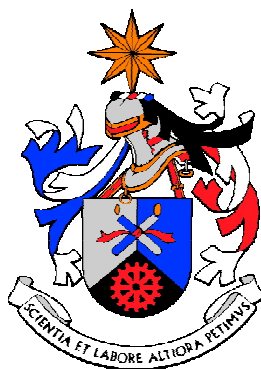


# **Universidade da Beira Interior**

**Mestrado em Jornalismo**



## **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

**Autora:** Filipa Pereira

Covilhã, Agosto de 2008

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizada sob a orientação científica de João Canavilhas, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior.

Ao meu Pai,  
por tudo.

## Resumo

Embora tenha atingido um relativo sucesso na imprensa *online*, o Jornalismo Participativo não tem vingado nos restantes meios. Neste trabalho procura-se saber se existe jornalismo participativo nas rádios portuguesas, partindo das teorias sobre Jornalismo Participativo aplicadas à imprensa escrita e *online*.

O formato radiofónico mais parecido com o jornalismo participativo são os fóruns, por isso o objecto de investigação foram os Fóruns das rádios Antena1 e TSF. Analisaram-se as características dos participantes e, sobretudo, os conteúdos das suas intervenções, de forma a procurar marcas distintivas do jornalismo.

**Palavras-Chave:** Rádio; Jornalismo Participativo; Fóruns de Discussão; Internet; Interactividade.

## **Abstract**

Although it reached a relative success on the on-line press, Citizen Journalism didn't achieved much success in other media. This work it's an attempt to know if there's participative journalism on the Portuguese radios, having Participative Journalism theories as an example, applied to written and on-line press.

The broadcasting format that looks more like Participative Journalism are forums. That's why Antena 1 and TSF's forums were the investigation objects. The participants characteristics, and most importantly, the contents of their interventions where analyzed, in an attempt to search for distinctive marks of journalism..

**Key-Words:** Radio; Citizen Journalism; Discussion Forums; Internet; Interactivity.

# Índice

	Página
Introdução	9
1. Os cidadãos e a rádio	12
1.1 A rádio na 2ª Grande Guerra	13
1.2 Portugal: A rádio no pós-25 de Abril	16
1.3 Um Novo Desafio: Internet	18
2. A Rádio e as Novas Tecnologias	21
3. Jornalismo Participativo	26
3.1 Origens do Jornalismo Participativo	26
3.2 Jornalismo Participativo Escrito	34
3.3 Jornalismo Participativo na Rádio – Os Fóruns	38
3.3.1 Os Fóruns na Rádio Portuguesa	43
4. Problema de Investigação e Metodologia	45
5. Análise de Dados e Discussão	49
5.1 Participantes	49
5.2 Discurso	54
5.3 Valorizações Explícitas/Implícitas	57
6. Conclusões e Propostas	59
6.1 Propostas	64
Bibliografia	69

# Índice de Gráficos e Mapas

	Página
<b>Gráfico 1:</b> Escuta de Rádio através da Internet	19
<b>Gráfico 2:</b> Local de Escuta de Rádio através da Internet	20
<b>Gráfico 3:</b> Audiência Acumulada de Véspera: Total Rádio (2007)	22
<b>Gráfico 4:</b> Participantes – Antena 1	49
<b>Gráfico 5:</b> Participantes – TSF	49
<b>Gráfico 6:</b> Participantes por Género – Antena 1	50
<b>Gráfico 7:</b> Participantes do Género – TSF	50
<b>Gráfico 8:</b> Participantes por Distrito – Antena 1	51
<b>Gráfico 9:</b> Participantes por Distrito – TSF	51
<b>Gráfico 10:</b> Profissões – Antena 1	53
<b>Gráfico 11:</b> Profissões – TSF	53
<b>Gráfico 12:</b> Peso do Texto Verbal – Antena 1	54
<b>Gráfico 13:</b> Peso do Texto Verbal – TSF	54
<b>Gráfico 14:</b> Conteúdos do Discurso – Antena 1	55
<b>Gráfico 15:</b> Conteúdos do Discurso – TSF	55
<b>Gráfico 16:</b> Tratamento do Discurso – Antena 1	56
<b>Gráfico 17:</b> Tratamento do Discurso – TSF	56
<b>Gráfico 18:</b> Valorizações no Discurso – Antena 1	57
<b>Gráfico 19:</b> Valorizações no Discurso – TSF	57
<b>Gráfico 20:</b> Antena 1	57
<b>Gráfico 21:</b> TSF	57
<b>Figura 1:</b> Distritos que Mais Ouvem Rádio	52

“O ‘Fórum’ é considerado um espaço inovador na medida em que terá vindo preencher uma necessidade sentida pelo público, e não correspondida pelos *media*, de afirmação de cidadania, de expressão dos seus pontos de vista lado a lado com os convidados – as elites.

Esta representação, assim traduzida em termos gerais, concretiza-se depois no patamar da gestão do programa: pelo parco recurso à censura ou ao veto; pela intenção de permitir o acesso ao máximo número de pessoas interessadas, sem melindrar os ouvintes que de modo recorrente, quase diariamente, utilizam aquele tempo de antena”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Taborda, M. J (1998), *Mass Media e Cidadania. A Rádio como Esfera Pública, op. Cit.* Meneses (2003, 196)

## Introdução

O jornalismo actual encontra-se distante do público e dos seus interesses, com os estudos a mostrarem “um verdadeiro abismo entre o que preocupa e interessa aos cidadãos e o que os meios publicam” (Mahugo, 2006, 1). Para preencher este abismo entre o público e o sistema mediático surgiu o Jornalismo Público (Rosen, 1994), um tipo de jornalismo que tem como objectivo melhorar o processo democrático, de forma a fomentar a participação dos cidadãos. É esta ideia de participação do público que dá origem ao Jornalismo Participativo – um tema que continua a ser muito polémico entre profissionais e investigadores.

Os adeptos do Jornalismo Participativo defendem que esta é uma forma de democratizar a informação, uma vez que qualquer pessoa pode ter acesso aos meios de comunicação, não como meros espectadores, mas colaborando na produção de informação. Já os defensores do jornalismo tradicional apontam várias críticas ao Jornalismo Participativo, como o abandono do princípio da objectividade jornalística e falhas no conteúdo e na qualidade da informação produzida. Os críticos do Jornalismo Participativo afirmam ainda que a participação de não profissionais na realização de notícias vai levar ao

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

desaparecimento do jornalismo tal como o conhecemos (Traquina e Mesquita, 2003).

Apesar das críticas, o Jornalismo Participativo tem registado um grande crescimento, sobretudo após a massificação da Internet, um meio que veio revolucionar o jornalismo em todas as suas facetas. A redução dos preços dos equipamentos informáticos e dos acessos à Internet, bem como o aparecimento de ferramentas – como os *weblogs* – que facilitam o processo de publicar *online*, colocaram novos actores no sistema informativo: os leitores. Os meios de comunicação tradicionais viram-se “obrigados a incorporar fórmulas participativas para superar a crise de difusão e credibilidade em que se encontram submersos”(Mahugo, 2006, 1). Para além da fácil acessibilidade por parte de qualquer cidadão, a Internet proporciona uma maior interactividade entre os cidadãos e até mesmo entre cidadãos e jornalistas, o que alicia a uma maior participação do público. “A interactividade é uma preocupação constante nos diferentes meios e suportes de comunicação.” (Cordeiro, 2006, 1).

Embora o fenómeno da participação cívica tenha mais visibilidade devido ao aparecimento dos jornais *online*, a rádio já tinha percebido a importância deste tipo de participação, tendo dado antena à interactividade através da criação de programas baseados na participação do ouvinte. Nas *Teorias da Rádio*, Bertold Brecht (1932) tentava transformar a rádio num instrumento de comunicação bi-direccional, transformando cada ouvinte, num produtor de informação. Brecht defende que “a comunicação radiofónica deveria ser enriquecida com a contribuição dos ouvintes.” (Cordeiro, 2006, 1).

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Mas a contribuição dos ouvintes enriquecerá verdadeiramente a informação radiofónica? Ou, tal como afirmam os defensores do Jornalismo Tradicional, a participação do público na produção de informação vai mesmo levar ao desaparecimento do jornalismo? Poderá ser chamado “jornalismo” à participação do cidadão comum? E quem são os cidadãos que participam?

Estas são as questões às quais este estudo procurou responder, de modo a conhecer a importância da participação do público nas rádios e de que forma as rádios mudaram para facilitar a sua participação. O facto de ter estagiado na RDP permitiu seguir de perto o fórum de discussão *Antena Aberta* da Antena 1, ao estar em contacto com os participantes. As informações recolhidas, em conjunto com a análise dos fóruns, permitiram conhecer que tipo de ouvintes participa nos fóruns e que estilo de intervenção é mais habitual.

## **Capítulo 1**

### **Os Cidadãos e a Rádio**

Desde sempre, que a rádio procurou responder aos anseios dos seus ouvintes, com emissões que tinham como objectivo dar-lhes o que eles queriam ouvir. Assim, o cidadão comum desempenhou, desde logo, um papel importante para o desenvolvimento da rádio.

(Cordeiro, 2004a)

A História está repleta de episódios em que a rádio desempenhou um papel fundamental na vida dos cidadãos. Com o aparecimento da televisão, a rádio perdeu algum do seu fulgor, uma situação que poderá mudar com a emissão via Internet. Segundo João Paulo Meneses (2007), “a internet faria no século XXI aquilo que o FM [...] fez pela rádio numa altura em que apareceu com toda a força a televisão”.

A natureza unisensorial, a acessibilidade económica e a linguagem simples permitiram à rádio ganhar um lugar de destaque na preferência dos cidadãos. Em

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Portugal, durante os anos 30, ainda 50% da população era analfabeta, factor que contribuiu em muito para a popularização da rádio no país (Silva, J., 2006). Tal como em Portugal, também no resto do mundo o sucesso da rádio pode ser parcialmente explicado pelos altos índices de analfabetismo, uma situação que tem vindo e desaparecer progressivamente. A rádio tem vindo a perder a sua importância, pois os mais jovens estão a ouvir cada vez menos rádio. “Quando só existíamos nós [a rádio], eles [os jovens] acabariam por nos encontrar. Mas, hoje, há toda uma série de lugares onde podem ir. Se não crescerem connosco, por que é que virão ter connosco?” (Jacobs, F. *op. Cit.* Meneses, 2007, 2).

Apesar de ter vindo a perder, progressivamente, a sua importância, as características da rádio fazem dela um meio de comunicação de massas especialmente adequado para a transmissão da informação, pelo que em várias situações esteve directamente ligada a momentos marcantes da História da Humanidade.

#### **1.1 A Rádio na 2ª Grande Guerra**

Ser um meio de fácil acesso fez da rádio um meio de comunicação privilegiado para a transmissão de ideias às massas, um facto notório na II Guerra Mundial.

Em 1931, o Japão utilizou o poder da rádio nas zonas que ocupou, instalando altifalantes em locais públicos. A emissão era feita a partir de Tóquio e transmitia para as regiões conquistadas mensagens e ideais políticos do regime japonês (Jeanneney, 1996).

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Durante a II Guerra Mundial, Hitler difundia os seus discursos racistas pela rádio, um meio que estava em todas as casas alemãs devido ao incentivo do Governo alemão à produção de receptores de baixo custo. O ministro Goebbels promoveu a produção de aparelhos de rádio económicos que apenas sintonizavam rádios alemãs, os chamados *focinhos de Goebbels*. Por altura da declaração de guerra contavam-se na Alemanha cerca de 9,5 milhões de receptores declarados. (Jeanneney, 1996). O Ministro de Propaganda alemão proporcionou ainda equipamentos eficazes para as emissoras de rádio para que as suas emissões chegassem o mais longe possível fora das fronteiras. Goebbels usava também as emissoras dos países invadidos para possuir uma melhor qualidade das emissões (Bosch, 2007).

Em Itália, Mussolini apoiava a propaganda de Hitler, transmitindo as mensagens políticas hitlerianas nos eficazes emissores italianos. Estas emissões tinham como destino a América do Norte e, sobretudo, a América Latina, onde existiam muitas colónias italianas.

Também o regime de Estaline utilizou a rádio para chegar à população, emitindo mensagens contra a Alemanha nazi. Após a invasão da URSS pelos militares alemães, uma das primeiras decisões de Estaline foi impor às populações das zonas que se encontravam em perigo que entregassem o seu aparelho de rádio às autoridades policiais, sob pena de morte (Jeanneney, 1996).

Uma rádio que desempenhou um papel fundamental durante a II Guerra Mundial foi a BBC. Churchill percebia a importância da rádio e a BBC passou a transmitir para as zonas ocupadas pelos nazis através de ondas médias. Os depoimentos e mensagens dos governantes das zonas ocupadas eram transmitidos em 16 línguas.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Um destes governantes foi o General De Gaulle que, exilado em Londres, apelava aos franceses e à Resistência Francesa que continuassem a lutar pela sua pátria. Longe de França, a voz é a sua única arma, razão pela qual optou pela rádio para fazer chegar a sua mensagem aos franceses (Nobre, 2001). A rádio desempenhou assim um papel fundamental no apoio moral aos países invadidos pelos militares nazis.

Também os Estados Unidos da América criaram um *Serviço de Informação de Guerra*, o equivalente ao que hoje se chama rádio *Voz da América* (*Voice of America* ou *VOA*). A *VOA* foi criada durante a II Guerra Mundial com o intuito de transmitir informações da guerra e propaganda política para as zonas ocupadas. A sua primeira emissão teve início a 24 de Fevereiro de 1942 e a seguinte mensagem foi transmitida em alemão: “A partir deste dia, falar-vos-emos diariamente, à mesma hora, da América em Guerra. Dir-vos-emos sempre a verdade, sejam notícias boas ou más” (Jeanneney, 1996, 149). A data tardia para a criação de uma rádio internacional deve-se ao facto de Roosevelt não ser apologista de propaganda política. No entanto, após o ataque surpresa a Pearl Harbour, a 7 de Dezembro de 1941, fez com que os E.U.A. criassem um serviço com o objectivo de reagir aos rumores lançados pelas campanhas alemãs. As emissões radiofónicas da *Voz da América* tinham como principais alvos o Pacífico e a América Latina.

