, A. (1984) *The Constitution of the society*, Ewing: University of California Press.
- Gil, J. (2001) 'Ligação de inconscientes' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 21-30.
- Gillmor, D. (2008) *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*, Cambridge: O'Reilly Media.
- Gitlin, T. (2003) *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley: University of California Press.
- Gochenour, P. (2006) 'Distributed communities and nodal subjects', *New Media & Society*, 8 (1): 33-51.

González, M. & Salgado, C. (2009) 'Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting', *Comunicar - Revista Científica de Educomunicación*, XVII (33), 45-54.

Gossiaux, J. (1997) 'Le paradoxe de l'identité' in Halpern, C. (2009) *L'identité l'individu, le groupe, la société*, Paris: Ed. Sciences Humaines.

Gouveia, C. & Baptista, M. (2007) *Teorias sobre a Motivação, Teorias de conteúdo* [http://prof.santana-e-silva.pt/gestao_de_empresas/trabalhos_06_07/word/Motiva%C3%A7%C3%A3o-Teorias%20de%20conte%C3%BAdo.pdf], acedido em 05/08/2009]

Grawitz, M. (1990) *Méthodes des Sciences Sociales*, Paris: Dalloz.

Griffins, M. (2004) 'E-Citizens: Blogging as Democratic Practice' [Online], *Electronic Journal of E-Government*, 2 (3) [<http://www.ejeg.com/volume2/issue3/p199>], acedido em 14/04/2009].

Gutiérrez, G. & Huertas, A. (2004) *España: Programación radial para todo público*, Madrid: Chasqui.

Gutmann, A. & Thompson, D. (1996) *Democracy and disagreement*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Habermas, J (1984) *Mudança estrutural da esfera pública*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Habermas, J. (1978) *L'espace publique: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris: Payot.

Habermas, J. (1981) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona: G. Gili.

Habermas, J. (1991) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*, Cambridge: MIT Press.

Habermas, J. (2008) 'Comunicación política en la sociedad mediática. El impacto de la teoría normativa en la investigación empírica', *Revista Libero*, XI (21): 9-22.

Hacking, I. (1999) *¿La construcción social de qué?*, Barcelona: Paidós.

Hague, C. & Williamson, B. (2009) *Digital participation, digital literacy, and school subjects - A review of the policies, literature and evidences*, [<http://www.futurelab.org.uk/projects/digital-participation>], acedido em 05/07/2010].

Hamelink, C. (2000) 'Ethics for Media Users', in Pattyn, B. (ed.) (2000) *Media Ethics: Opening Social Dialogue*, Leuven: Peeters. pp. 393-401.

- Hamilton, J. (2003) 'Remaking media participation in early modern England', *Journalism*, 4 (3): 293–313.
- Hansen, M. (1992) *The Ancient Greek City-State*, Viborg: Special-Trykkeriet.
- Haraway, D. (1991) *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, Nova Iorque: Routledge.
- Harley, R. (1996) 'That's Interaction!: Audience Participation in Entertainment Monopolies', *Convergence: The International Media Technologies Journal of Research into New Media Technologies*, n°2: 103-123.
- Held, D. (1987) *Models of Democracy*, Cambridge: Polity Press.
- Hermes, J. (2006) 'Citizenship in the Age of the Internet', *European Journal of Communication*, 21 (3): 295-309.
- Herreros, M. (2001) *La rádio en la convergencia multimédia*, Barcelona: Gedisa.
- Herreros, M. (2007) *Modelos de rádio, desarrollos e inovaciones – del diálogo a la interactividad*, Madrid: Fragua.
- Herreros, M. (2009) 'Comunicación interactiva en los cibermedios', *Comunicar - Revista Científica de Educomunicación*, XVII (33): 15-24.
- Hind, D. (2007) *The Threat to Reason: How the Enlightenment was Hijacked and How We Can Reclaim It*, Londres: Verso.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. (1947) *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*, São Paulo: Paz e Terra [Edição de 2002].
- Huesca, R. (1996) 'Participation for development in radio: An ethnography of the Reporteros populares of Bolivia', *International Communication Gazette*, 00: 29-52.
- Hughes, M. (2008) *Buzzmarketing: Get People To Talk About Your Stuff*, Nova Iorque: Penguin Group (USA).
- Husserl, E. (1965) *A Filosofia como Ciência de Rigor*, Coimbra: Atlântida.
- Ibáñez, T. (1983) *Poder y libertad : estudio sobre la naturaleza, las modalidades y los mecanismos de las relaciones de poder*, Barcelona: Hora.
- Ibarra, J. (2007) *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*, Zarautz: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.
- Iyengar, S. & Curran, J. (2009) 'Media Systems, News Delivery and Citizens' Knowledge of Current Affairs' [Online], *Transformation of Public Sphere*,

[<http://publicsphere.ssrc.org/iyengar-curran-media-systems-news-delivery-and-citizens-knowledge-of-current-affairs>, acessado em 16/10/2010].

Jamieson K. & Cappella J. (1994) *Media in the middle: fairness and accuracy in the 1994 health care reform debate*, Filadélfia: Annenberg Public.

Janoski, T. (1998) *Citizenship and Civil Society: A Framework of Rights and Obligations in Liberal, Traditional, and Social Democratic Regimes*, Cambridge: Cambridge University Press.

Jehne, M. (2006) 'Who attended roman assemblies? Some remarks on political participation in the roman republic' in Simón, F. *et al.* (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona, pp. 223-262.

Jenkins H. (2006) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, Chicago: The MacArthur Foundation.

Jeter, K. (1998) *Noir*, Milão: Fanucci.

Jungblut, A. (2004) 'A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço', *Horizontes Antropológicos*, ano 10, nº21: 97-121.

Kaniss, P. (1991) *Making Local News*, Chicago: The University of Chicago Press.

Katz, E. (2000) 'Media Multiplication and Social Segmentation', *Ethical Perspectives*, 2 (3): 122-132.

Katz, E. *et al.* (1973) 'On the use of the mass media for important things', *American Sociological Review*, 38: 164-181.

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

Kerckohve, D. (1994) *A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade electrónica*, Lisboa: Relógio D'Água.

Kittler, F. (2001) 'Ligações on-off' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 279-288.

