

Vol 6, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2015
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: COSTA FILHO, Ismar Capistrano; ANDRADE, Mônica Araújo. A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 06, n. 01, pp. 85-103, jan./jun. 2015.

A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social¹

Ismar Capistrano Costa Filho²

Mônica Araújo Andrade³

Recebido em: 13 de abril de 2015.

Aprovado em: 29 de junho de 2015.

Resumo

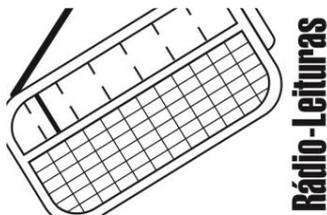
O programa Debates do Povo da Rádio O Povo/CBN é uma mesa redonda do tipo painel, reconhecido no gênero debate, que busca aprofundar assuntos com debatedores e convidados, mediados por um apresentador. Os ouvintes podem enviar comentários por ligações telefônicas e e-mails. Através da análise do uso social, o sentido desta participação diverge em produtores e receptores, mostrando apropriações que revelam a disputa de sentido no processo comunicacional. Enquanto para os primeiros, as ligações são acessórios do programa, para os ouvintes se constituem ações de cidadania comunicativa.

Palavras-chave: rádio, uso social, ouvintes, participação, cidadania.

¹ Trabalho para a disciplina de Comunicação e Interação do PPGCOM da UFMG, revisado pela professora Simone Rocha, baseado na pesquisa de campo da monografia de conclusão do curso de Jornalismo da Fa7 “Os ouvintes do Programa Debates do Povo: estudo de recepção” de Mônica Araújo Andrade, orientada por Ismar Capistrano C. Filho.

² Doutorando em Comunicação na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e jornalista pela Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: ismarcapistranofilho@gmail.com

³ Mestranda em Estudo das Mídias da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e jornalista pela Faculdade 7 de Setembro (Fa7), email: monnyandrade3@gmail.com



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

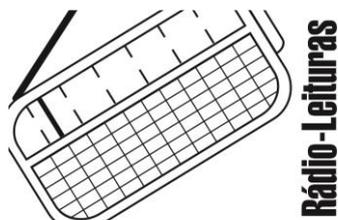
1. O Programa

Esta pesquisa investiga as apropriações dos receptores ao Debates O Povo da Rádio CBN O Povo de Fortaleza. O objetivo é compreender os sentidos dos ouvintes sobre sua participação no programa. Para isso, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com diretor, produtores e apresentador da emissora e ouvintes e análise do conteúdo das transmissões durante o período das entrevistas e um resgate histórico-estrutural da rádio.

Desde a inauguração da Rádio O Povo em Fortaleza, no dia 25 de março de 1982, inicialmente transmitindo na sintonia de 1010 KHz de Amplitude Modulada (AM) e atualmente na faixa 95,5 MHz da Frequência Modulada (FM), o Debates do Povo já compunha sua programação. A emissora comercial, pertencente ao Sistema O Povo, grupo que possui o Jornal O Povo como o veículo pioneiro, é voltada para o segmento de jornalismo, sendo atualmente afiliada à Central Brasileira de Notícias (CBN) das Organizações Globo. “A Rádio que toca notícias”, lema de sua geradora, possui mais outros dois programas locais: Grande Jornal das 8 às 11 horas e o Trem Bala (esportes) das 20 às 22h. O restante da programação é retransmitida a partir da geradora CBN com flashes locais do Repórter CNB. Conforme o portfólio apresentado pelo departamento comercial da emissora, a Rádio O Povo tem adultos formadores de opinião como público alvo.

No auge de audiência da emissora, o Debates do Povo chegou a atingir 41,5% dos ouvintes pesquisados, conforme o relatório de outubro de 1988 do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Atualmente, mesmo com a média anual abaixo de 1 ponto percentual de audiência, o Debates do Povo continua, de segundas a sextas-feiras das 11 às 12h, de acordo com a editora-chefe Maryllene Freitas, um dos carros chefe da programação.

O programa tem o formato de mesa-redonda painel, conforme a classificação proposta pelo pesquisador Luís Ferraretto (2001). Diferente do debate que possui



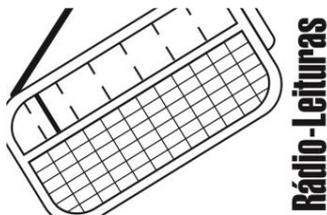
necessariamente posições opostas, o Debates do Povo apresenta a opinião de convidados ou de participantes fixos que raramente se opõem. Para o autor, no painel, “cada integrante da mesa expõe suas opiniões que vão se completando. Mesmo que haja divergência de posicionamento, o objetivo principal é fornecer um quadro completo a respeito do assunto focado” (FERRARETTO, 2001, pg. 87).

Esta distinção não é suficiente para constituir um gênero que, conforme a definição do filósofo colombiano Jesus Martín-Barbero, são chaves de leituras ativadas pelas expectativas dos receptores. Há uma transação entre o que propõe o emissor e o que espera a audiência. A pesquisadora Marta Maia, em sua tese de doutorado, que estudou os gêneros radiofônicos (notícias, radionovelas, músicas e humor) nas emissoras paulistas das décadas de 30 e 40 a partir da história oral dos ouvintes da época, confirma a tese de Martín-Barbero dos “gêneros (como) uma mediação fundamental entre a lógica da produção, isto é, do formato, e a lógica do consumo, dos modos de ler e de usar” (MAIA, 2003, p. 98).