A rádio também anunciou em primeira-mão o fim da guerra, em 1945. Foi através da rádio americana que os franceses souberam da libertação das zonas ocupadas. Já os portugueses souberam da notícia através da BBC, pela voz de Fernando Pessa (Silva, 2005).

## 1.2 A Rádio em Portugal no pós-25 de Abril

O ano de 1974 foi de grande importância para a rádio em Portugal. É conhecida a importância da rádio no desencadear da revolução que instaurou a democracia no nosso país. A liberdade recuperada com a revolução do 25 de Abril trouxe à rádio profundas transformações. Paula Cordeiro (2004a) aponta três fases evolutivas da rádio no pós-25 de Abril:

A primeira fase caracteriza-se pela nacionalização das rádios em Portugal, a 2 de Dezembro de 1975. A nacionalização da radiodifusão em Portugal levou à integração de várias rádios na RDP, tais como a Emissora Nacional e a Rádio Clube Português.

A segunda fase resulta “da falta de legislação sobre radiodifusão e da impossibilidade de entidades privadas poderem abrir as suas próprias estações emissoras, o que levou ao aparecimento em todo o país as rádios livres, ou rádios piratas” (Cordeiro, 2004a, 4). Estas rádios trouxeram mais criatividade aos programas que deixaram de ser tão formais, apresentando uma programação livre. Outro aspecto que contribuiu para o sucesso das rádios piratas foi a abordagem dos problemas locais e regionais, muitas vezes esquecidos pelas emissoras nacionais, o que levou a uma maior aproximação junto do público.

A terceira e última fase diz respeito à regulamentação do sector radiofónico. Esta regulamentação surgiu da necessidade de uma lei que organizasse o cenário radiofónico português, processo que terminou com a legalização das rádios em 1989.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

A legalização das rádios fez com que todas as rádios piratas fossem obrigadas a cessar as suas emissões, tendo sido dada a todos a oportunidade de apresentarem os seus projectos de legalização. Estima-se que apenas 50% das rádios se tenham legalizado e continuado a sua actividade. Durante o ano de 1989, começaram a aparecer as primeiras rádios privadas e legais em Portugal, o que permitiu adequar a quantidade de rádios ao mercado nacional português. Desde então tem-se assistido à fusão de rádios nos grupos económicos mais fortes, diminuindo ainda mais o seu número.

É a partir desta altura que as rádios começam a apresentar uma programação generalista, organizada de acordo com o que se julga ser o público da estação. “A profissionalização da rádio decorre da clara necessidade de adaptação do conteúdo ao público, e a consequente definição de públicos específicos para cada estação” (Cordeiro, 2004a, 5). Com a profissionalização da rádio, esta começa a depender das leis de mercado e das audiências, de modo a atrair publicidade. É nesta altura, também, que a rádio passa a organizar a sua programação em sequências horárias ao longo do dia.

O sucesso da rádio deve-se, em grande parte, à sua comunicação emotiva que estabelece uma empatia especial com o ouvinte. Com a crescente comercialização da rádio gerou-se uma espécie de desumanização do meio (Cordeiro, 2004a). Para combater este afastamento da rádio em relação ao ouvinte, a rádio procurou criar programas que estimulassem a participação do público, de forma a integrá-lo também na programação, reaproximando-o da rádio.

Surgem programas como o *Quando o Telefone Toca*, (Rádio Renascença) ou como o *Sexo Forte* (RFM), onde diariamente um homem e uma mulher

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

respondem a questões sobre temas referentes ao sexo oposto, concursos onde o público ganha prémios programas e fóruns onde o ouvinte expressa as suas ideias e opiniões sobre temas da actualidade. Este tipo de programas apela à participação do público e procuram desta forma reaproximar as pessoas da rádio.

### 1.3 Um Novo Desafio: Internet

A rádio tem vindo a utilizar a Internet como suporte complementar para as suas emissões em FM, integrando-a no seu sistema de comunicação. Na web, a rádio passa a ter um modelo de comunicação multimédia, pois para além de difundir a emissão radiofónica *online* pode completar as informações com imagem e vídeo (Cordeiro, 2004b).

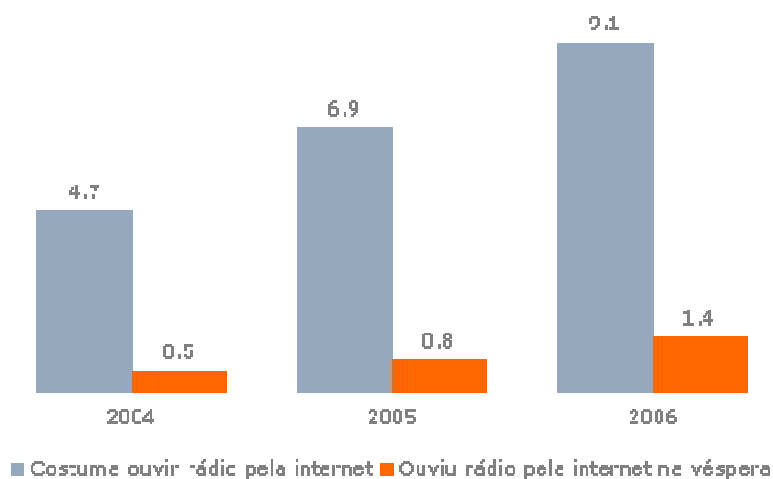
Com as emissões na web e o *podcast*, “o rádio perdeu o exclusivo de receber a rádio” (Meneses, 2007, 3) o que leva a que a rádio se veja obrigada a disputar a primazia com outras plataformas de recepção, como o computador (Internet), o PDA, o telemóvel ou o leitor de áudio (MP3 ou MP4), que muitas vezes já possuem a função *Rádio*. Tudo isto põe em causa o próprio conceito de rádio como o conhecemos, pois a recepção de rádio é feita através de várias plataformas, sem nenhuma delas recorrer ao espectro radioelétrico (Meneses, 2007).

Mesmo que a Internet “roube” público ao receptor de rádio, as estações vão manter as audiências, uma vez que os ouvintes que deixam de ouvir a emissão em FM passam a ouvi-la *online*, onde têm acesso à emissão e a todas as outras informações complementares. Embora este possa ser o futuro, em Portugal a

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

emissão em FM continua a ser o elo de ligação entre as emissoras e os seus ouvintes, como se comprova pelos estudos mais recentes (Marktest, 2007).<sup>2</sup>:

*Gráfico 1: Escuta de Rádio através da Internet (%)*



Fonte: Marktest, Barómetro Rádio

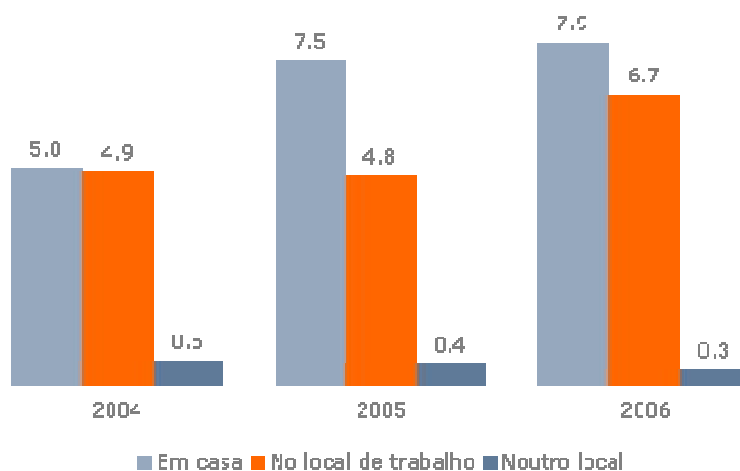
Como se pode verificar, o hábito de escuta de rádio pela Internet registou um crescimento de 4.7% (2004) para 9.1% (2006). Já a escuta diária na Internet apresenta, valores pouco significativos, embora tenha aumentado também de 0.5%, para 1.4% ,o mesmo período.

No gráfico 2 podemos verificar que o local preferencial para ouvir rádio através da Internet é em casa, embora já seja significativo o aumento de escuta no local de trabalho.

<sup>2</sup> A Marktest tem acompanhado a evolução da escuta de rádio através da Internet desde 2004. Informação disponível em [www.marktest.pt](http://www.marktest.pt), visitado a 4 de Julho de 2008

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Gráfico 2: Local de Escuta de Rádio através da Internet (%)



Fonte: Marktes, Barre Rádio

Estes números confirmam que a Internet pode ser uma oportunidade para as rádios recuperarem o lugar de destaque que já tiveram nas preferências do público. “A rádio instalou-se na rede, desenhou a sua identidade em *sites* na *web* e passou a participar da comunicação no ciberespaço, contribuindo para a evolução da Internet enquanto meio” (Cordeiro, 2004b, 4).

Os meios de comunicação tradicionais já perceberam a importância da Internet e usam-na como aliada, tanto para a sua própria divulgação, como para possibilitar a participação do cidadão. É raro o meio de comunicação que não tenha na sua página na Internet espaços dedicados à participação dos cidadãos. E a rádio não é exceção.

## Capítulo 2

### A Rádio e as Novas Tecnologias

“Existe uma velha máxima na comunicação que diz que um novo meio (ou uma nova tecnologia) não anula o anterior; ambos se acomodam e se adaptam, coexistindo. E o exemplo que costuma ser dado é o da rádio”

(Meneses, 2007, 1)

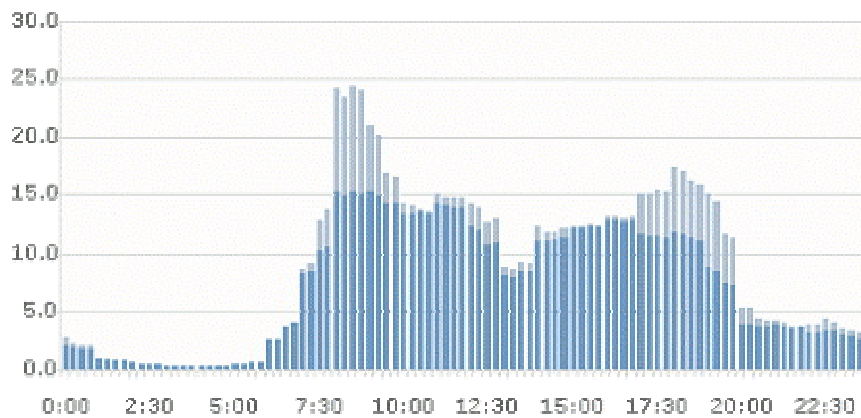
Ao longo dos tempos, a rádio sempre foi um meio de comunicação que procurou adaptar-se às exigências das novas tecnologias e este desafio tem sido a principal causa de reorganização da rádio, que tentou usar os novos meios que entretanto surgiram como seus aliados.

Com o aparecimento da televisão, muitos previam a morte da rádio. As imagens em movimento da televisão chamaram a atenção dos telespectadores, desviando-a dos outros meios de comunicação, como a rádio e a imprensa. Desafios como este obrigaram a rádio a adoptar novas formas de superar estes reptos (Gallardo, Puig e Ascencio, 1996). A televisão não acabou com o poder da rádio, mas segmentou-o

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

por horas, lugares de escuta e programas específicos para captar a atenção dos ouvintes (Meneses, 2003). Actualmente, é de manhã, em casa ou no carro, que a rádio domina as audiências. A tarde tem menos audiência e é no período da noite que a rádio consegue os piores resultados. A grande dificuldade da rádio consiste em conseguir manter o nível de audiências ao longo do dia (gráfico 3).

*Gráfico 3 Audiência Acumulada de Véspera: Total Rádio Ano 2007 (%)*



**Fonte:** Marktest, Bareme Rádio

Durante o ano de 2007, a rádio teve maior audiência durante os períodos da manhã, com cerca de 25%, e os de fim de tarde com mais de 15% de audiências. Já durante a noite, horário nobre das televisões, as audiências registadas ficaram abaixo dos 5%.

Uma das características mais poderosas da rádio tem sido o seu imediatismo e espontaneidade, pois nem os jornais nem a televisão possuem a capacidade de fazer um directo tão facilmente como a rádio. Com as novas tecnologias basta a um jornalista ter um telemóvel para a rádio fazer um directo a partir de qualquer

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

parte do mundo. Em televisão é mais complicado interromper a emissão para fazer um directo e é necessária pelo menos uma equipa de duas pessoas.

O telefone é um dos grandes aliados do jornalismo radiofónico, tendo sido recebido pelos proprietários das rádios com grande satisfação. O telefone permite recolher informações de uma forma fácil e económica, pois pode substituir o envio de um jornalista ao exterior para falar com as fontes. “‘Ir ao fim do mundo’ fica muito mais caro do que telefonar para o ‘fim do mundo’” (Meneses, 2003, 92). Embora a utilização do telefone tenha a desvantagem de retirar o jornalista do local do acontecimento, trouxe também a grande vantagem da rádio “sobre a concorrência, a primeira a dar as notícias e a ouvir as reacções” (Meneses, 2003, 92).

Com a evolução da Internet, este conceito de imediatez associado à rádio está a redefinir-se. A informação jornalística imediata já não é um exclusivo da rádio, pois os outros meios criaram versões *online*.

Mas a Internet também trouxe vantagens para a rádio. Desde logo porque deixou de depender de ondas hertzianas e satélites para chegar a todos os pontos do globo. Um dos grandes inimigos da rádio – o espaço – desapareceu num ápice, o que se tornou num enorme vantagem para as rádios locais e para as rádios de países com forte emigração, que assim podem acompanhar os seus ouvintes.

Com a utilização da Internet, a rádio pode ainda promover e estimular a interactividade com os seus ouvintes e pode aproximar-se dos outros meios, somando aos seus conteúdos áudio a imagem e o texto, numa complementaridade típica dos meios de comunicação. “Uma rádio com texto e vídeo foge ao modelo

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

tradicional, actualizando um formato com cerca de oitenta anos e fornecendo ao utilizador, que também é o ouvinte, um amplo conjunto de potencialidades, que até aqui seriam impensáveis” (Cordeiro, 2004b, 2). Como forma de entrar no mundo da Internet, cada estação de rádio começou por criar a sua página *online* e actualmente a maioria das rádios já possui este elo de ligação entre o ouvinte e a estação.