Kiwan, D. (2007) 'Uneasy relationships? Conceptions of 'citizenship', 'democracy' and 'diversity' in the English citizenship education policymaking process', *Education, Citizenship and Social Justice*, 2: 223-236.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004) *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.

Kubey, R. (2004) 'Media Literacy and the Teaching of Civics and Social Studies at the Dawn of the 21st Century', *American Behavioral Scientist*, nº48: 69-76.

Kunst, B. (2001) "'Quero partilhar-te – que me fazes?'" 'Aterrado e imóvel: o corpo íntimo' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 243-258.

Laclau, E. & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy*, Londres: Verso.

Ladd, E. (1998) *Bowling with Tocqueville*, Washington DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.

Lash, S & Urry, J. (1994) *Economies of signs and space*, Londres: SAGE Publications.

Lawler, E. *et al.* (1995) *Creating high performance organizations*, São Francisco: Jossey-Bass.

Lazarsfeld, P. (1940) *Radio and Printed Page*, Nova Iorque: Duell, Sloan and Pearce.

Lazarsfeld, P. & Merton, R. (1948) 'Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action' in Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas*, Nova Iorque: Institute of Religious and Social Studies.

Lazarus, R. (1991) *Emotion and adaptation*, Nova Iorque: Oxford University Press.

Le Goff, J. (2007) *A idade média para principiantes*, Lisboa: Círculo de Leitores, Temas & Debates.

Leford, G & Lawler, E. (1994) 'Research on Employee Participation: Beating a Dead Horse?', *Academy of Management Review*, nº19: 633–636.

Léon, B. (coord) (2010) *Informativos para la televisión del espectáculo*, Sevilha: Comunicación Social Ed.

Levenshus, A. (2007) *Public Radio's Social Media Experiments: Risk, Opportunity, Challenge*, [http://www.centerforsocialmedia.org/sites/default/files/public_radio_report3.pdf, acedido em 25/05/2009].

Lévy, P. (1994) *O que é o Virtual?*, São Paulo: Editora 34.

Lévy, P. (1999) *Cibercultura*, São Paulo: Editora 34.

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

Lillie, J. (2005) 'Cultural Access, Participation, and Citizenship in the Emerging Consumer-Network Society', *Convergence*, 11: 41-50.

Lippman, W. (1922) *Public opinion*, Nova Iorque: Free Press [Edição 2997].

Liu, Y. & Shrum, L. (2002) 'What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person, and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness', *Journal of Advertising*, 31 (4), 53-64.

Livingstone, S. & Lunt, P. (1989) *Debating Drunk Driving: The Construction of Casual Explanations in Television Discussion Programmes*, Oxford: Pergamon.

Livingstone, S. & Lunt, P. (1992) 'Expert and Lay Participation in Television Debates: An Analysis of Audience Discussion Programmes' [Online], *European Journal of Communication*, 7 (9), [<http://ejc.sagepub.com/content/7/1/9.short>, acedido em 04/05/2009].

Livingstone, S. (1990) *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*, Oxford: Pergamon.

Lopes, F. (2008). *A TV do Real - a Televisão e o Espaço Público*, Coimbra: Minerva.

Lopes, F. (orgs.) (2011) *A TV dos Jornalistas* [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/tv_jornalistas, acedido em 22/11/2011].

Lopes, P. (2011) 'Educação para os media nas sociedades multimediáticas' [Online], *CIES Working Paper*, [http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP108_Lopes.pdf, acedido em 16/11/2011].

Maffesoli, M. (2007) *Le réenchantement du monde*, Paris: Éditions de La Table Ronde.

Maquiavel, N. (1994) *Comentários sobre a primeira década de Tito Lívio*, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 3ª Edição. Tradução de Sérgio Bath.

Markus, H. & Zajonc, R. (1985) 'The cognitive perspective in social psychology', in Lindzey, G. & Aronson, E. (eds.) *The handbook of social psychology*, Nova Iorque: Random House, pp. 137-230.

Marshall, T. & Bottomor, T. (1992) *Citizenship and Social Class*, Londres: Pluto.

Martins, M. (2011) *Crise no Castelo da Cultura - Das Estrelas para os Ecrãs*, Coimbra: Grácio Editor.

Massumi, B. (2001) 'Expressar a conexão: arquitetura relacional' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 107-118.

Mastermann, L. (1997) *A scuola di media, educazione, media e democrazia nell'Europa degli anni'90*, Brescia: La Scuola.

Mauss, Marcel (1935) 'Techniques of the Body', *Journal de Psychologie Normale et Pathologique*, ano XXXII: 271-293.

May, C. (2000) *A Global Political Economy of Intellectual Property Rights; the New Enclosures?*, Londres e Nova Iorque: Routledge.

McClelland, D. *et al.* (1995) 'Power is the great motivator', *Harvard Business Review*, 126-139.

McLeod, J. *et al.* (1999) 'Understanding deliberation: The effects of discussion networks on participation in a public forum', *Communication Research*, nº26: 743-774.

McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967) *The Medium is the Massage*, Nova Iorque: Bantam Books.

McQuail, D. (1997) *Audience Analysis*, Londres: Sage Publications.

McQuail, D. (2003) *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Meditzsch, E. (1999) *A Rádio na era da informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*, Coimbra: Minerva.

Meditzsch, E. (1999) *A Rádio na era da informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*, Coimbra: Minerva.

Meijer, A. *et al.* (2009) 'Citizens4Citizens: Mapping Participatory Practices on the Internet' [Online], *Electronic Journal of e-Government*, 7 (1) [<http://www.ejeg.com/volume7/issue1/p99>, acessado em 01/02/2010].

Mendes, J. (2004) 'Media, públicos e cidadania: Algumas notas breves', *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº70: 147-158.

Merriam, S. (1998) *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*, São Francisco: Jossey-Bass.

Merriam, S. (1998) *Qualitative research and case study applications in education*, São Francisco: Jossey-Bass.

Meyer, P. (2003) 'The proper role of the news media in a democratic society' in Harper J, Yantek T (eds) *Media, Profit, and Politics: Competing Priorities in an Open Society* (2003), Ohio: Kent State University Press, pp. 11-17.