Algumas rádios criaram espaços autónomos na Internet, com equipas independentes e critérios editoriais diferentes. Apesar disso, as equipas partilham alguns trabalhos, como acontece nas redacções da Antena1 e a da TSF. A principal vantagem desta extensão da rádio para a Internet é poder complementar a informação dada na emissão tradicional. Os conteúdos hertzianos fornecem ao ouvinte a informação essencial e, posteriormente, o ouvinte pode complementar a informação com outras notícias publicadas na página *online*. Tanto na Antena1 como na TSF, e de uma forma geral em todas as rádios que disponibilizam informação *online*, o acompanhamento da informação é feito ao minuto e a publicação de uma informação demora apenas o tempo necessário para redigir a notícia. A Internet torna-se assim mais imediata do que a rádio, pois só em situações especiais é que a emissão é interrompida, na Internet a publicação da notícia é imediata ao acontecimento.

Na Internet, texto, som e imagem complementam-se, o público pode ouvir a notícia na rádio e posteriormente lê-la e vê-la na Internet, quebrando assim as regras de programação, pois é possível aceder à notícia a qualquer momento e não só no horário do noticiário.

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Uma outra novidade é o *Podcast*, programas ou ficheiros gravados em qualquer formato digital que ficam armazenados e podem ser transferidos da página Web para o computador ou para leitores portáteis.

Para além de fornecer informações noticiosas, a página de Internet também promove a própria rádio, faculta a emissão *online*, permite a consulta ao arquivo dos programas gravados ou dos *dossiers* de temas da actualidade e faculta também informações sobre a grelha de programação da rádio, animadores e jornalistas.

Com a Internet nasceram também as *webrádios*, uma modalidade que transforma os ouvintes/utilizadores em produtores de conteúdos, chamando os cidadãos para o meio radiofónico

## Capítulo 3

### Jornalismo Participativo

O Jornalismo do Cidadão “é aquele que torna possível a participação activa dos actores sociais que intervêm em todo o processo da informação de interesse público” (Meso, 2005), tendo como objectivos a partilha de opinião, o fomento do debate público e a melhoria da vida pública. Podemos dizer que “as suas características essenciais são formar opinião pública mediante a criação de públicos deliberantes e promover a participação cívica” (Meso, 2005).

#### 3.1 Origens do Jornalismo Participativo

O Jornalismo Participativo tem as suas origens no Jornalismo Público. Este conceito surgiu da crescente desconfiança do público face aos *media* devido à crítica constante e inflexível dos meios de comunicação, principalmente no que diz respeito à análise da cobertura noticiosa dos processos eleitorais nos anos 80, nos Estados Unidos da América. É com base nos excessos dos *media* e da política (que supostamente é vigiado pelos meios de comunicação de massas) que emerge

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

um movimento polémico que propõe um novo tipo de jornalismo, o Jornalismo Público (Traquina e Mesquita, 2003).

A ideia base deste movimento é que para superar esta crise, o jornalismo tem de se aproximar dos cidadãos, focando temas que interessem directamente ao público. Jay Rosen, um dos fundadores do movimento a favor de um novo tipo de jornalismo, afirma que a função do jornalismo é reforçar a cidadania, favorecendo o debate público e fortalecendo a vida pública (Traquina e Mesquita, 2003).

Um dos primeiros exemplos de jornalismo público foi desenvolvido pelo *Columbus Ledger Enquirer*, um jornal do estado da Geórgia, EUA (Traquina e Mesquita, 2003). O jornal optou por abdicar do seu formato tradicional, e a partir de 1988 passou a ter como objectivo contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade. O jornal realizou uma sondagem e entrevistas aos cidadãos da comunidade, usando depois os dados recolhidos para elaborar um relatório, chamado *Columbus para além de 2000*, que foi publicado no jornal. O *Columbus Ledger Enquirer*, desenvolveu mais actividades com a participação da sociedade, e juntos abordaram os problemas da comunidade. O jornal dedicou ainda um espaço destacado às cartas dos leitores e aos artigos sobre a região.

Outro exemplo de Jornalismo Público com enorme sucesso é o *Pressuposto Participativo* da cidade de Porto Alegre, no Brasil, “reconhecido pela ONU como uma das 40 melhores práticas de gestão pública compartilhada” (Freitas, 2006, 2). O *Pressuposto Participativo de Porto Alegre* assenta nas regras do sistema representativo comunitário articuladas com as regras da democracia directa. Os cidadãos podem apontar as prioridades para os investimentos públicos na sua comunidade de uma forma mais directa. “As duas modalidades convivem e

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

complementa-se articulando os interesses/necessidades da sociedade civil e a capacidade do município em adequar os recursos disponíveis a estes interesses” (Freitas, 2006, 6).

Actualmente, a participação dos cidadãos comuns nos governos locais já é uma realidade em várias cidades. Pedro Ibarra (*op. Cit.* Freitas, 2006) identifica duas maneiras de formar actos participativos: por *convite* e por *erupção*. Os primeiros surgem do interesse do emissor ou do governo em vigor, muitas vezes para legitimar políticas. Os segundos emergem da própria sociedade civil, com o fim de participar na vida pública da comunidade. Esta interacção entre a comunidade e o poder político contribui para o desenvolvimento da sociedade e para o melhoramento da qualidade de vida. É neste segundo caso que se enquadra aquilo que vários autores (Rosen, 1991; Merrit, 1995) defendem como um novo tipo de jornalismo que dá atenção aos interesses dos cidadãos e fomenta a partilha de opinião e o debate público. A missão do jornalista tem de ir além da redacção das notícias, o jornalista deve ter como objectivo contribuir para a melhoria da vida pública, tem de deixar de ser um mero observador e começar a participar na comunidade.

É desta intervenção dos cidadãos comuns na vida pública que surge a ideia de Jornalismo Participativo, um movimento onde o conteúdo - a notícia - é produzido pelos cidadãos comuns, por vezes em cooperação com jornalistas profissionais. O objectivo desta participação do cidadão é fornecer informação autónoma e do interesse do público, o cidadão sente-se mais próximo deste jornalismo, centrado nos seus interesses e não nos dos poderes político e económico (Bowman e Willis, 2003).

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Jeff Jarvis<sup>3</sup> afirma que jornalismo é as pessoas procurarem a informação do que precisam saber. Em entrevista ao jornal *Público*<sup>4</sup>, Jarvis defende que o jornalismo precisa de se redefinir uma vez que já não são só os jornalistas a recolher informação. Actualmente, o papel dos jornalistas passa por editar, gerir a informação e até ajudar os cidadãos a fazer bom jornalismo. Embora no Jornalismo Participativo a estrutura da própria notícia possa seguir paradigmas diferentes dos que regem o jornalismo tradicional, a notícia continua a necessitar de precisão e de um controlo do seu conteúdo e este deve ser o papel dos jornalistas profissionais.

Para além do rigor e precisão, o Jornalismo Participativo deve seguir outros valores defendidos pelo jornalismo tradicional. Néelson Traquina (2002) aponta 5 valores pelos quais os jornalistas se devem reger para praticar o bom jornalismo: liberdade, independência e autonomia, credibilidade, verdade e objectividade.

1. *Liberdade* – o conceito de liberdade surge da relação existente entre jornalismo e democracia. Os jornalistas sempre lutaram pela liberdade de imprensa, de modo a puderem relatar todos os factos, dando a conhecer a verdade a toda a população. Sobre este tema escreveu Tocqueville que a liberdade de imprensa e a soberania do povo são inseparáveis e que a censura é algo contrário à liberdade e ao voto universal;
2. *Independência e Autonomia* – da importância da liberdade surgem a independência e a autonomia, essenciais para o trabalho do jornalista. Estes

---

<sup>3</sup> Jornalista americano, professor na City University of New York's Graduate School of Journalism e autor do blogue Buzzmachine, <http://www.buzzmachine.com/>

<sup>4</sup> Entrevista a Jeff Jarvis, *No Jornalismo as Boas Ideias são as do Público, Público*, Edição de 21 de Abril de 2008

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

valores são fundamentais para que o jornalista possa fazer o seu trabalho sem ceder a pressões. No entanto, a independência e a autonomia dos jornalistas estão sempre sujeitas a tensões exteriores. José Rodrigues dos Santos (*op. Cit.* Traquina, 2002, 136) afirmou numa entrevista ao *Público*, a 31 de Julho de 2001, “as pessoas têm de compreender que a RTP tem que ser efectivamente independente. E na política há muito o raciocínio de quem não está connosco está contra nós”. Estes valores são imprescindíveis ao jornalista para garantir a sua credibilidade;

3. *Credibilidade* – a credibilidade do jornalista cria-se na base da verificação dos dados e das informações fornecidas pelas fontes. Este tem de ser um trabalho constante do jornalista para manter a sua credibilidade. Um erro pode ser fatal para a carreira do jornalista, o exemplo disso é o ‘caso Janet Cooke’. A jornalista do *Washington Post* que se viu obrigada a devolver o Prémio Pulitzer quando foi descoberto que a personagem principal da sua reportagem era fictícia. Aqui surge outro valor, a verdade;
4. *Verdade* – o jornalismo deve ao público honestidade, clareza e precisão. Na recolha da informação, o jornalista deve ter em mente a busca pela verdade. José Pedro Castanheira<sup>5</sup> (*op. Cit.* Traquina, 2002, 139) afirma que é “dever de cada jornalista de perseguir, de procurar a verdade, de informar com verdade”. À verdade associam-se outros valores como a exactidão, o rigor e a objectividade.
5. *Objectividade* – a objectividade aparece não como a negação à subjectividade do jornalista, mas sim como uma apresentação dos factos

---

<sup>5</sup> Presidente da Comissão Organizadora do 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses em 1998

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

sem vincar interesses pessoais ou da entidade para a qual o jornalista trabalha. “A objectividade é útil ao jornalista, pois traça os métodos que ele deve seguir” (Traquina, 2002, 145). A objectividade surge como o relato dos acontecimentos, da informação, desprovido de opiniões e/ou pensamentos subjectivos.

A estrutura das notícias não é a única diferença entre o jornalismo tradicional e o Jornalismo Participativo: a principal diferença reside na organização dos meios. Os meios tradicionais funcionam com base numa organização hierárquica em que os trabalhos dos jornalistas passam pelo editor antes de serem publicados. Já o Jornalismo Participativo valoriza a colaboração entre todos (Bowman e Willis, 2003). Jarvis diz mesmo que “o público sabe mais que os jornalistas. A verdadeira interactividade é como uma parceria”. A grande maioria dos *media*, e os jornais em particular, já se apercebeu da importância da parceria com os cidadãos, pelo que começaram a adaptar-se e a alterar a produção de informação e o seu consumo (Paulussen, 2007).

Apesar dos espaços dedicados à participação do público continuarem a ganhar espaço nas publicações *online*, a prática do Jornalismo Participativo está envolta em muita controvérsia. O Jornalismo Participativo tem sido menosprezado pelos críticos “como um truque de marketing cujo único intuito é parar a hemorragia de tiragens em queda constante” (Traquina e Mesquita, 2003, 16). Muitos olham para o Jornalismo Participativo apenas como um meio de aumentar a confiança do público na informação e não como uma nova forma de fazer jornalismo. Javier Monjas afirma mesmo que o Jornalismo Participativo não existe: “vamos a ser exigentes com nós próprios, não existe Jornalismo Participativo, existe jornalismo

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

profissional”<sup>6</sup>. Os críticos do Jornalismo Participativo defendem que a participação do público não é a mais correcta nem fiável, uma vez que não são profissionais e não produzem notícias segundo as regras e técnicas jornalísticas, o que põe em causa a veracidade dessa informação pela falta do rigor jornalístico. Por outro lado, consideram os cidadãos imprudentes, pois deixam-se envolver pela notícia e quando relatam temas que lhes estão próximos acabam por se envolver, deixando de lado a objectividade que caracteriza o jornalismo. Jeff Jarvis identifica os dois problemas que estão na base desta controvérsia: primeiro está instituído que quem faz jornalismo são os jornalistas e não os cidadãos comuns, e um segundo problema, este de foro legal, o jornalista profissional e o chamado *cidadão-jornalista* não têm os mesmos direitos nem os mesmos deveres. No entanto, Jarvis sublinha que o importante não é quem faz jornalismo, mas sim que este seja melhor e credível, pois é uma actividade que deixou de ser exclusiva dos jornalistas profissionais.

O Jornalismo Participativo é um meio de democratizar a informação, uma vez que todos têm acesso aos *media*, não só como leitores ou espectadores, mas como colaboradores na produção de notícias. As imagens captadas pelos telemóveis dos turistas que presenciaram o tsunami no Oceano Índico, em 2005, são um exemplo dessa colaboração dos cidadãos, e é nesta medida que Cervera (2006) defende a colaboração da sociedade no jornalismo, pois os jornalistas não podem, nem conseguem, estar em todos os sítios. Jeff Jarvis é da mesma opinião, destacando que o jornalismo não é uma guerra entre jornalistas e cidadãos, mas um esforço pela divulgação de notícias.

---

<sup>6</sup> Afirmação feita na sua intervenção no Congresso Nacional de Huesca em Março de 2006

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Os defensores do Jornalismo Participativo consideram-no como um complemento do jornalismo tradicional: “o jornalismo cívico é adicional, isto é, adiciona novas responsabilidades que o (velho) jornalismo já assume, como, por exemplo, informar o público, denunciar os abusos de poder, etc.” (Traquina e Mesquita, 2003, 16). Bowman e Willis (2003) também defendem que estes dois tipos de jornalismo - o tradicional e o participativo - se completam: se por um lado os jornalistas profissionais são objectivos, rigorosos, imparciais, cautelosos e mantêm a distância em relação ao acontecimento, os cidadãos-jornalistas são imprudentes, deixam-se envolver com a notícia mas também têm ideias originais e perspectivas diferentes do olhar objectivo dos jornalistas, que resultam muitas vezes em trabalhos que acabam por se aproximar mais do público. O Jornalismo Participativo surge assim como uma ponte entre as formas tradicionais de jornalismo e a participação cívica clássica (Schaffer, 2007).

Montoya (2006) faz referência aos fundamentos principais do conceito de Jornalismo Participativo apontados por Davies Merritt:

1. Os jornais e os jornalistas devem incorporar os seus leitores como participantes activos em vez de actuarem passivamente como meros espectadores;
2. Os jornais devem ser convertidos em fóruns de discussão;
3. Os jornais devem dar uma atenção especial aos problemas e acontecimentos da comunidade e dos cidadãos comuns, temas que realmente interessam à sociedade;
4. Os jornais devem contribuir para a formação da opinião pública através de debates públicos entre os cidadãos de uma comunidade;
5. Os conteúdos dos jornais devem ter a colaboração dos cidadãos.

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Estes fundamentos do Jornalismo Participativo assemelham-se muito aos objectivos dos Fóruns de Discussão em rádio. Este formato radiofónico apela à participação dos ouvintes para debater um tema da actualidade. Os produtores escolhem temas actuais de interesse público de forma a captar a atenção dos seus ouvintes e a incentivar a sua participação. Através da discussão desses temas, os fóruns possibilitam o debate público, fomentando a opinião pública.

Apesar da intensa polémica e da muita produção científica em torno deste tema, o Jornalismo Participativo ainda não está consolidado: “este ‘novo jornalismo’ ainda está a ser inventado” (Nélson Traquina e Mário Mesquita, 2003, 10).

### **3.2 Jornalismo Participativo Escrito**

Os jornais cedo se aperceberam que ignorar os seus leitores traria consequências nefastas para a sua imagem, pelo que a imprensa criou espaços onde o público podia ter voz, nomeadamente, um espaço dedicado às cartas de leitores (Silva, 2005). Este foi o primeiro passo para o aparecimento e desenvolvimento do Jornalismo Participativo. A maioria da imprensa - jornais, revistas ou outras publicações - incluem uma secção destinada à participação da sociedade, através da publicação das cartas enviadas pelos próprios leitores que manifestam as suas ideias e opiniões. É através das cartas que os leitores interagem com o jornal, pois aqui os cidadãos possuem credibilidade para serem ouvidos (Costa, 2005).

As cartas enviadas para os jornais são seleccionadas pelos editores e só posteriormente são publicadas. Wahl-Jorgensen (*Op. Cit.* Silva, M. T. 2005) aponta 4 regras que os editores utilizam na selecção das cartas dos leitores:

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

1. *Relevância*: os temas abordados nas cartas devem ser actuais e constar da agenda mediática;
2. *Brevidade*: as cartas devem ser curtas e concisas, por razões de espaço na paginação;
3. *Entretenimento*: interesse por cartas polémicas ou de interesse humano, para chamar a atenção dos leitores;
4. *Autoridade*: interesse em publicar cartas de figuras de autoridade e com um discurso dito eloquente.

Após esta selecção prévia, as cartas dos leitores podem ainda ser sujeitas a uma edição por parte do jornalista/editor, quer por motivos de espaço na paginação, quer por orientação argumentativa. Certos autores defendem que este espaço de debate público mais aberto à participação do público é tão mediado e fechado como qualquer outra secção do jornal, pois quem selecciona as cartas a publicar são os editores, fazendo-o de acordo com os interesses do jornal e construindo assim o debate público (Silva, M. T. 2005). São os editores que “decidem não apenas quem pode falar, mas também o modo e a razão de quem fala” (Silva M. T., 2005, 5).

A primeira carta de um leitor foi publicada, no *New York Times* de 18 de Setembro de 1851, e desde então a secção das cartas dos leitores tem vindo a ganhar cada vez mais adeptos. Esta popularidade só sofreu uma quebra com a emergência da Internet, um meio que tem vindo a “roubar” leitores aos jornais impressos. Com a Internet surgiram outras formas de participação que até então se resumiam à secção de Cartas dos Leitores e o Direito de Resposta. A interactividade possibilitada pela Internet, permite aos leitores, ouvintes e telespectadores passarem a ser actores participantes na produção de notícias.

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

Graças à Internet, todos podem editar e publicar de imediato, emissor e receptor encontram-se ao mesmo nível na facilidade de publicar e trocar mensagens (Mahugo, 2006).

O Jornalismo Participativo exercido na Internet garantiu uma nova relação com os *media* e com a informação, uma relação mais próxima e directa entre os cidadãos, o jornalismo e os jornalistas. Esta interactividade entre público e jornalistas, proporcionada pelo meio digital, criou uma ruptura com os meios de comunicação tradicionais e está a redefinir o panorama comunicativo.

As novas tecnologias estimulam a participação da sociedade no jornalismo e possibilitam o que a rádio prometeu nos anos 20: fazer de cada cidadão um comunicador, um jornalista (Moretzsohn, 2003). O recurso à Internet difundiu o Jornalismo Participativo pois possui ferramentas de edição fáceis de utilizar, ligações permanentes em qualquer local e dispositivos móveis cada vez mais eficazes, o que proporciona a cada cidadão os meios necessários para a produção e publicação de notícias. Jeff Jarvis afirma que a revolução digital está a permitir uma expansão do jornalismo, pois agora as notícias podem chegar, simultaneamente, mais longe, mais perto, mais depressa, com fontes de informação diversas e através de novas formas de partilha. Como meio para a divulgação de informação, a Internet ainda está em fase de amadurecimento, mas cada pessoa que publica um acontecimento noticioso contribui para o seu desenvolvimento.

Com a Internet, a participação da sociedade nos *media* tem vindo a ganhar terreno. A primeira e mais popular forma de participação na Internet foram Fóruns de Discussão, onde os participantes podiam criar um grupo de discussão sobre os

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

mais variadíssimos temas. De uma forma geral, os Fóruns de Discussão têm um tema inicial e os interessados vão adicionando as suas opiniões, pontos de vista ou informações novas sobre o tema em discussão. As mensagens enviadas pelos cidadãos para os Fóruns de Discussão são sujeitas a uma revisão por parte dos moderadores que vigiam o conteúdo das opiniões e informações publicadas. A principal vantagem dos Fóruns de Discussão é o facto de serem de fácil acesso a toda a população: qualquer pessoa com uma ligação à Internet pode participar num fórum, pois não tem qualquer tipo de barreiras de entrada. Basta criar uma conta de usuário e pode participar as vezes que se quiser, sem qualquer tipo de compromisso (Bowman e Willis, 2003).

Entre as várias formas de participação do público na Internet, os *weblogs* destacam-se pelo seu enorme sucesso (Barger, 1997). Os primeiros *weblogs* surgiram em 1997 e eram compostos por links, comentários e pensamentos do *bloguista*, nome dado à pessoa que escreve num *blogue*. Em 1999, surgiram vários softwares desenvolvidos para facilitar a publicação em *blogues*. Um desses softwares foi o *Blogger*, uma aplicação que permitia publicar textos de uma forma simples. Surgiram vários *blogues* que em vez de publicarem os pensamentos do *bloguista*, centravam-se no que o *bloguista* via no seu dia-a-dia ou nas suas reflexões sobre determinado assunto (Silva, 2005).

Os *blogues* podem ser pessoais, onde o *bloguista* partilha acontecimentos da sua vida ou interesses, ou *blogues* generalistas, que não se especializam em nenhum tema específico. Neste tipo de *blogues* o objectivo não é fazer jornalismo, mas sim partilhar experiências ou reflectir sobre temas variados. Existem ainda *blogues* temáticos, um género que segue um registo semelhante aos das publicações especializadas. Talvez por isso, alguns autores consideram que “os

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

*blogues* são de alguma maneira uma nova forma de jornalismo, aberto a qualquer pessoa que possa estabelecer e manter uma página na Web” (Bowman e Willis, 2003, 9).

A maior referência do Jornalismo Participativo é o jornal *OhMyNews*<sup>7</sup>. Criado na Coreia do Sul em Fevereiro de 2000, o *OhMyNews* tem como lema *Cada Cidadão é um Jornalista* e publica conteúdos produzidos pelos seus leitores: o site coreano é visitado diariamente por cerca de um milhão de pessoas. Embora toda a informação publicada no site seja da autoria de cidadãos-jornalistas, o *OhMyNews* conta com mais de 50 profissionais de informação que revêem todos os textos antes da publicação. O papel dos jornalistas profissionais é o de confirmar a veracidade e a qualidade informativa de tudo o que vai ser publicado *online*. Oh Yeon-ho, fundador e editor do *Oh My News*, afirma que o objectivo deste site, dedicado à informação feita pelos cidadãos, é dizer adeus ao jornalismo conservador do século XX, Yeon-ho defende que um jornalista não é apenas o jornalista profissional, mas sim quem faz notícias e informa os outros (Bowman e Willis, 2003).

### 3.3 Jornalismo Participativo na Rádio – Os Fóruns

Com o aparecimento da televisão e, mais recentemente, da Internet, a rádio foi perdendo importância como meio de comunicação. Com a televisão a atrair a atenção do público, a rádio viu a sua audiência ficar segmentada por horários, com as manhãs e os fins de tarde a registarem as melhores audiências, como se

---

<sup>7</sup> <http://english.ohmynews.com/>

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

viu antes, mas os restantes períodos, sobretudo a noite, a registarem audiências quase residuais.

No final dos anos 90, a Internet obrigou a rádio a redefinir estratégias de comunicação, mas neste caso a rádio optou por explorar as características do novo meio. “À emissão em tempo real, a rádio pode juntar novos serviços, pois a Internet permite verdadeira interactividade entre som, a palavra escrita e a imagem, numa complementaridade típica dos meios de comunicação social” (Cordeiro, 2004a, 9). A rádio usa a Internet como um meio de divulgação do seu trabalho, da sua história, da sua programação e para promover a participação dos ouvintes, através de opiniões, comentários ou sugestões.

Apesar da interactividade proporcionada pela Internet, a principal forma de participação na rádio é através dos programas de antena aberta. Este tipo de programas, como os fóruns, são procurados por cidadãos que encontram aqui a oportunidade de discutir e opinar sobre assuntos da actualidade.

Mcleish (2001) enumera quatro tipos de programas de antena aberta:

1. *Linha Aberta*: conversa com o animador que está em estúdio;
2. *Fórum de Discussão*: programas interactivos diários que abordam um tema da actualidade e permitem aos cidadãos darem a sua opinião;
3. *Defesa do Consumidor*: é proporcionada ao cidadão orientação sobre como proceder em certas situações;
4. *Aconselhamento Pessoal*: são discutidos problemas de um só indivíduo.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Crisell (1994) organiza este tipo de programas de outra forma:

1. *The Exhibitionist Phone-In* (exibicionista): estes programas apelam à personalidade do ouvinte, que pode colaborar com o programa com anedotas, canções ou histórias pessoais;
2. *The Confessional Phone-Ins* (confessional): aqui o apresentador desempenha o papel de conselheiro, e o programa destina-se a ouvintes que relatam os seus problemas pessoais;
3. *The Expressive Phone-In* (expressivo): estes programas visam a participação dos ouvintes através dos seus pontos de vista sobre assuntos públicos.

O tipo de programa mais usual nas rádios portuguesas é o Fórum de Discussão, que na organização proposta por Crisell se denomina *The Expressive Phone-Inn*. São “programas que estabelecem a ligação entre o domínio público e o privado e permitem a expressão de vozes dissidentes, que dessa forma conseguem dar o seu contributo sobre assuntos públicos” (Cordeiro, 2006, 2). Estes programas são a forma mais habitual dos ouvintes participarem na programação radiofónica, através da sua opinião e da partilha de informação e de experiências. O principal objectivo dos fóruns é ser um programa democrático, dar a oportunidade a todas as pessoas de participarem, expressando as suas opiniões sobre variados assuntos propostos pela estação de rádio. Nestes fóruns, a participação do ouvinte é feita em directo, o que torna difícil a condução do programa. Embora exista um apresentador/jornalista que desempenha o papel de mediador, surgem sempre situações inesperadas. Como refere Manuel Acácio, mediador do *Fórum TSF*, “Às

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

vezes o ouvinte diz uma coisa que eu entendo que não deve, mas se não reajo logo já não consigo mais”<sup>8</sup>.

Para evitar estas situações, o mediador deve interromper o ouvinte quando este se mostrar incorrecto, politicamente partidário ou se fizer algum tipo de publicidade. O mediador não deve tomar partido a favor ou contra as opiniões dos ouvintes, deve sim promover um diálogo interessante para que este se torne estimulante para o ouvinte, fazendo-o participar também (Mcleish, 2001). Apesar da presença de um mediador ser fundamental para o bom funcionamento do Fórum de Discussão, a estação londrina LBC optou, em 2006, por um programa de antena aberta sem moderação, contando apenas com a participação dos ouvintes. Este modelo, também, já teve sucesso nos EUA onde é apenas o público a construir a programação do fórum.

Os Fóruns de Discussão, e outros programas deste género, têm contribuído para a transição da rádio para um modelo bilateral de comunicação, terminando com o processo de recepção passiva e comunicação unilateral que sempre caracterizou a rádio. Devido à interactividade proporcionada por estes programas, têm-se criado grupos de participantes assíduos, que usam o fórum regularmente para expressarem as suas ideias, encontrando assim um espaço ímpar na comunicação social.

---

<sup>8</sup> Afirmção feita ao *Notícias Magazine*, <http://ovilacondense.blogspot.com/2005/11/frum-tsf-uma-questo-de-tbaros-html>, visitado a 26 de Junho de 2008

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Nos Fóruns de Discussão radiofónicos existem dois tipos de participantes:

1. *Convidados* – podem ser comentadores, políticos, investigadores ou especialistas que são convidados pela emissora consoante o tema debatido nesse dia;
2. *Ouvintes* – que participam num espaço dedicado para tal, onde podem expressar as suas opiniões e ideias sem qualquer tipo de censura, cumprindo as regras do programa.

Se durante muitos anos a participação dos ouvintes na rádio portuguesa era feita apenas nos programas de discos pedidos, actualmente são os programas de antena aberta que dão voz aos cidadãos comuns, possibilitando-lhes opinar sobre os temas debatidos diariamente. São programas que promovem uma discussão ou debate mediados, onde os ouvintes podem fazer valer as suas opiniões em voz própria, e é nesta interactividade do público com o apresentador/jornalista e até mesmo com os restantes ouvintes que reside a popularidade dos fóruns.