Miessen, M. (2010) *The Nightmare of Participation (Crossbench Praxis as a Mode of Criticality)*, Berlim: Sternberg Press

Miralles, A. (2000) 'Una idea de periodismo público', *Voces Ciudadanas*, Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 53-64.

Misgeld, D. (1987) *Education and cultural invasion: Critical social theory, education as instruction and the "pedagogy of oppressed"*, Cambridge: MIT Press.

Molder, M. (2001) 'Apologia da inadaptação' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 217-232.

Mook, D. (1996) 'Motivation: A Biobehavioural Approach' in Rudolph, U. (2003) *Motivationspsychologie*, Weinheim: Beltz, pp. 25-53.

Morató, J. (1996) *Democracia y posmodernidad*, Madrid: Editorial Complutense.

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

Morrell, M. (1999) 'Citizens' evaluations of participatory democratic procedures: Normative theory meets empirical science', *Political Research Quarterly*, n° 52: 293-322.

Mouffe, C. (1992) 'Democratic citizenship and the political community', in Mouffe, C. (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*, Londres, Verso, pp. 225–239.

Mourão, J. (2001) 'Vínculos, novos vínculos, desvinculações' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 75-96.

Moy, P. *et al.* (2005) 'Knowledge or Trust?: Investigating Linkages Between Media Reliance and Participation', *Communication Research*, 32 (1): 59-86.

Mühlenfeld, H. (2002) 'Research Note: Mass Communication as Participation. Web-Radio in Germany: Legal Hazards and its Contribution to an Alternative Way of Mass Communication', *European Journal of Communication*, 17 (1): 103–113.

Navarro, D. (2009) 'Transforming public space: a local radio's work in a poor urban community', *Development in Practice*, 19 (4): 621-629.

Neves, J. (2009) 'Os dilemas da sociologia da técnica: do construtivismo social à teoria do actor-rede' [Online], *Economia e Sociologia*, [<http://pt.scribd.com/doc/43509133/Tecnica-Evora-jan2009>], acedido em 12-10-2010].

Noëlle-Neumann, E. (1995) *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona: Paidós.

Norris, P. (1996). 'Does television erode social capital? A reply to Putnam', *PS: Political Science and Politics*, 29 (3): 474-480.

Nye, J. (1997) 'The decline of confidence in government' in Nye, J., Zelikow, P. & King, D. (eds.) (1997) *Why People Don't Trust Government*, Cambridge: Harvard University Press, pp. 1-18.

Oliveira, M. (2007) *Metajornalismo... ou quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*, tese de doutoramento, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Olson, K. & Dunham, Y. (2010) 'The development of implicit social cognition' in Gawronski, B. & Payne, B. (eds) *Handbook of Implicit Social Cognition*, Londres: Guilford Press: 241-254.

Olson, M. (1965) *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard: President and Fellows of Harvard College.

Oraisón, M. (2011) 'Individuación y participación: tensiones en la construcción de ciudadanía' in Toro, B. & Tallone, A. (2011) *Educación, valores y ciudadanía Serie Educación en Valores*, (S/L): OEI Fundación SM, pp. 58-72.

Östberg, K. (1997) *After Suffrage: Women's space after the emergence of democracy*, Estocolmo: Stehag.

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

Páez, J. (1999) 'Ràdio de fi de segle: Tecnologia en play, llenguatge en pause', [Online], Quaderns del CAC, n°4, [http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q4perona.pdf, accedido em 15/05/2010].

Páez, J. (2004) Exclusión social, discapacitados y educación apuntes sobre el papel de los medios audiovisuales y de las TIC, *Red digital: Revista de Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas*, n° 5, [http://reddigital.cnice.mecd.es/5/firmas/perona_ind.html, accedido em 15/03/2010].

Page, B. (1996) *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*, Chicago: The University of Chicago Press.

Papacharissi, Z. (2002) 'The virtual sphere: The internet as a public sphere', *New Media & Society*, 4 (1): 9-27.

Papacharissi, Z. (2004) 'Democracy Online: Civility, Politeness and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups', *New Media and Society*, n° 6: 259-83.

Park, R. (1903) *Masse und Publikum. Eine methodologische und soziologische Untersuchung*, Berlin: Lack & Grunau.

Pereira, F. (2001) 'Ligações "livres" – da construção fantasiosa à realidade doméstica' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 119-132.

Pereira, L. (2012) *Conceções de literacia digital nas políticas públicas – estudo a partir do Plano Tecnológico da Educação*, tese de doutoramento, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Pereira, M. (1982) *Estudos de História da cultura clássica, II volume, Cultura romana*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Pereira, S. (2000) 'Educação para os media e cidadania' [Online], *Cadernos de Educação de Infância*, [<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4768>, acedido em 15/05/2009].

Pereira, S. et al. (2011) *25 + Um, Agenda de Actividades de Educação para os Media*, (S/L): CECS (Universidade do Minho) e Gabinete de Meios de Comunicação Social.

Pérez, A. (2000) *Para entender la rádio – estrutura del proceso informativo radiofónico*, Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Peters, C & Broersma, M. (eds.) (2012) *Rethinking Journalism, Trust and Participation in a Transformed News Landscape*, Oxford: Routledge.

Pina e Cunha, M. et al. (2004) *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão*, Santa Maria dos Olivais: Editora RH.

Pinheiro, M. (2007), 'Cultura dos Links, Conjunção e Conexão nas Redes', *FAMECOS* (32), [<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/1968/1784>, acedido em 19-01-2010].

Pinto, M. & Sousa, H. (2011) 'O estatuto dos cidadãos no jornalismo participativo', *Atas do VII Congresso da SOPCOM*: 1560-1572.

Pinto, M. (2003) *O papel dos media na promoção da democracia e dos indivíduos na sociedade da informação*, [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/999/1/manuelpinto_e-governance%20SOPCOM_2003.pdf, acedido em 10/05/2009].

Pinto, M. (2010) 'A busca da comunicação na sociedade multi-ecrãs: uma perspectiva ecológica' [Online], *Revista Comunicar*, n°25, [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1368033.pdf, acessado em 25/01/12].

Pires, H. (2002) 'Do gesto hesitante da dor à fusão apocalíptica do corpo, Leitura de Crítica das Ligações na Era da Técnica', *Revista Comunicação e Sociedade*, 4: 287-296.