José Nuno Martins, Provedor do Ouvinte da RDP, considera que este tipo de programas serve apenas para preencher horário e captar audiências e não tem um carácter jornalístico pois a recolha das ideias dos ouvintes não resulta de uma pesquisa (Pinto 2007). Muitos dos participantes não possuem qualquer preparação para debater certos temas e há uma certa incapacidade do moderador para conseguir impedir participações menos próprias dos ouvintes. Para José Nuno Martins, os programas de microfone aberto não são mais que uma “sequência de opiniões avulsas de pessoas comuns, expostas de modo relativamente caótico, sumariamente pontuadas por intervenções esparsas de dois, três ou mais

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Especialistas convocados pela Produção”<sup>9</sup> e que é o papel do mediador conduzir a emissão do programa, preservando o uso adequado da língua portuguesa e interrompendo o ouvinte sempre que a sua participação for imprópria (Bonixe, 2007).

#### 3.3.1 Os Fóruns na Rádio Portuguesa

Iniciado em 1995, o *Fórum TSF* é um programa diário de informação e debate. Tem a duração de uma hora e meia, aproximadamente, em que se debate um tema da actualidade. Muitas vezes a escolha do tema surge da própria manhã informativa, não havendo limitações à escolha do tema. O *Fórum TSF* procura abordar rigorosamente os temas debatidos, de forma conclusiva e esclarecedora, com vista a gerar nos ouvintes uma reflexão sobre os variados assuntos.

Na Antena 1, o fórum de discussão dá pelo nome de *Antena Aberta*. É um programa interactivo, com a duração aproximadamente de uma hora, em que se convidam os ouvintes a debater um tema que se destacou na actualidade do dia. Tal como o *Fórum TSF*, o *Antena Aberta* conta com a participação de convidados e especialistas que debatem, a par com os ouvintes, os mais diferentes temas de carácter político, social, económico e social. Embora o seu formato original seja um programa de rádio, este programa matinal da Antena 1 passou a ser transmitido em simultâneo na RTPN.

---

<sup>9</sup> Luís Bonixe citando José Nuno Martins em *O Provedor e a Antena Aberta*, <http://radiojornalismo.blogspot.com/2007/09/o-provedor-e-antena-aberta.html>, visitado a 26 de Junho de 2008

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

No Rádio Clube Português, o fórum *Debate Público* apresenta características um pouco diferentes dos restantes, pois não é um programa autónomo. O *Debate Público* insere-se no *Escolhidos a Dedo*, um programa musical que aborda também questões da sociedade e assuntos da *imprensa cor-de-rosa*. O fórum pretende debater temas que marcam a actualidade, mas pelo seu formato perde alguma visibilidade devido à falta de autonomia.

Existem outros fóruns nas rádios portuguesas, como o Fórum Mulher ou a Bancada Central, mas a participação é condicionada pelo género ou pelo tema, respectivamente, pelo que não foram analisados neste trabalho. No caso dos fóruns generalistas, procurámos saber que tipo de cidadãos participam nos Fóruns de Discussão e de que forma essa participação influencia a informação radiofónica. Simultaneamente procurámos saber até que ponto a participação em fóruns pode ser comparada ao jornalismo do cidadão praticado na imprensa, ou se é possível haver um jornalismo participativo específico para rádio.

## Capítulo 4

### Metodologia e Problema de Investigação

Nos capítulos anteriores abordaram-se os conceitos, pressupostos e teorias sobre Jornalismo Participativo. A falta de estudos sobre o fenómeno na área da rádio foi uma das dificuldades sentidas, pelo que se optou por comparar as várias formas de participação nos meios de comunicação escrita (imprensa e Internet) com as possibilidades de participação na rádio. Como se discutiu no capítulo anterior, a participação do público na informação radiofónica parece estar confinada aos fóruns. Mas serão os Fóruns de Discussão em rádio uma forma de Jornalismo Participativo? Ou serão apenas uma versão áudio do Correio dos Leitores?

Para responder a esta pergunta optámos por analisar os vários fóruns radiofónicos, procurando perceber que tipo de participação faz o público. Foram estudados os fóruns de duas rádios nacionais: o *Antena Aberta* da Antena 1 e o *Fórum TSF* da TSF. A escolha dos fóruns para análise recaiu sobre estes dois programas, uma vez que um, o *Antena Aberta*, pertence à única rádio pública portuguesa de informação e o outro, o *Fórum TSF*, a uma rádio privada, tendo sido o primeiro programa do género em Portugal.

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

De 11 de Junho a 3 de Julho de 2008, foram gravados cinco programas de cada rádio em datas e dias escolhidos aleatoriamente. A escolha aleatória dos dias de gravação foi feita com o intuito de reunir programas acerca dos mais variados temas da actualidade, tentando-se perceber se o tipo de participantes varia de acordo com o tema.

Na análise dos fóruns foi observado o conteúdo das participações, procurando-se desta forma verificar se as intervenções se resumiam a opiniões dos ouvintes ou se os depoimentos acrescentavam informação ao debate. Para isso foi utilizado um conjunto de técnicas que procura estudar os conteúdos de uma determinada amostra (Casetti e Chio, 1999). Estes autores apontam 5 fases para se proceder à análise de conteúdos:

#### *1. Definir o problema e formular hipóteses*

A partir de pergunta de investigação deste trabalho - Os Fóruns de Discussão em rádio são uma forma de Jornalismo Participativo? - começou por ser decomposta em questões mais específicas (Casetti e Chio, 1999): ‘Quem são os participantes dos fóruns?’, ‘Que tipo de participações fazem?’, ‘Serão estas participações de cariz jornalístico ou apenas opiniões e pensamentos?’, ‘Acrescentarão algo de novo ao jornalismo radiofónico?’.

#### *2. Eleger a amostra sobre a qual vai incidir a análise*

A amostra corresponde a 10 fóruns de discussão, 5 programas da Antena 1 e 5 da TSF, gravados no período de 11 de Junho de 2008 a 3 de Julho de 2008, em dias escolhidos aleatoriamente de forma a reunir programas acerca dos mais variados temas.

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

### 3. *Definir as unidades de classificação*

As unidades de classificação correspondem às intervenções, o objecto de estudo deste trabalho.

### 4. *Preparar a ficha de análise e a sua aplicação ao objecto em estudo*

Sendo o objectivo deste trabalho conhecer o tipo de intervenções que são feitas nos fóruns e se estas podem ser consideradas de jornalismo, é necessário analisar em pormenor o discurso dos participantes dos fóruns. Para tal, a análise de discurso que iremos fazer vai ser baseada nos parâmetros avançados por Casetti e Chio (1999):

- a) *Peso do Texto Verbal* – identifica o discurso como absoluto, dominante, médio, escasso ou inexistente;
- b) *Estilo de Linguagem Utilizado* – este parâmetro não foi utilizado neste estudo, uma vez que as hipóteses apresentadas pelos autores (linguagem sectorial, dialecto, português correcto/incorrecto, outras línguas) não se aplicam ao objecto de estudo deste trabalho, pois o objectivo deste trabalho é analisar o conteúdo das intervenções e não o tipo de linguagem utilizada, embora a análise do português correcto/incorrecto esteja inserida no Peso do Texto Verbal;
- c) *Conteúdos do Discurso* – se o discurso contém referências a indivíduos (sujeitos presentes, receptores da transmissão, emissora do programa ou outras, outros mediadores, sujeitos ou instituições do mundo social, político, etc.), referências temporais (tempo de antena, tempos sociais ou históricos) ou referências espaciais (espaços de transmissão, sociais ou historicamente situados);

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

- d) *Tratamento do Discurso* – identifica-se o discurso como irónico, humorístico, sério ou dramático.
- e) *Valorizações Explícitas/Implícitas* – se o discurso contém juízos verbais pronunciados de/sobre os sujeitos identificados anteriormente.

Para o nosso estudo seguimos a proposta destes autores, suprimindo alguns itens. A nossa ficha de análise incluiu os seguintes itens:

- a) Tipo de ouvintes que participam: (Categoria - Convidado ou Ouvinte/Participante; Sexo; Ocupação Profissional, Localidade de onde telefona);
- b) Discurso (Peso do Texto Verbal, Estilo e Linguagem Utilizado, Conteúdos do Discurso, Tratamento do Discurso);
- c) Valorizações Explícitas/Implícitas; Se acrescenta novas informações ao tema em debate ou se apenas transmite opiniões.

#### 5. *Registar os resultados*

Os dados foram registados e tratados com apoio informático, de forma a permitir a sua análise e discussão.

Os programas *Antena Aberta* e *Fórum TSF* analisados encontram-se gravados em suporte digital e acompanham este trabalho num CD.

## Capítulo 5

# Análise de Dados e Discussão

### 5.1 Participantes

A primeira variável analisada foi a Categoria do participante (gráficos 4 e 5).

Gráfico 4: Participantes Antena 1

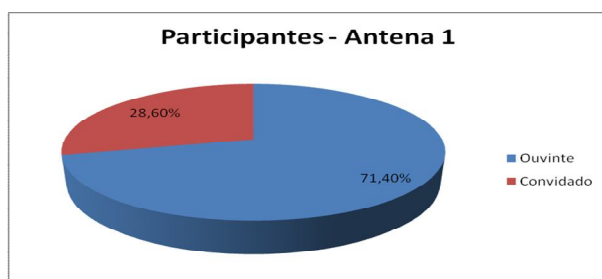
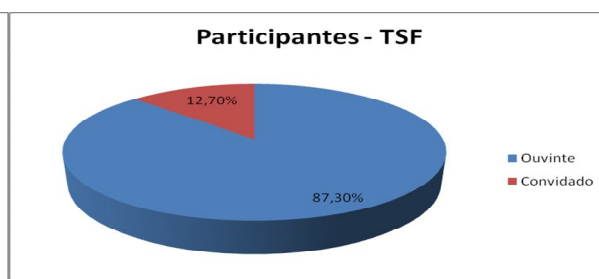


Gráfico 5: Participantes TSF



É possível verificar que a maioria dos participantes no fórum *Antena Aberta da Antena 1* são os ouvintes (71,4%). Também no *Fórum TSF*, da TSF, ocorre uma situação semelhante, com os ouvintes (87,3%) a ultrapassarem largamente os convidados (12,7%). Esta tendência confirma o sucesso da fórmula, pois é essa a intenção destes programas. Os convidados/especialistas desempenham um papel

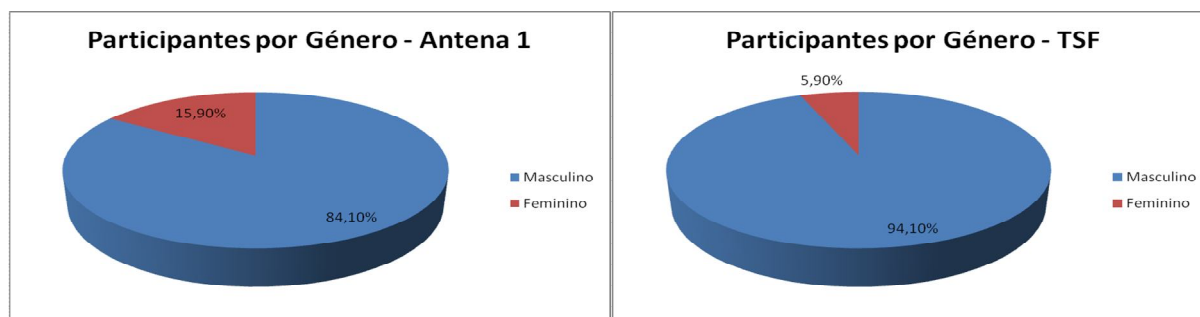
### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

igualmente importante, pois trazem novos pontos de vistas para serem debatidos e novas informações acerca do tema.

Em termos de género (gráficos 6 e 7) verifica-se igualmente um desequilíbrio entre os grupos participantes.

*Gráfico 6: Participantes por Género: Antena 1*

*Gráfico 7: Participantes por Género: TSF*

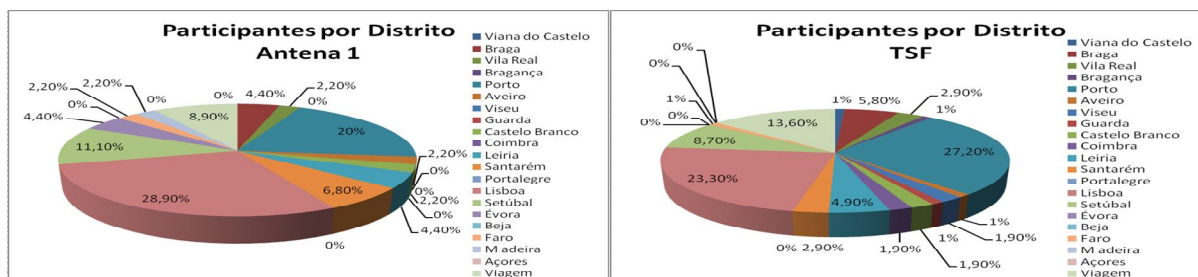


O sexo masculino está maioritariamente representado nos fóruns, com 84,1% na *Antena Aberta* e 94,1% no *Fórum TSF*. As mulheres têm uma participação residual (*Antena Aberta*: 15,9%; *Fórum TSF*: 5,9%), independentemente do tema debatido nos programas de antena aberta. A TSF tentou contrariar esta tendência com a criação do *Fórum Mulher*, um programa diário que pretende debater assuntos femininos.

No que respeita à origem geográfica dos participantes, as zonas do Litoral Norte e Centro são as que mais participam nos fóruns

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Gráfico 8: Participantes por Distrito: Antena 1 Gráfico 9: Participantes por Distrito: TSF

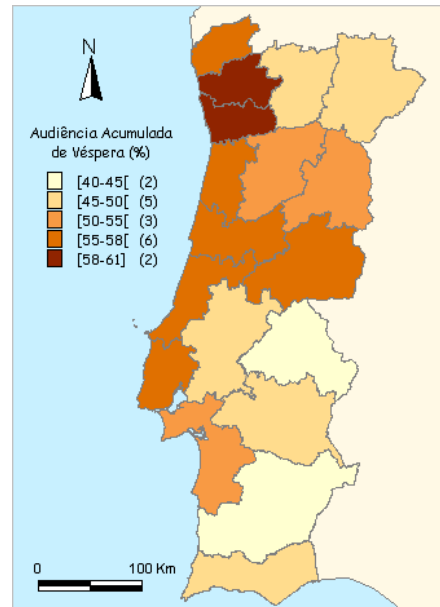


Destacam-se os distritos de Lisboa (28,90% na *Antena Aberta* e 23,30% no *Fórum TSF*) e Porto (20% na *Antena Aberta* e 27,20% no *Fórum TSF*). Destaque também para o distrito de Setúbal (11,10% na *Antena Aberta* e 8,70% no *Fórum TSF*). Este facto verifica-se devido a serem estes os distritos com mais população no país. É interessante verificar que muitas participações são feitas por ouvintes em viagem (8,90% na *Antena Aberta* e 13,60% no *Fórum TSF*), o que sublinha a importância do telemóvel como instrumento facilitador da participação.

De registar são também os distritos onde os ouvintes não fizeram qualquer participação: Viana do Castelo, Bragança, Viseu, Guarda, Coimbra, Portalegre, Beja e Açores na *Antena Aberta* e Portalegre, Évora, Beja, Madeira e Açores no *Fórum TSF*. Estes dados podem se relacionar com os dados obtidos num estudo levado a cabo pela Marktest em Fevereiro de 2008.

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Figura 1. Audiência de rádio por distrito



Fonte: Marktest, Barómetro Rádio

É possível verificar que os distritos que registam audiências mais elevadas são os do Litoral Norte e Centro, coincidindo com os dados acima referidos respeitantes às localidades de onde participam os ouvintes.

Para analisar as profissões dos participantes, foi utilizada a tipificação utilizada pela Marktest: os *Grupos Ocupacionais* (GO)

GO 1 – Quadros Médios e Superiores:

GO 1.1 – Quadros Superiores;

GO 1.2 – Quadros Médios;

GO 2 – Técnicos Especializados e Pequenos Proprietários:

GO 2.1 – Técnicos Especializados;

GO 2.2 – Pequenos Proprietários;

GO 3 – Empregados dos Serviços/Comércio/Administrativos;

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

GO 4 – Trabalhadores Qualificados/Especializados;

GO 5 – Trabalhadores Não Qualificados/Não Especializados;

GO 6 – Não Activos;

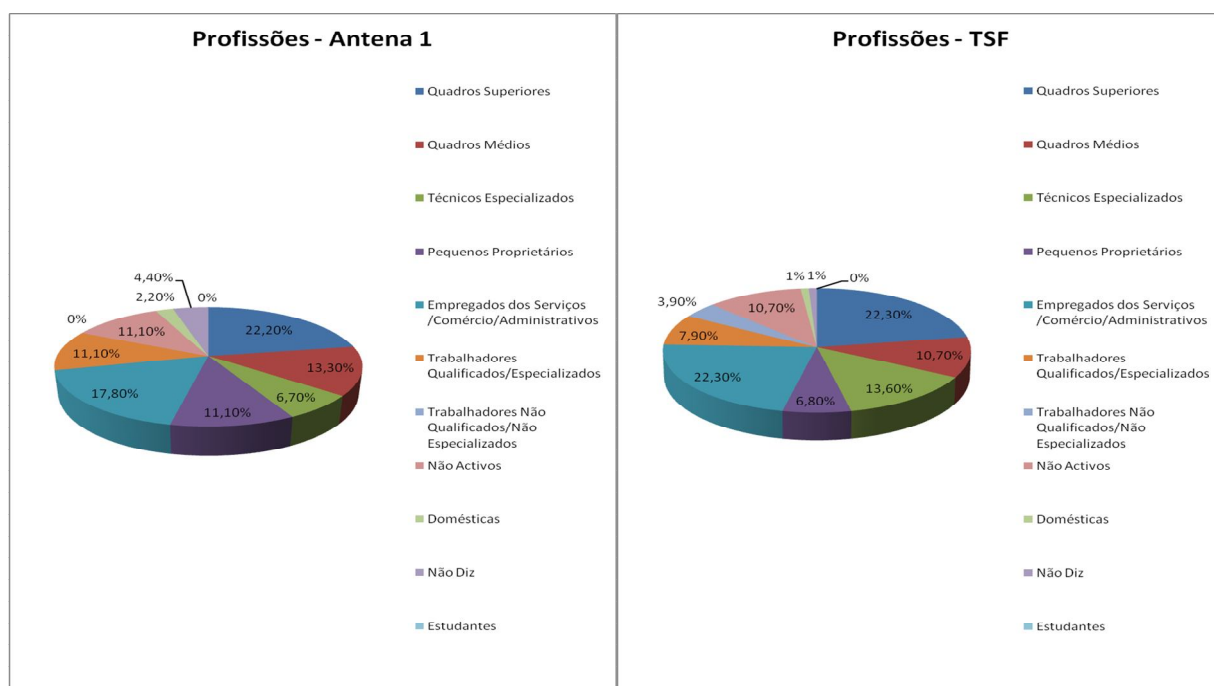
GO 7 – Estudantes; e

GO 8 – Domésticas.

Tenhamos em atenção os seguintes gráficos:

**Gráfico 10: Profissões: Antena 1**

**Gráfico 11: Profissões: TSF**



Os grupos mais representados são os Quadros Superiores (22,20% na *Antena Aberta* e 22,30% no *Fórum TSF*) e os Empregados dos Serviços/ Comércio/ Administrativos (17,80% na *Antena Aberta* e 22,30% no *Fórum TSF*). Destaque-se ainda a participação elevada dos ouvintes que se inserem no grupo Não Activos

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

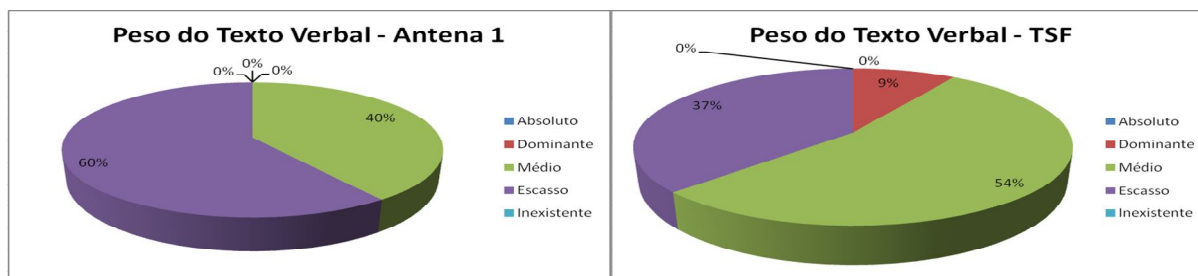
(11,10% na *Antena Aberta* e 10,70% no *Fórum TSF*) como os Reformados, Desempregados e Aposentados.

### 5.2 Discurso

Na análise por tipo de discurso aparecem dados muito diferentes quando comparamos os dois programas. O Peso do Texto Verbal Escasso apresenta valores muito elevados no *Fórum TSF* (37%) e *Antena Aberta* (60%). Neste tipo de discurso é comum haver uma sobreposição de ideias, sem que se identifique uma lógica no discurso. Também é frequente o participante afastar-se do tema debatido e quando tal acontece o mediador interrompe o ouvinte e chama a atenção para o tema em debate.

Gráfico 12: Peso do Texto Verbal: Antena 1

Gráfico 13: Peso do Texto Verbal: TSF



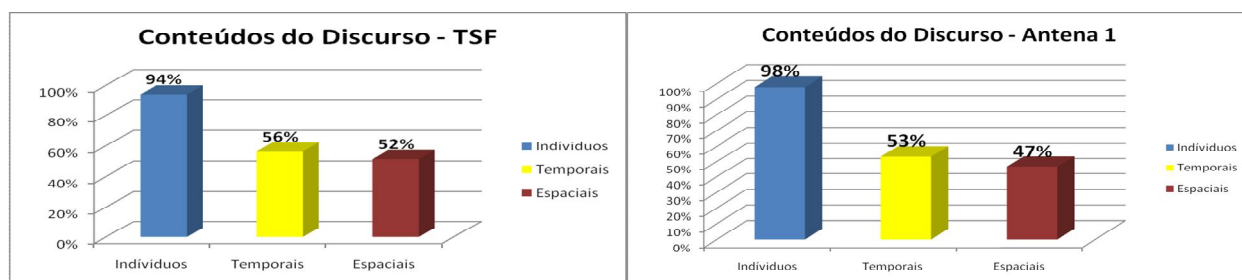
Esta avaliação do Peso do Texto Verbal recai sobre a importância jornalística do texto. Destaque para a falta de participações com um discurso de peso absoluto em ambos os fóruns. As participações com discurso dominante também não ocorrem no programa *Antena Aberta* e a sua ocorrência é diminuta no *Fórum TSF* (9%), onde algumas intervenções deixam a sensação de que os ouvintes estão a ler um texto produzido anteriormente.

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

No que diz respeito às referências contidas nos discursos dos participantes (gráficos 14 e 15), de salientar a menção de outros indivíduos ou instituições na grande maioria dos discursos.

Gráfico 14: Conteúdos do Discurso: Antena 1

Gráfico 15: Conteúdos do Discurso: TSF



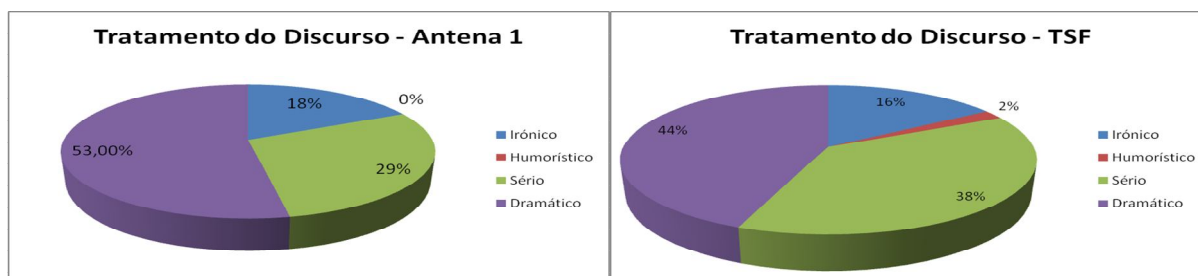
A maioria das participações feitas nos fóruns apresenta referências a protagonistas do tema em debate, instituições que estejam relacionadas e até mesmo a acontecimentos passados, e referência a exemplos do mesmo acontecimento em outras cidades ou países, como forma de contextualizar as intervenções e proceder a comparações como meio de fundamentar as informações transmitidas. A referência a outros sujeitos ou instituições é feita em quase todas as participações em ambos os fóruns (*Antena Aberta*: 98%; *Fórum TSF*: 94%). Embora em menor número, as referências espaço-temporais (*Antena Aberta*: Temporais 53%, Espaciais 47%; *TSF*: Temporais 56%, Espaciais 52%) também surgem na maioria das intervenções.

No que respeita ao tratamento do discurso (gráficos 16 e 17), nota-se que o discurso dramático prevalece nas participações dos dois fóruns em análise.

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Gráfico 16: Tratamento do Discurso: Antena 1

Gráfico 17: Tratamento do Discurso: TSF



No tratamento do discurso, isto é, a forma como os participantes expressam as suas ideias, o discurso dramático prevalece nas intervenções feitas nos fóruns (*Antena Aberta*: 53%; *Fórum TSF*: 44%). Os participantes expõem o seu ponto de vista, muitas vezes particularizando o assunto ao seu caso ou no de alguém próximo, exaltando-se sem conseguirem completar algumas das ideias e fugindo ao tema em debate.

No discurso sério verifica-se um cuidado do participante na estruturação das ideias. Contudo, este tipo de discurso apresenta valores inferiores (*Antena Aberta*: 29%; *Fórum TSF*: 38%) quando comparado com o discurso dramático. Podemos verificar ainda, que os discursos irónico e humorístico são os menos utilizados pelos participantes. Estes discursos deixam transparecer um certo tratamento do tema, pois contêm, por vezes, metáforas e comparações que parecem ter sido preparadas anteriormente.

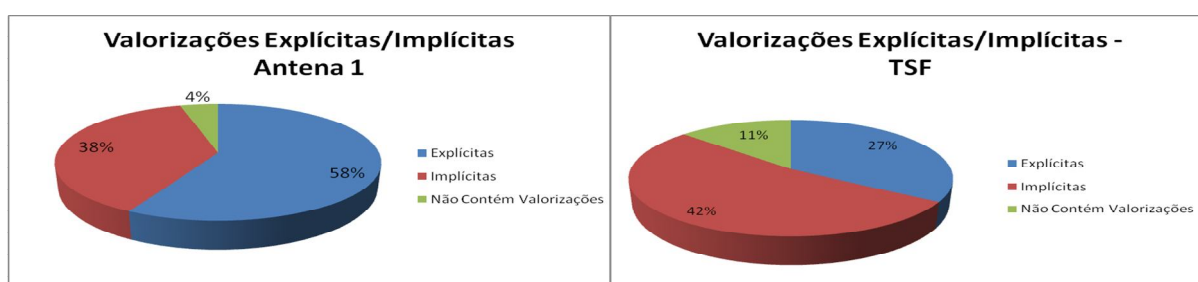
Podemos verificar também que os discursos dos participantes dos fóruns contêm, na sua maioria, juízos de valor sobre o tema ou mesmo sobre os protagonistas do acontecimento em debate (gráficos 18 e 19).

### 5.3 Valorizações Explícitas/Implícitas

A maioria dos discursos dos intervenientes nos fóruns contém valorizações, quer explícitas quer implícitas, sobre o tema ou os protagonistas do assunto em debate.

Gráfico 18: Valorizações no Discurso: Antena 1

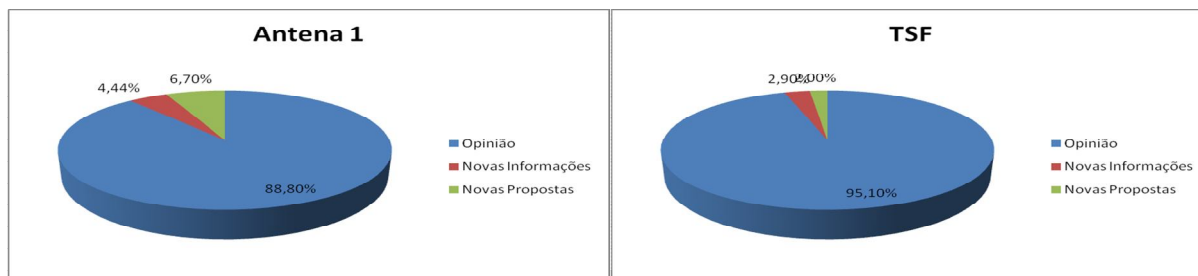
Gráfico 19: Valorizações no Discurso: TSF



Estas valorizações não são mais que juízos de valor baseados nas opiniões dos cidadãos e não fornecem informações novas sobre os temas. Apenas expressam avaliações pessoais de certos aspectos da realidade. Como podemos verificar através dos gráficos, somente 4% (*Antena Aberta*) e 11% (*Fórum TSF*) das participações nos fóruns são constituídas por discursos livres de valorizações. No que diz respeito ao tipo de participação dos ouvintes, a opinião domina.