Plácido, D. (2006) 'Liturgias, evergetismo y mistoforía: los modos de redistribución de la ciudad democrática' in in Simón, F. et al. (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona, pp. 41-67.

Polat, R. (2005) 'The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links', *European Journal of Communication*, 20 (4): 435-459.

Portney, K. & Berry, J. (eds.) (2010) *Participation and the Pursuit of Sustainability in U.S. Cities* [Online], vol. 46, [http://uar.sagepub.com/content/46/1/119.short?rss=1&ssource=mfr, acessado em 05/01/11].

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

Prats, J. (2003) 'Educação em meios e competência emocional' [Online], 32, [http://www.rioei.org/rie32a03.htm, acessado em 10/12/2009].

Primo, A. & Recuero, R. (2004) 'Co-Links: Proposta de uma nova tecnologia para a escrita coletiva de links multidirecionais' [Online], *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, 6 (1). [http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/viewArticle/3083 19/01/2010, acessado em 15/10/2009].

Putnam, R. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Quico, C. (2008) *Audiências dos 12 aos 18 anos no contexto da convergência dos media em Portugal: emergência de uma cultura participativa?*, tese de doutoramento, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1992) *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Rakow, L. (1999) 'The Public at the Table: From Public Access to Public Participation', *New Media & Society*, n°1: 74-82.

Raynes-Goldie, K., & Walker, L. (2008) 'Our Space: Online Civic Engagement Tools for Youth', *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*: 161–188.

Reese, S. *et al.* (2007) 'Mapping the blogosphere Professional and citizen-based media in the global news arena', *Journalism*, 8 (3): 235–261.

Rheinberg, F. (2000) *Motivation*, Estugarda: Kohlhammer.

Rheingold, H. (2008) 'Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement', *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*: 97–118.

Ribeiro, F. (2008) *A rádio e os ouvintes: a fórmula de uma relação bipolar*, dissertação de mestrado, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Rivoltella, P. (1997) 'Mass media, educazione, formazione' in Mastermann, L. (1997) *A scuola di media, educazione, media e democrazia nell'Europa degli anni'90*, Brescia: La Scuola, pp. 5-29.

Rivoltella, P. (2006) 'Mass media, educazione, formazione' in Mastermann, L. (2006) *Screen generation: gli adolescent e le prospettive dell'educazione nell'età dei nuovi media digitali*, Milão: Vita e Pensiero.

Rocher, L. (2006) 'Formas de participación en modelos de politeai sustitutivos de la democracia real' in Simón, F. *et al.* (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona, pp. 13-40.

Rodero, E. & Sánchez, C. (2007) 'Radiografía de la radio en España' [Online] *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 62 [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200714RoderoySanchez.htm, acedido em 02/04/2010].

Rodrigues, A. (1985) 'Espaço Público', *O Público e o Privado* (s/p).

Rodrigues, C. (2007) *Teorias da Motivação, Teorias de processo* [http://prof.santana-e-silva.pt/gestao_de_empresas/trabalhos_05_06/word/Motiva%C3%A7%C3%A3o-Teorias%20de%20Processo.pdf, acedido em 05/08/2009].

Rojas, H. *et al.* (2005) 'Media dialogue: Perceiving and addressing community problems', *Mass Communication and Society*, 8 (2): 93–110.

Rojas, H., & Puig-i-Abril, E. (2009) 'Mobilizers Mobilized: Information, Expression, Mobilization and Participation in the Digital Age', *Journal of Computer-Mediated Communication - International Communication Association*: 902–927.

Rollinson, D. & Broadfield, A. (2002) *Organisational Behaviour and Analysis: An Integrated Approach*, Londres: Financial Times Prent. Int.

Rose, F. (2011) *The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*, Nova Iorque: W. W. Norton & Company.

Rosenberg, B. & White, D. (eds) (1957) *Mass Culture: The Popular Arts in America*, Nova Iorque: The Free Press.

Ross, A. (1989) *No Respect: Intellectuals and Popular Culture*, Nova Iorque: Routledge.

Rubim, A. (2000) 'Contemporaneidade na idade dos media', *Interface_ Comunicação, Saúde, Educação*, 4 (7): 25-36.

Rudolph, U. (2003) *Motivationspsychologie*, Weinheim: Beltz.

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

Santos, L. (2012) *Journalism in transition: a study of change at Jornal de Notícias' online newsroom*, tese de doutoramento, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Sardo, D. (2001) 'Conexões *low-tech* e performatividade' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 171-182.

Scannell, P. (1986) 'Broadcasting and the Politics of Unemployment 1930-1935' in Collins, R. *et al.* (eds) (1986) *Media, Culture and Society: A Critical Reader*, Londres: Sage, pp. 150-163.

Schudson, M. (2000) *The Sociology of News*, Nova Iorque: W. W. Norton and Company.

Schultz, T. (2000) 'Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader Email', *Media, Culture and Society*, 22: 205–21.

Schutz, A. (1976) *Collected Papers*, Hague: Martinus Nijhoff.

Sebastião, S. (2012) *Cultura Contemporânea: contributos para os estudos culturais, mediáticos e digitais*, Lisboa: ISCSP.

Serra, P. (1999) 'Informação e cidadania (Notas para uma discussão) ', [Online], *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Covilhã: UBI, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-informacao-cidadania.html>], acessado em 16/08/2009].

Serra, P. (2012) 'Novos media e participação política', [Online], *Obs**, *Observatório Obercom*, [<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/541>, acessado em 16/12/2012].

Shah, D. *et al.* (2001) 'Connecting and "Disconnecting with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital', *Political Communication*, 18: 141-162.

Shah, D. *et al.* (2005) 'Information and Expression in a Digital Age - Modeling Internet Effects on Civic Participation', *Communication Research*, 32 (5): 531-565.

Shaviro, S. (2001) 'Ligações perigosas: a ontologia das redes digitais' in de Miranda, B. & Cruz, M. (2001) *Críticas das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasons*, Lisboa: Tropismos, pp. 197-216.

Silveirinha, M. (2005) 'Democracia Deliberativa e Reconhecimento: Repensar o Espaço Público' [Online] in *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*, Covilhã: LABCOM, UBI, [http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/06/silveirinha_democraciadeliberativa.pdf, acessado em 27/08/2009].