Gráfico 20: Antena 1

Gráfico 21: TSF



### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Tanto na *Antena Aberta* (95,1%) como no *Fórum TSF* (88,80%), as opiniões constituem a esmagadora maioria das participações. Aqui os participantes expressam aquilo que pensam sobre determinado tema, não acrescentando nada de novo ao tema em si. De todas as intervenções feitas nos fóruns apenas 2 % na *Antena Aberta* e 6,7% no *Fórum TSF*, é que propuseram novas hipóteses ou alternativas para resolver o problema debatido no programa. Por fim, apenas 2,9% das intervenções feitas na *Antena Aberta* e 4,4% no *Fórum TSF* acrescentaram novas informações ao debate. Estes valores estão na linha dos dados referentes às valorizações que os discursos dos participantes contêm. As opiniões são baseadas em crenças e pensamentos próprios, pelo que a existência de juízos de valor é algo recorrente no conteúdo dos discursos dos intervenientes nos fóruns.

Um dado que não é revelado em antena é a idade dos participantes, mas durante o estágio na Antena 1 foi possível aceder aos dados do fórum Antena Aberta. Embora os grupos etários mais participados sejam os 41-50 e 51-60 anos, os últimos anos tem-se registado um aumento do número de participantes da faixa 21-30. Outro dado relevante é o uso do telemóvel como forma de entrar em contacto com a estação e participar no fórum. Não só os ouvintes que se encontram em viagem (8,90% na *Antena Aberta* e 13,60% no *Fórum TSF*) usam o telemóvel, mas na sua grande maioria as intervenções são feitas através do telemóvel e não do telefone fixo. Este dado revela o importante papel que as novas tecnologias possuem na relação entre o ouvinte e a emissora.

## Capítulo 6

### Conclusão

Considerando que os jornalistas recolhem, redigem e publicam notícias sobre acontecimentos recentes, e tendo em conta os dados recolhidos, podemos dizer que as participações dos ouvintes nos Fóruns de Discussão não podem ser consideradas como jornalismo. As intervenções dos cidadãos são maioritariamente opiniões, juízos emitidos sobre um assunto geral ou convicções em relação às mais variadas questões quer políticas, morais, filosóficas ou religiosas, isto é são as formas que cada um tem de expressar as suas ideias.

O conteúdo das intervenções permite concluir que estas não são fundamentadas numa pesquisa prévia sobre o tema proposto para debate. As informações que os participantes possuem sobre determinado assunto já foram tratadas pelos meios de comunicação, não tendo sido recolhidas na fonte pelos intervenientes nos fóruns. O público não teve acesso directo às informações, limitando-se a repetir ideias produzidas pelos *media*. Logo, as intervenções feitas nos fóruns por cidadãos não podem ser consideradas como Jornalismo Participativo, pois este visa que a informação seja recolhida, tratada e publicada pelo cidadão.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Os jornalistas utilizam rotinas e técnicas próprias da sua profissão, como a técnica da pirâmide invertida ou a da espiral (usada em rádio). Guiam-se igualmente por um conjunto de princípios onde a imparcialidade é um valor fundamental. Na análise dos fóruns da Antena 1 e da TSF pudemos verificar que nenhuma intervenção feita pelos ouvintes foi construída segundo estas regras. Domina a opinião, pontos de vista próprios e pensamentos. Mesmo no caso das intervenções de discurso sério e peso dominante, com novas informações acerca do tema e novas propostas, o conteúdo é sempre subjectivo e tendencioso, revelando muitas vezes o posicionamento ideológico do participante, carregado de juízos de valor.

Nos fóruns analisados, a intervenções feitas pelos ouvintes em muito pouco se enquadram nos valores que regem a actividade do jornalista referidos no capítulo 3.1. No que respeita ao valor da liberdade, esta em alguns casos é extrapolada por parte do participante nos fóruns. Em algumas das intervenções feitas nos fóruns, o ouvinte/participante tece alguns insultos aos ouvintes que já participaram ou aos protagonistas do tema em debate. Um exemplo ilustrativo destes casos sucedeu no *Fórum TSF* do dia 17 de Junho de 2008, onde se debatia a decisão da UEFA no caso do Futebol Clube do Porto ir à Liga dos Campeões, em que um participante fez, na sua intervenção, alguns insultos a ouvintes que tinham uma opinião divergente da sua, sendo que a mediadora o interrompeu afirmando que tal não seria permitido. De acordo com o segundo ponto do Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses<sup>10</sup>, “o jornalista deve [...] considerar a acusação sem provas [...] como graves faltas profissionais”, logo os trabalhos jornalísticos não incluiriam ofensas nem insultos no seu conteúdo.

---

<sup>10</sup> O Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses foi aprovado em Assembleia Geral a 22 de Março de 1993. Informação disponibilizada no Sítio do Sindicato dos Jornalistas, <http://www.jornalistas.online.pt/noticia.asp?id=24&idselect=369&idCanal=369&p=368>, visitado a 24 de Julho de 2008

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

As participações dos ouvintes nos fóruns baseiam-se em informações fornecidas pelos *media*, pois os cidadãos comuns não têm a autonomia de um jornalista para serem eles próprios a recolher as informações. Associada a esta falta de autonomia, surge a falta de credibilidade das intervenções dos ouvintes. Nos discursos dos ouvintes/participantes nota-se que estes se baseiam apenas nas notícias avançadas pela imprensa, não acrescentando dados novos ao tema. Nota-se também que os participantes não se baseiam na verificação das notícias. A falta de credibilidade também acontece quando os participantes não têm qualquer relação profissional ou pessoal com o tema em debate: por exemplo, no programa da Antena Aberta de dia 11 de Junho de 2008 em que se debatia a posição do governo face à paralisação dos camionistas em todo o país, um empresário de uma transportadora teria mais credibilidade na discussão do tema que um empregado de escritório.

A falta de rigor e precisão das participações feitas nestes programas de antena aberta resultam numa falta de objectividade. Na sua maioria, as intervenções baseadas em opiniões e juízos de valor estão carregadas de subjectividade. Algo que põe em causa a objectividade tão defendida pelos profissionais de jornalismo.

Face a estas constatações, consideramos que Fóruns de Discussão não podem ser classificados como uma forma de Jornalismo Participativo, pois as participações feitas nestes programas não seguem qualquer valor adoptado pelo jornalismo tradicional. São, sem dúvida, programas de grande importância, pois democratizam o acesso à rádio e funcionam como um meio para saber o que pensam os ouvintes de uma estação, proporcionando um feedback essencial para as direcções de informação e de programas definirem estratégias.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Os Fóruns de Discussão são espaços onde as pessoas podem defender as suas ideias e destes debates pode resultar a construção de identidades culturais, aproximando públicos diferentes mesmo que não se desenvolva uma opinião comum. Quanto muito, os fóruns poderiam ser considerados jornalismo de opinião, mas mesmo neste caso subsistem diferenças importantes. O jornalismo de opinião tem uma maior liberdade de criação, utilizando recursos estilísticos diferentes. No entanto, os discursos devem ser estruturados e coerentes com argumentos e raciocínios válidos, o que não se verificou na maioria das participações na *Antena Aberta* e no *Fórum TSF*.

O objectivo da participação do público no jornalismo é democratizar a informação, criando e fornecendo notícias independentes, confiáveis e abrangentes, tal como requer a democracia. O Jornalismo Participativo caracteriza-se, ainda por uma maior liberdade na produção da notícia. Uma vez que os seus produtores não possuem uma formação específica em jornalismo, a própria estrutura da notícia pode fugir às regras jornalísticas adoptadas pelo jornalismo tradicional, como o *lead* ou a *pirâmide invertida*.

As novas tecnologias, como os telemóveis, os gravadores de mp3 ou as câmaras fotográficas, aliadas às ferramentas de edição disponíveis na Internet e à fácil publicação de textos, imagens, sons e vídeos que este meio permite, tornam mais atraente a participação em trabalhos jornalísticos. Praticamente todos os meios de comunicação possuem uma página *online*, onde, para além de se auto-promoverem com informações acerca do seu meio tradicional, disponibilizam espaços inteiramente dedicados à participação do seu público. O cidadão pode participar através de comentários, sugestões, novas propostas ou até mesmo com

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

novas informações recolhidas por si. Mas de que forma pode o cidadão comum participar jornalisticamente na rádio?

No decorrer desta ideia, e para que o público das rádios possa colaborar com trabalhos jornalísticos com a sua emissora de eleição, este trabalho propõe outras formas de proporcionar a intervenção dos cidadãos. Estas propostas passam pela utilização de outros meios e suportes, como o telefone e a Internet; e pela criação de um espaço na página *online* da estação inteiramente dedicado à publicação de notícias e informações produzidas pelos cidadãos, com a colaboração e supervisão de jornalistas profissionais que devem, sempre que possível, completar essas notícias com novas informações e sons.

Desta forma, podem-se produzir notícias criativas, que apelem à curiosidade de todos, pelo modo irreverente em que pode ser concebida, abordando também temas e assuntos diferentes que agradem ao público. Pois, se foi feito por um cidadão, a informação contida na notícia aborda o que interessa aos cidadãos em geral. Por outro lado, esta falta de formação pode levar a imprecisões no conteúdo publicado. O papel do jornalista profissional passa a ser o de controlo da precisão e qualidade da informação. Ao jornalista cabe a função de confirmar a veracidade da informação a ser publicada e, se possível, completar a notícia com novas informações ou com novas formas de reprodução da notícia, seja áudio, imagem ou vídeo.

## 6.1 Propostas

Visto que os Fóruns de Discussão não são considerados Jornalismo Participativo, de que forma pode um ouvinte colaborar com trabalhos jornalísticos com a sua emissora?

### *1. Informações Soltas*

O telefone foi, desde sempre, o grande aliado da rádio, de forma a proporcionar a participação e colaboração dos seus ouvintes. Era apenas através deste meio que o ouvinte tinha a possibilidade de colaborar de uma forma imediata. Esta continua a ser uma forma válida de participação. Muitas vezes uma estação de rádio tem acesso a Informações Soltas sobre algum incidente ou notícia de última hora através de telefonemas feitos por ouvintes que passaram pelo local do incidente, este é o caso de informações sobre incêndios ou acidentes de viação. Nestes casos, o cidadão comum desempenha um papel fundamental na transmissão da notícia, pois é através dele que a rádio, como meio de comunicação de massas, tem acesso à informação. Se não fosse o telefone, fixo ou móvel, este elo imediato entre público e estação não existiria.

Este tipo de participação continua a desempenhar um papel importante, porém, com a evolução da Internet, o telefone tem vindo a perder a sua importância, no que diz respeito às formas de participação do ouvinte. A Internet acaba por ser um meio tão ou mais imediato quanto o telefone, no que diz respeito ao elo de ligação entre rádio e público.

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

### 2. *Notícias Redigidas pelos Cidadãos*

A rádio pode usufruir da Internet para proporcionar aos seus ouvintes novas formas de participação. Ao criar um *site* na Internet, a rádio pode criar um espaço dedicado a notícias produzidas pelos seus ouvintes. Ao estilo do jornal *online Oh My News*, a rádio pode disponibilizar um espaço inteiramente dedicado às Notícias Redigidas pelos Cidadãos. Aqui seriam os ouvintes a recolher e redigir a informação e publicá-la *online* na página da estação radiofónica. Ao jornalista da estação caberia a função de entrar em contacto com os protagonistas da notícia, de forma a confirmar a informação e completá-la com depoimentos e informações adicionais.

### 3. *Texto com Imagem ou Vídeo*

Aproveitando todas as propriedades da Internet, a rádio pode ainda complementar as suas notícias com texto aliado a imagens ou vídeos. E pode também proporcionar o mesmo aos seus ouvintes e cidadãos jornalistas. O cidadão pode enviar Texto com Imagem ou Vídeo que ilustre a notícia e publicar toda a informação *online*, a par do que se passa com os *weblogues*, onde o cibernauta redige e publica os seus textos muitas vezes acompanhados por imagens ou vídeos. Cada vez mais as novas tecnologias proporcionam a qualquer pessoa captar um acontecimento inesperado que se pode revelar de grande importância. Exemplo disso são os telemóveis, que hoje já possuem câmara fotográfica e de vídeo incorporadas. Com o acesso à Internet disponível em qualquer lugar, e até já no telemóvel, um cidadão pode colocar de imediato uma informação *online*. A rádio só teria a ganhar se disponibilizasse um espaço para os ouvintes enviarem as suas notícias, uma vez que nem sempre tem a possibilidade de ter um jornalista em todos os acontecimentos. Então porque não dar essa possibilidade ao seu público?

## Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

### 4. *Notícia Redigida com Sons*

Aliada à evolução das novas tecnologias, surge a possibilidade de cada pessoa poder, também, captar sons. Também os telemóveis possuem a opção de gravador e, mais recentemente, qualquer leitor de mp3 tem um gravador incorporado. Sem a necessidade de grandes instrumentos de trabalho, a captação de sons para estruturar uma notícia fica acessível a qualquer cidadão. A 4ª proposta para a colaboração do público para com a sua emissora é o ouvinte enviar a Notícia Redigida com Sons que comprovem e completem a informação. Na Internet pode haver uma complementaridade entre texto, som e imagem. O jornalista passa a desempenhar o papel de *gatekeeper*, seleccionando quais as notícias válidas e confirmando a sua veracidade, completando-as quando possível com novas informações.

### 5. *Notícia Estruturada e Montada*

Visto estarmos a falar em Jornalismo Participativo em Rádio, mesmo utilizando a Internet como suporte, uma nova forma do cidadão contribuir com conteúdos jornalísticos é através de *Peças Gravadas* por ele. O cidadão-jornalista pode gravar com a sua própria voz a peça e deixá-la disponível *online* para toda a população ter acesso à notícia no formato próprio da rádio, o áudio. Dum trabalho mais completo surge a nossa 6ª e última proposta, o ouvinte pode enviar uma Notícia Estruturada e Montada, num trabalho jornalístico completamente elaborado por si. Com vários programas de edição de som existentes no mercado, com manuais explicativos e de fácil compreensão, a edição de uma peça está ao alcance de qualquer pessoa, mesmo que não possua conhecimentos profundos de informática.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Estas propostas, hoje, já são possíveis de concretizar, mas nem sempre o jornalismo na Internet contou com a participação do público. Primeiramente, o jornalismo publicado *online* limitava-se a reproduzir a informação contida nos meios tradicionais, o chamado Jornalismo 1.0. Posteriormente, tanto os jornalistas como os profissionais dos meios digitais sentiram a necessidade de se fazer um jornalismo próprio para ser publicado na Internet, o chamado Jornalismo 2.0. Por fim, chama-se de Jornalismo 3.0 (Gillmor, 2002) ao jornalismo que conta com a participação do público para a elaboração de notícias, aqui os cidadãos desempenham um papel democrático e soberano (Montoya, 2006). Por tudo isto, podemos dizer que a Internet não só está a mudar os meios de distribuição e armazenamento da informação como a própria produção e recepção das notícias (Torres, 2007).

Achamos que estas propostas possuem um cariz mais jornalístico que os Fóruns de Discussão, na medida em pressupõem uma pesquisa e uma recolha de informação prévia, um discurso coerente, sério e estruturado, informações rigorosas e imparciais. Embora tenham de responder a algumas das regras acolhidas pelo Jornalismo Tradicional, estes trabalhos produzidos pelos cidadãos podem ser inovadores, tanto no tema como na própria estrutura, não obedecendo às regras da *pirâmide invertida*, uma vez que os produtores destas informações não possuem, na sua generalidade, formação jornalística.

A participação do cidadão comum é fundamental no jornalismo pois assim, e sem formação jornalística, não existe a proliferação de um único pensamento que é transmitido pelos meios de comunicação. O cidadão comum traz outros pontos de vista para o jornalismo, muitas vezes esquecidos pelos *media*, que no meio das suas regras e estruturas mais ou menos rígidas acabam por não abordar todos os

### **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?**

ângulos possíveis de um assunto. Pois enquanto público saberá pegar nos pontos jornalísticos que desagradem mais à sociedade civil e torná-los mais apelativos.

No entanto, esta produção noticiosa por parte do cidadão não pode ser baseada na sua opinião, pois “a separação entre factos e opinião é uma das regras permanentes no trabalho jornalístico” (Meneses, 2003, 206). Embora seja difícil dissociar a opinião da informação, este deve ser um esforço levado a cabo quer por jornalistas profissionais, quer por cidadãos que façam trabalhos jornalísticos. Pois só assim se poderá produzir um trabalho fiel aos factos e credível para o público. Embora o cidadão-jornalista possa fugir um pouco a esta estrutura rígida do jornalismo tradicional, ao jornalista é pedido o distanciamento e a imparcialidade quanto ao acontecimento, apresentando apenas os factos e os dois lados da questão,

Assim, o cidadão pode e deve fazer parte do jornalismo, através do Jornalismo Participativo. Embora possa dar o seu cunho pessoal nas informações que produz, através de novos pontos de vista e de uma liberdade criativa que o Jornalismo Tradicional não possui.

## Bibliografia

*A História da Rádio em Portugal*. Visitado a 13 de Abril de 2008 em [www.aminharadio.com/radio/portugal\\_historia](http://www.aminharadio.com/radio/portugal_historia)

Amaral, S., Cardoso, G. (2005). *O Impacto da Internet no Jornalismo Televisivo e Radiofónico Português: O Caso das Representações e Práticas dos Jornalistas da SIC e da TSF*. Livro de Actas – 4º SOPCOM. Visitado a 24 de Julho de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-cardoso-impacto-internet-jornalismo-televisivo-radiofonico.pdf>

Asencio, J.M., et all (Coord.) (1996). *La Radio*. Barcelona: Editorial Rosaljai

Azevedo, C. (2001). *Meios de Comunicação como Armas de Guerra*. Visitado a 3 de Julho de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/azevedo-carlos-comunicacao-armas-guerra.pdf>

Barbeiro, H., Lima, P. R. (2001). *Manual de Radiojornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Bonixe, L. (2007). *O Provedor e a Antena Aberta*. Visitado a 26 de Junho de 2008 em <http://radioejornalismo.blogspot.com/2007/09/o-provedor-e-antena-aberta.html>

Bosch, C. (2007). *La Radio en la Segunda Guerra Mundial*. Visitado a 2 de Julho de 2008 em <http://www.portalmundos.com/mundoradio/acontecimientos/segundaguerra.htm>

Bowman, S., Willis, C. (2003). *We Media – How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. JD Lasica

Cardet, R. (1980). *Manual de Jornalismo*. Coleção Nosso Mundo, Lisboa: Editorial Caminho

Cascais, F. (2001). *Dicionário de Jornalismo – As Palavras dos Media*. Lisboa: Editorial Verbo

Casetti, F., Chio, F. di (1999). *Análisis de la Televisión – Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación*. Barcelona: Paidós

Castilho, C. (1997). *Jornalismo Público*. Boletim N° 15, Maio-Junho, Instituto Gutenberg, visitado a 11 de Junho de 2008 em <http://www.igutenberg.org/casti15.html>

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Cervera, J. (2006). Congresso Nacional de Huesca. Visitado a 13 de Junho de 2008 em [http://www.elpais.com/articulo/internet/periodismo/ciudadano/existe/elpportec/20060302elpepnet\\_7/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internet/periodismo/ciudadano/existe/elpportec/20060302elpepnet_7/Tes)

Charity, A. (1995). *Doing Public Journalism*. The Guilford Press

Charman, S. (s/d). *The Changing Role of Journalists in a World Where Everyone can Publish*. Visitado a 10 de Junho de 2008 em <http://www.freedomofexpression.org.uk/resources/the+changing+role+of+journalists+in+a+world+where+everyone+can+publish>,

Cordeiro, P. (2004a). *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Universidade do Algarve, visitado a 5 de Janeiro de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>

Cordeiro, P. (2004b). *Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio*. Universidade do Algarve, visitado a 5 de Janeiro de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>

Cordeiro, P. (2005). *Rádios Temáticas: Perfil da Informação Radiofónica em Portugal. O caso TSF*. Visitado a 26 de Junho de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>

Cordeiro, P. (2006). *O Ouvinte em Linha e a Interactividade na Rádio de Público Jovem: O Programa “Prova Oral” na Antena 3*. Visitado a 5 de Janeiro de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-ouvinte-interactividade.pdf>

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Costa, S. G. (2005). *Cartas de Leitores – Género Discursivo Porta-Voz de Queixa, Crítica e Denúncia no Jornal O Dia*. Visitado a 13 de Junho de 2008 em <http://www.filologia.org.br/soletras/10/03.htm>

Foschini, A. C., Taddei, R. R. (2006). *Jornalismo Cidadão – Você Faz a Notícia*. Coleção Conquiste a Rede

Freitas, A. C. M. (2006). *Voces Transversales entre Democracia Participativa y Periodismo Participativo*. Visitado a 12 de Maio de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/freitas-andrea-voces-transversales.pdf>

Gallardo, M., Puig, J. J., Ascencio, J. M. (1996). *La Radio*. Equipo Fenix, Biblioteca Irina de Sintesis Didacticas

Garcés, R. (2007). *La Crisis de los Discursos Radiofónicos*. Visitado a 22 de Maio de 2008 em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarces.htm>

Gradim, A. (2000). *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Estudos em Comunicação Universidade da Beira Interior

Jeanneney, J.-N. (1996). *Uma História da Comunicação Social*. Tradução Catarina Gândara e Ana Isabel Silva, Lisboa: Terramar

Lavoigne, Y. (s/d). *A Rádio*. Tradução José Carlos Rodrigues, Lisboa: Coleção Trimédia

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Mahugo, S. M. (2006). *La Influencia del Periodismo Ciudadano en los Medios Tradicionales*. Em F. Sabés, *Análisis y Propuestas en Torno del Periodismo Digital – VII Congreso Nacional Periodismo Digital Huesca 2006*

Mcleish, R. (2001). *Produção de Rádio: Um Guia Abrangente de Produção Radiofónica*. Tradução Mauro Silva, São Paulo: Summus Editorial

Medicsch, E. (1997). *A Nova Era da Rádio: o Discurso do Radiojornalismo enquanto Produto Intelectual Electrónico*. Visitado a 15 de Fevereiro de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.pdf>

Melo, R. (2004). *O Futuro do Rádio em Portugal – O DAB (Digital Audio Broadcasting) e as Conclusões de Um Grupo de Discussão*. Em J. P. Sousa, *Cadernos de Estudos Mediáticos III*, Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa

Meneses, J. P. (2003). *Tudo o que se passa na TSF - ... para um “livro de estilo”*. Porto: Edições Jornal de Notícias

Meneses, J. P. (2007). *Internet: possibilidades e ameaças para a rádio musical*. Visitado a 5 de Janeiro de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf>

Mesquita, M. (1998). *O Jornalismo em Análise*. Coimbra: Minerva

Mesquita, M. (2004). *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coleção Ciências da Comunicação, Coimbra: Minerva

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Monjas, J. (2006). Congresso Nacional de Huesca em 2006. Visitado a 12 de Junho de 2008 em

<http://www.elmundo.es/navegante/2006/03/02/esociedad/1141322064.html>

Montoya, P. G.-A. (2006). *Periodismo Digital y Periodismo Ciudadano*. Em F. Sabés, *Análisis y Propuestas en Torno del Periodismo Digital – VII Congreso Nacional Periodismo Digital Huesca 2006*

Moretzsohn, S. (2003). *Jornalismo, Mediação, Poder: Considerações sobre o Óbvio Surpreendente*. Visitado a 18 de Junho de 2008 em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-jornalismo-mediacao.pdf>

Nobre, V. (2001). *A Voz como Instrumento de «Credibilização» na Comunicação*. Comunicação no Congresso Internacional de Comunicação *De Gutenberg ao Terceiro Milénio*, Universidade Autónoma de Lisboa, visitado a 21 de Julho de 2008 em [http://www.geocities.com/cc\\_radiolab/arpr/a\\_voz.htm](http://www.geocities.com/cc_radiolab/arpr/a_voz.htm)

Nunes, J. M. (2001). *DAB – A Revolução Digital na Rádio*. Congressos Internacional de Comunicação - *De Gutenberg ao Terceiro Milénio*, Lisboa: ACTAS

Paulussen, S. (2007). *Citizen Media as a Challenge for Traditional Journalism*. Visitado a 25 de Abril de 2008 em <http://www.uta.fi/~tyarhe/index.htm>

Pinto, M. (2007). “*Antena Aberta*” ou *Fechada*?. Visitado a 26 de Junho de 2008 em <http://mediascopio.wordpress.com/2007/09/30/antena-aberta-ou-fechada/>

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Prata, Nair (2006). *O Rádio Digital em Portugal*. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação, visitado a 23 de Maio de 2008 em <http://www.antenaestacio.com.br/artigos/O%20r%E1dio%20digital%20em%20Portugal.pdf>

*Público* (2005). *Livro de Estilo*. (2ª Edição). Lisboa: Público

Schaffer, J. (2007). *Citizen Media: Fad or the Future of News? The Rise and Prospects of Hyperlocal Journalism*. Visitado a 9 de Junho de 2008 em [http://www.kcnn.org/research/citizen\\_media\\_report/](http://www.kcnn.org/research/citizen_media_report/)

Silva, H. M. N. (2005). *Blogues: Experiência Portuguesa*. Visitado a 18 de Junho de 2008 em [http://pwp.netcabo.pt/videoblog/files/blogues\\_experienciaportuguesa.pdf](http://pwp.netcabo.pt/videoblog/files/blogues_experienciaportuguesa.pdf)

Silva, J. (2006). *A Telegrafia Sem Fios – TSF*. Visitado a 13 de Abril de 2008 em <http://www.aminharadio.com/radio/comment/reply/118>

Silva, J. G. (2005). *A Rádio na Segunda Guerra Mundial*. Visitado a 2 de Julho de 2008 em <http://ouvidor.blogspot.com/2005/05/radio-na-segunda-guerra-mundial.html>

Silva, M. T. (2005). *As “Cartas ao Director” no Jornal Público: Um Estudo de Caso*. Visitado a 14 de Junho de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-marisa-cartas-director-jornal-publico.pdf>

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Soares, V. (2007). *O Espaço Público na Rádio do Século XXI: Interação para a Cidadania ou para o Consumo?*, Estudos em Comunicação nº2, 333-356, visitado a 23 de Junho de 2008 em <http://www.labcom.ubi.pt/ec/02/pdf/Soares-espaco-publico-radio-secXXI.pdf>

Sousa, J. P. (2000). *As Notícias e os seus Efeitos – As “Teorias” do Jornalismo e dos seus Efeitos Sociais dos Media Jornalísticos*. Coimbra: Edições Minerva

Sousa, J. P. (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas

Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2ª Edição, Porto, visitado a 6 de Julho de 2008 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>

Szymaniak, W. J. (Coord.) (2000). *Dicionário de Ciências da Comunicação*. Porto Editora

Torres, R. (2007). *Horizontes do Webjornalismo*. Estudos em Comunicação nº2, 315-332, visitado a 23 de Junho de 2008 em <http://www.labcom.ubi.pt/ec/02/pdf/Torres-webjornalismo.pdf>

Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e Histórias*. Lisboa: Vega Editora

Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Quimera Editores, Lda.

### Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?

Traquina, N. e Mesquita, M.(2003). *Jornalismo Cívico*. Livros Horizonte

Wolf, M. (1992). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença

#### **Sites Visitados:**

[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

[www.infopedia.pt](http://www.infopedia.pt)

[www.marktest.pt](http://www.marktest.pt)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)