Silverstone, R. (2004) 'Regulation, media literacy and media civics', *Media, Culture & Society*, 26 (3): 440-449.

Simón, F. (2006) 'Ritual participation and collective identity in the roman republic: censvs and Ivstrvum' in Simón, F. *et al.* (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona, pp. 110-157.

Simón, F. *et al.* (eds.) (2006) *Repúblicas y ciudadanos: modelos de participación cívica en el mundo antiguo*, Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona.

Singer *et al.* (2011) *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Chichester: Wiley-Blackwell.

Somers, M. (2008) *Genealogies of Citizenship: Markets, Statelessness, and the Right to Have Rights*, Cambridge: Cambridge University Press.

Sousa, F. (1988) *Jornal de Notícias - a memória de um século (1888-1988)*, Porto: Empresa do Jornal de Notícias.

Soysal, Y. (1994) *Limits of citizenship: Migrants and postnational membership in Europe*, Chicago: University of Chicago.

Splichal, S. & Wasko, J. (eds) (1993) *Communication and Democracy*, Nova Jérícia: Ablex.

Tarde, G. (1986) *La Opinión y la Multitud*, Madrid: Taurus.

- Teixeira, S. (2005) *Gestão das Organizações*, Nova Iorque: McGrawHill.
- Thévenot, L. (1999) 'Faire entendre une voix. Régimes d'engagement dans les mouvements sociaux', *Mouvements*, n°3: 73-82.
- Thomas, P. (1994) 'Participatory development communication: philosophical premises' in White, S. *et al.* (eds.) (1994) *Participatory Communication: Working for Change and Development*. Beverly Hills: Sage, pp. 49–59.
- Tornero, J. (2004) 'A new model for promoting digital literacy' [Online], *Digital Literacy*, [http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/doc/workshops/digital_literacy/position_papers/perez_tornero_jose.pdf, acessado em 05/05/2009].
- Torney-Purta *et al.* (1991) *Citizenship and education in twenty-eight countries: civic knowledge and engagement at age fourteen*, Amsterdão: International Association for the Evaluation of Education Achievement.
- Touraine, A. (1992) *Critique de la modernité*, Paris: Seuil.
- Turner, B (eds) (1990) *Theories of Modernity and Postmodernity*, Londres: Sage.
- Turner, B. (1994) 'Postmodern Culture/Modern Citizens', in van Steenberg, B (ed.) *The Condition of Citizenship*, Londres, Sage, pp. 153–168.
- Veenstra, G. (2000) 'Social Capital, SES and Health: An Individual-level Analysis', *Social Science and Medicine*, 50 (5): 619–629.
- Veloso, M. & Páez, J. (1999) 'Lo global y lo local reflexiones sobre una interacción emergente' [Online], *Revista Latina de comunicación social*, n° 17, [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999hmy/93barbeit.htm>, acessado em 14/03/2010].
- Verba, S., *et al.* (1995) *Voice and equality: Civic volunteerism in American politics*, Cambridge: Harvard University Press.
- Verwey, N. (1990) *Radio Call-ins and Covert Politics: A Verbal Unit and Role Analysis Approach*, Aldershot: Avebury.
- Walker, Rebecca (2001) 'Becoming the Third Wave' in Ryan, B. (ed.) (2001) *Identity Politics in the Womens' Movement*, Nova Iorque: New Iorque University Press, pp. 78-80.
- Wasko, J. & Mosco, V. (1992) *Democratic Communications in the Information Age*, Nova Jérícia: Garamond Press & Ablex.
- Westling, M. (2007) 'Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication' [Online], *UW Madison*,

[http://www.thenewvernacular.com/projects/facebook_and_political_communication.pdf,
acedido em 12/04/2009].

Westling, M. (2007) 'Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political

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

Wolf, M. (1985) *Teorias da Comunicação*, Milão: Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani,
Sonzogno, Etas S.p.A.

Wolton, D. (1994) *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*, Porto:
Edições Asa.

Wolton, D. (2003) *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*, Porto Alegre:
Sulina.

Wolton, D. (2009) *Informer n'est pas communiquer*, Paris: CNRS Éd., coll. Débats.

Wong, J. (2007) 'El rol de la exposición a la televisión y la escolaridad en cuatro modelos
de los predictores de la participación de los jóvenes en la democracia', *Zer Aldizkaria*, (23): 95-
117.

Woo-Young, C. (2005) 'Online civic participation, and political empowerment: online
media and public opinion formation in Korea', *Media, Culture & Society*, 27 (6), 925-935.

Yankelovic, D. (1991) *Coming to Public Judgment*, Nova Iorque: Syracuse University
Press.

Yin, R. (2003) *Applications of case study research*, Thousand Oaks: Sage.

Young, I. (1996) 'Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy', in
Benhabib, S. (ed.) (1996) *Democracy and Difference*, Princeton: Princeton University Press, 120-
135.

Ytreberg, E. (2004) 'Formatting Participation within Broadcast Media Production', *Media,
Culture & Society*, 26 (5): 677-692.

Ziles, U. (2007) 'Fenomenologia e teoria do conhecimento em Husserl' [Online], 13 (2),
[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1809-68672007000200005&script=sci_arttext,
acedido em 12-05-2009].

Zimmerman, J. (1996) *Participatory Democracy: Populism Revived*, Nova Iorque:
Praeger.

Žižek, S. (1997) *The Plague of Phantasies*, Londres, Verso.

Documentos de entidades públicas e privadas oficiais

Ofcom (2009) *Access and inclusion - Digital Communications for all* [Online] [<http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/access/>], acessado em 15/04/2009].

The Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy (2010) *Informing Communities: Sustaining Democracy in the Digital Age* [Online], [<http://www.knightcomm.org/read-the-report-and-comment/>], acessado em 15/12/2010].

The New York Times Insights (2011) *The Psychology of sharing: why do people share online?* [Online] [<http://nytmarketing.whsites.net/mediakit/pos>], acessado em 15/12/2011].

Decreto-Lei 6/2001, de 18 de janeiro, artigo 5º.

Diário da República, 2.ª série — N.º 250 — 30 de Dezembro de 2011, [<http://dre.pt/pdf2s/2011/12/250000000/5094250947.pdf>], acessado em 30/12/2011].

Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo 19º.

Despacho n.º 19308/2008, de 8 de julho de 2008, n.º 10.

Lei da Televisão 30/2007, artigo 8º, número 1.

Recomendação 1/2012 da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, publicada a 26 de abril de 2012.

Comunicações apresentadas em congressos e reuniões científicas

Buckingham, D. (2001) 'Media education a global strategy for development' [Online], *UNESCO: Youth Media Education. The Seville Seminar*, [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/buckingham_media-education/buckingham_media-education.html], acessado em 14/10/2009].

Couceiro, R. (2009) 'Jornalismo e cidadãos em interacção: estudo de caso da rubrica Nós por Cá' [Online], *Atas VI SOPCOM*, [http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/view/399/396], acessado em 10/03/2011].

Deuze, M. (2005) 'Towards Professional Participatory Storytelling: Mapping the Potential' [Online], *Conferência MIT4*, [<http://web.mit.edu/comm-forum/mit4/papers/Deuze.pdf>], acessado em 10/04/2009].

Gomes, W. (2005) 'A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política' [Online], *Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, [<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/democracia-digital-e-o-problema-da-participa%C3%A7%C3%A3o-civil-na-decis%C3%A3o-pol%C3%ADtica>], acessado em 10/04/2011].

Hwang, H. *et al.* (2007) 'Effects of Media Distrust on Participatory Democracy: Media Distrust, Democratic Skepticism, and Campaign Participations' [Online], *Annual Meeting of the International Communication Association*, [http://www.allacademic.com/meta/p172862_index.html], acessado em 02/04/2009].

Kurpius, D. *et al.* (2009) 'Cynicism, Participation, and the Media' [Online], *Annual Meeting of the International Communication Association*, [http://www.allacademic.com/meta/p14615_index.html], acessado em 03/04/2009].

Lee, G. (2009) 'Not Only a Critical Thinker, But Also an Active Participant' [Online], *Annual Meeting of the International Communication Association*, [http://www.allacademic.com/meta/p13046_index.html], acessado em 03/04/2009].

Lucas, L., & Hoff, T. (2007) 'Resistência e emancipação social: A cidadania como condição participante na construção da produção simbólica' [Online], *XVI Encontro da Compós - Grupo de Economia Política e Políticas da Comunicação*, [http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1038_Resist%EAncia%20e%20Emancipa%E7%E3o%20Social.pdf], acessado em 15/05/2009].

Marques, F. (2007) 'Níveis de participação dos cidadãos na Internet: um exame dos websites de senadores brasileiros e norte-americanos' [Online], *XVI Encontro da Compós - Grupo de Trabalho "Comunicação e Política"*, [<http://200.144.189.42/ojs/index.php/fronteiras/article/viewPDFInterstitial/6070/5533>], acessado em 10/04/2009].

Milliken, M. *et al.* (2008) 'User-Generated Online Video and the Atlantic Canadian Public Sphere: A YouTube Study' [Online], *Annual Meeting of the International Communication Association*, [http://www.allacademic.com/meta/p232535_index.html], acessado em 14/10/2009].

Min, I. (2009) 'A Critique of Active Audience Studies: The Audience as Political Participants in Alternative Media' [Online], *ICA - International Communication Association*, [http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/9/9/p13999_index.html], acessado em 25/10/2010].

Moran, K. (2004) 'The Third Person Effect as an Obstacle to Media Literacy' [Online], *Annual Meeting of the International Communication Association*, [http://www.allacademic.com/meta/p112980_index.html, acessado em 14/10/2009].

Padilla, M. *et al.* (2007) 'Approaches to participation: some neglected issues' [Online], *5ª Conferência Critical Management Studies*, [http://www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/2007/abstracts/theopenstream/abstract_padilla.pdf, acessado em 02/05/2009].

Pinto, M. (1999) 'A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada' [Online], *Conferência Internacional Os cidadãos e a sociedade da informação*, [http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3067?mode=full, acessado em 05/05/2009].

Pinto, M. (2002) 'Informação, conhecimento e cidadania – a educação escolar como espaço de interrogação e de construção de sentido' [Online], *Conferência Internacional "Cruzamento de Saberes. Aprendizagens Sustentáveis"*, [http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/2758, acessado em 23/04/2009].

Pinto, M. (2008) 'Web 2.0 e os Media: da Alocação à Conversação' [Online], *Encontro sobre Web 2.0*, [http://www.iep.uminho.pt/encontro.web2, acessado em 02/04/2009].

Pinto, M. (2009) 'Silent citizens: On silence and silencing in journalism' [Online], *IAMCR 2009*, [http://jre.uct.ac.za/wp-content/uploads/2012/02/Silent-citizens.pdf, acessado em 25/05/2010].

Pinto, M., & Sousa, H. (2005) 'Media Policy, Economics and Citizenship. An analysis of a peculiar model for participatory public service television' [Online], *Changing Media, Changing Policy Congress*, [http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3076, acessado em 10/04/2009].

Press, U. (2003) 'The ambiguous meaning of citizenship' [Online], *University of Chicago Law School to the Center for Comparative Constitutionalism*, [http://ccc.uchicago.edu/docs/preuss.pdf, acessado em 04/04/2009].

Vujnovic, M. *et al.* (2009) 'Exploring the Political-Economic Factors of Participatory Journalism: A First Look into Self-Reports by Online Journalists and Editors in Ten Countries' [Online], *Future of Journalism conference*, [http://www.caerdydd.ac.uk/jomec/resources/foj2009/foj2009-Vujnovic.pdf, acessado em 21/01/2010].

Ostberg, K. (2004) 'The Swedish information act: historians and problems of openness' [Online], *Conference on Contemporary History, Public Records and Freedom of Information*, [http://www.history.ac.uk/makinghistory/resources/articles/contemporary_history.html], acedido em 25/05/2009].

Outros textos publicados

Carlson, D. (2001) 'Online Timeline' [Online] [http://iml.jou.ufl.edu/carlson/professional/new_media/], acedido em 25/10/2010].

De Miranda, J. (2001) 'A cibercultura em debate', *Jornal de Letras*, edição de 10 de Janeiro, página 22.

Pinto, M. (2011) 'Os andaimes e a construção' [Online], *Página 1 - revista eletrónica da Rádio Renascença*, [<http://comedu.blogspot.pt/2011/03/o-andaime-e-construcao.html>], acedido em 08/03/2011].

Rosen, J. (2010) 'The Journalists Formerly Known as the Media: My Advice to the Next Generation' [Online], *Jay Rosen Posterous*, [<http://jayrosen.posterous.com/the-journalists-formerly-known-as-the-media-html>], acedido em 06/10/2010].

La Contraportada, edição de abril e maio de 2012, nº 12, pp. 4-5.

Visão, edição de 28 de julho de 2011, página 106.

Sítios da Internet

[http://2.bp.blogspot.com/_ForA_8Vwvyl/SGyanSKGUPI/AAAAAAAAABsA/4LLpZugTzUY/s400/o-piniao+publicasicnoticias.jpg]

[<http://agendadocidadao.ubi.pt/>], acedido em 09/08/2011]

[<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4859/Is-Twitter-a-Social-Network.aspx>], acedido em 30/09/2011]

[<http://blogs.journalism.co.uk/2012/01/24/mail-online-publisher-if-you-dont-listen-to-your-users-then-youre-dead/>], acedido em 24/01/2012]

[<http://blogues.publico.pt/pagina23/>]

[<http://ccb.lis.illinois.edu/Projects/youth/literacies/media1.html>], acedido em 15/05/2010]

[<http://comunicacio21.cat/2012/02/tv3-prescindira-de-%E2%80%98banda-ampla%E2%80%99-a-%E2%80%99abril/>], acedido em 13/02/2012]

[http://comunicamos.files.wordpress.com/2008/03/ocs_publico.pdf], acedido em 18/05/2012]

[<http://thenewinquiry.com/blogs/marginal-utility/gut-of-the-quantifer/>, acessado em 30/10/2012]

[http://thenextweb.com/shareables/2011/06/22/user-generated-content-by-the-numbers-infographic/?awesm=tnw.to_19Qvl&utm_content=spreadus_master&utm_medium=tnw.to-other&utm_source=twitter.com, acessado em 07/10/2011]

[http://tv1.rtp.pt/programas-rtp/index.php?p_id=1040&e_id=&c_id=1&dif=radio]

[<http://videos.sapo.pt/qntGZS6PiS4gGkzd0bQY>]

[<http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>, acessado em 17/01/2013]

[http://ww1.rtp.pt/web/podcast/gera_podcast.php?prog=1040]

[<http://www.abc.es/20100511/sociedad-salud/antitabaco-sera-efectiva-2011-201005111228.html>, acessado em 05/11/2010]

[http://www.ara.cat/societat/diccionari_matrimoni_homosexual_0_723527773.html, acessado em 22/06/2012]

[<http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/01/explains-his-idea-here.shtml>, acessado em 10/01/2011]

[http://www.cecs.uminho.pt/31_balanco_dia_com_os_media.htm, acessado em 31/05/2012]

[<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/01/25/historia-del-social-media/>, acessado em 25/01/2011]

[<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/06/22/cuanto-contenido-se-publica-en-redes-sociales/>, acessado em 22/06/2011]

[<http://www.clubedejornalistas.pt/?p=5717>, acessado em 15/04/2012]

[<http://www.comunicacao.uminho.pt/cecs/content.asp?startAt=2&categoryID=672&newsID=2060>, acessado em 30/11/2012]

[<http://www.comunicacao.uminho.pt/cecs/publicacoes.asp?startAt=2&categoryID=672&newsID=2060>, acessado em 25/11/2011]

[<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3d57302%26Editoria%3d1193%26Op2%3d1%26Op3%3d0%26pid%3d255216%26fnt%3dfntnl&rss=on>, acessado em 23/11/2010]

[<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D57856%26Editoria%3D1193%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D283614%26fnt%3Dfntnl&rss=on>, acessado em 25/01/2011]

[<http://www.dn.pt/inicio/opiniao/provedordoleitor.aspx>]

[<http://www.dn.pt/inicio/opiniao/provedordoleitor.aspx>]

[http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2543492&seccao=Media&page=-1, acessado em 23/05/2012]

[<http://www.economist.com/node/18584096>], acessado em 20/08/2011]

[<http://www.economist.com/node/21538103>, acessado em 14/11/2011]

[http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Laura/I/Gomez/Twitter/red/social/elpeputec/2010225elpeputec_3/Tes, acessado em 25/02/2011]

[<http://www.erc.pt/documentos/newsletter/Discurso%20Barros%20Caldeira.pdf>, acessado em 21/12/2012]

[<http://www.erc.pt/pt/noticias/estudo-sobre-a-educacao-para-os-media-em-portugal-experiencias-actores-e-contextos>, acessado em 28/03/2011]

[<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/oct/25/panel-debate-web-moderation>, acessado em 25/10/2010]

[http://www.huffingtonpost.com/caitlin-barry/media-literacy-education_b_1260649.html, acessado em 02/07/2012]

[[http://www.infopedia.pt/\\$budismo](http://www.infopedia.pt/$budismo), acessado em 22/12/2012]

[[http://www.infopedia.pt/\\$ecologia](http://www.infopedia.pt/$ecologia), acessido em 12/02/2011]

[[http://www.infopedia.pt/\\$escola-de-birmingham](http://www.infopedia.pt/$escola-de-birmingham), acessido em 09/11/2012]

[[http://www.infopedia.pt/\\$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga](http://www.infopedia.pt/$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga), acessido em 21/02/2010]

[[http://www.infopedia.pt/\\$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga](http://www.infopedia.pt/$nascimento-da-democracia-na-grecia-antiga), acessido em 24/11/2011]

[[http://www.infopedia.pt/\\$nicolau-maquiavel](http://www.infopedia.pt/$nicolau-maquiavel), acessido em 03/01/2012]

[[http://www.infopedia.pt/\\$publico,2](http://www.infopedia.pt/$publico,2), acessido em 25/11/2011]

[[http://www.infopedia.pt/\\$teseu](http://www.infopedia.pt/$teseu), acessido em 01/02/2012]

[[http://www.infopedia.pt/\\$tratado-de-vestefalia](http://www.infopedia.pt/$tratado-de-vestefalia), acessido em 25/10/2009]

[<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/cidadania>, acessido em 30/10/2012]

[<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/filisteu>, acessido em 22/06/12]

[<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/motiva%C3%A7%C3%A3o>, acessido em 21/06/2012]

[<http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/tecnologia>, acessido em 02/05/2012]

[<http://www.ionline.pt/mundo/presidente-el-pais-imprensa-ja-nao-influencia-opiniao-publica>, acessido em 24/04/2012]

[http://www.jn.pt/PaginalInicial/Tecnologia/Interior.aspx?content_id=2090949, acessido em 30/10/2012]

[http://www.jn.pt/PaginalInicial/Tecnologia/Interior.aspx?content_id=1872265, acessido em 06/07/2011]

[<http://www.journalism.co.uk/news/bbc-news-accounts-for-half-twitter-referrals/s2/a549543/>, acessido 11/06/2012]

[http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/tv_jornalistas/article/viewFile/548/511, acessido em 22/11/2011]

[[\]http://www.literaciamediatca.pt/download.php?info=YTozOntzOjU6ImFjY2FvIjtzOjg6ImRvd25sb2FkljtzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM3OiJtZWVpYS9maWNoZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lLzkucGRmljtzOjY6InRpdHVsbyl7czoXNDoiMjUIMkVbStBZ2VuZGEiO30="\]](http://www.literaciamediatca.pt/download.php?info=YTozOntzOjU6ImFjY2FvIjtzOjg6ImRvd25sb2FkljtzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM3OiJtZWVpYS9maWNoZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lLzkucGRmljtzOjY6InRpdHVsbyl7czoXNDoiMjUIMkVbStBZ2VuZGEiO30=)

[<http://www.marktest.com/wap/private/images/news2012/776/Bareme.pdf>, acessido em 25/11/2012]

[<http://www.marsouin.org/spip.php?article385>, acessido em 12/10/2010]

[<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102647/Online-Comments-Dialogue-or-Diatribes.aspx>, acessido em 14/06/2012]

[<http://www.ohmynews.com>]

[<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0010047>, acessido em 28/08/2011]

[<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=participa%C3%A7%C3%A3o>, acessido em 02/02/2010]

[<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=participar>, acessido em 02/02/2010]

[[\]http://www.psicologia.pt/artigos/ver_opiniao.php?codigo=AOP0260&area=d6&subarea=](http://www.psicologia.pt/artigos/ver_opiniao.php?codigo=AOP0260&area=d6&subarea=), acessido em 20/06/2012]

[<http://www.publico.pt/Educa%C3%A7%C3%A3o/professores-com-salarios-mais-altos-do-que-trabalhadores-com-a-mesma-qualificacao-1537826>, acessido em 14/03/2012]

[http://www.publico.pt/Media/mudanca-na-publicacao-de-comentarios-online_1483210, acessido em 04/03/2011]

[<http://www.publico.pt/Media/o-jornalismo-piorou-com-o-aparecimento-da-internet> -1457083, acessido em 21/09/2010]

[<http://www.publico.pt/nos/comentarios-e-inqueritos>, acessido em 09/12/2012]

[http://www.publico.pt/Pol%C3%ADtica/socrates-vamos-ter-saudades-do-pec_1491674, acedido em 28/04/2011]

[<http://www.publico.pt/Sociedade/mario-cunha-por-que-e-que-vou-participar-no-protesto-da-geracao-a-rasca-1484397>, acedido em 11/03/2011]

[<http://www.publico.pt/sociedade/noticia/portugueses-sao-os-europeus-mais-usam-as-redes-sociais-1577842>, acedido em 18/12/2012]

[<http://www.puromarketing.com/47/8163/participacion-conversacion-sobre-noticias-online-genera.html>, acedido em 10/09/2010]

[http://www.readriteweb.com/archives/twitter_is_not_a_social_network_says_twitter_exec.php, acedido em 30/09/2011]

[<http://www.reportr.net/2010/10/15/impact-crowdsourcing-journalism/>, acedido em 15/10/2010]

[<http://www.rtp.pt/noticias/?t=Publicitarios-utilizam-redes-sociais-para-comunicar-marcas-e-produtos.rt&headline=20&visual=9&article=456475&tm=8>]

[<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?headline=203&visual=57>]

[<http://www.rtp.pt/programa/radio/p2155>]

[<http://www.rtp.pt/programa/radio/p4689>]

[<http://www.rtp.pt/programa/radio/p5367>]

[<http://www.rtp.pt/programa/tv/p26916>]

[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missao_pdf.php, acedido em 26/11/2012]

[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/provedor_ouvinte/, acedido em 26/11/2012]

[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/provedor_ouvinte/enviarmensagem.php]

[<http://www.salto-youth.net/>]

[http://www.salto-youth.net/downloads/trainingcalendar_training_download-file-3445/MediaEdLAB%20InfoSheet%202012.pdf]

[<http://www.tsf.pt/blogs/jogojogado/default.aspx>]

[http://www.tsf.pt/Paginalnicial/Interior.aspx?content_id=1827724&tag=F%F3rum%20TSF]

[http://www.tsf.pt/Paginalnicial/Interior.aspx?content_id=1835313&tag=F%F3rum%20TSF]

[<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]

[<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]

[<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]

[<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]

[<http://www.tsf.pt/Paginalnicial/tag.aspx?tag=F%F3rum%20TSF>]

[http://www.tsf.pt/Programas/programa.aspx?content_id=1015526&audio_id=2643939]

[<http://www.tsf.pt/servicos/transito.aspx>]

[<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wmn/curriculum%20teachers.pdf>, acedido em 26/06/2012]

[http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/peace/documents/hf_ben-xvi_mes_20111208_xlv-world-day-peace_po.html, acedido em 12/08/2011]

[http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/peace/documents/hf_ben-xvi_mes_20111208_xlv-world-day-peace_po.html, acedido em 01/01/2012]

[<http://www.wired.com/epicenter/2011/03/why-do-we-tell-stories/>, acedido em 08/03/2011]

[http://www.worldfuturecouncil.org/what_we_do.html]

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

[www.cmjornal.xl.pt]

[www.dn.pt]

[[www.infopedia.pt/\\$cidadania](http://www.infopedia.pt/$cidadania), acedido em 30/10/2012]

[www.ionline.pt]

[www.jn.pt]

[www.jn.pt]

[www.literaciamediatca.pt]

[www.publico.pt]