Para o pesquisador estadunidense Jason Mittell (2004), todas as operações culturais são definidoras de um gênero. Por isso, a história, a produção, o texto, a regulação, o mercado publicitário, o público, a crítica, a escola, a academia, entre outros, atuam na estabilização dos gêneros que não é imóvel, pois está sempre sujeita a reconfigurações. Em seu estudo dos gêneros televisivos, há um descentramento do autor para caracterizá-lo na circularidade da discursividade social.

No caso específico do Debate do Povo, conforme pesquisa de recepção que será apresentada no item 4 deste artigo, é reconhecido pelos três ouvintes entrevistados somente como o gênero debate. Para os convidados, produção e departamento comercial da emissora não faz o mínimo sentido a distinção do formato mesa redonda painel.

O Debates do Povo tem como objetivo principal, segundo apresentador Erisvaldo Carvalho aprofundar temas da atualidade, interpretando-os.



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

O bom mesmo no programa é quando você consegue explicar o que aconteceu ou as razões que levaram a acontecer tal fato. Não levamos em consideração a tragédia pela tragédia, mas, a divergência de explicações sobre o fato. O contra ou o a favor que ocorria no passado já não existe mais. Quem tem saudade do Debates do Povo da década de 80 não entende que o mundo mudou e que temos mais é que esclarecer os fatos baseado nas diversas opiniões.⁴

O roteiro é elaborado com estrutura para três blocos, discutindo-se um determinado tema em cada um. Geralmente, o assunto do último bloco é realizado com a presença de um convidado ao vivo no estúdio da rádio que esclarece os principais pontos sobre o tema em questão. Essa estrutura de três blocos é uma das propostas a seguir durante a produção, no entanto poderão ocorrer mudanças no momento do programa devido a imprevistos.

A seleção dos temas é realizada a partir da captação das informações em diversos meios de comunicação como o jornal, a televisão, a internet e o próprio rádio. “A Internet é um fator importante nos dias atuais, eu sempre puxo informações do internauta, faço isso por que as notícias mudam a cada minuto”⁵. Mas, o ponto de partida para essa seleção é a divergência de opiniões. Assunto que leva divergência e ampliação de ganchos, segundo o apresentador Erivaldo Carvalho, é “mais bacana”.

Ele revela ainda que o programa vai ganhando dinâmica no decorrer do dia, dependendo do eixo do debatedor e de como a pauta será tratada na discussão. A escolha do debatedor é uma segunda etapa depois da seleção dos temas. Quando em contato com eles, a produção informa os temas a serem debatidos e sua abordagem na discussão e o convidado do dia. Para isso, a equipe de produção já tem uma seleção de profissionais estabelecida.

O programa mantém uma grade de debatedores e dependendo do tema eles são chamados para participar, o que pode ocorrer mudanças por conta de imprevistos. A grade apresenta os debatedores de cada dia da semana. São especialistas como

⁴ Entrevista de Erivaldo Carvalho concedida em março de 2014.

⁵ Idem.

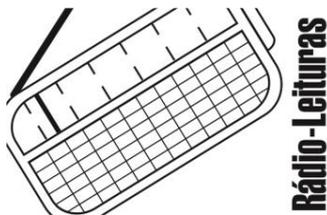
Mourão Cavalcante (Psiquiatra), Djalma Pinto (Advogado), Erotilde Honório (Jornalista), Lineu Jucá (Médico), Maria Luiza Fontenelle (Socióloga), Ismael Furtado (Jornalista), historiadores e outros mais.

Nos dias das entrevistas, as edições abordaram os seguintes temas com os respectivos debatedores e convidados.

DATA	PROGRAMA DEBATES DO POVO
25/4/2014	<p>Debatedores: Grazielle Albuquerque (jornalista) e Djalma Pinto (advogado)</p> <p>Tema: Democracia, República e Constituição no Brasil.</p> <p>Convidado: Filomeno Moraes (Cientista Político)</p>
26/4/2014	<p>Debatedores: Erotilde Honório (jornalista) e Osmar de Sá Ponte (sociólogo)</p> <p>Tema: As multas eletrônicas em Fortaleza / Números da violência na Semana Santa / Resíduo sólido e Drenagem urbana – Primeiro Congresso de Saneamento do Nordeste.</p> <p>Convidado: Francisco Humberto de Carvalho Júnior (Titular da Secretaria Executiva Regional II)</p>
27/4/2014	<p>Debatedores: Mourão Cavalcante (médico) e Marcos Colares (sociólogo)</p> <p>Tema: Panorama do Judiciário Brasileiro</p> <p>Convidado: Jorge Luís Girão Barreto (Titular da Segunda Vara Federal e Diretor da Associação dos Juízes Federais Brasileiros)</p>
28/4/2014	<p>Debatedores: Valdélcio Muniz (jornalista) e Roberto Leite (jornalista)</p> <p>Tema: Decisão da AMC (Autarquia Municipal de Transito) que vai multar quem não tirar o carro da rua após acidente sem vítima / Polemica sobre de quem é a vaga de Suplente/ Lei Orgânica da Defensoria Pública.</p> <p>Convidado: Petrus Henrique Gonçalves Freire (Defensor Público)</p>

Os assuntos apresentados nestes dias revelam questões relativas à cidadania, seja sobre regulação do trânsito, republicanismo, saneamento urbano, poder judiciário, suplente do legislativo e defensoria pública, claras interpelações não só para o protagonismo público, mas para a participação cidadã.

“O programa é dos debatedores e dos ouvintes” é o que diz o apresentador do Debates do Povo. O papel do apresentador, de acordo com ele, em um programa de



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

debates é mediar a fala de cada debatedor, dar ritmo ao programa e emitir poucas opiniões. O apresentador deixa claro que não é um papel fácil, mas, tenta se controlar. Antes de estar a frente do Debates, Erivaldo, ele já participou algumas vezes como debatedor no programa.

A equipe de produção conta com o trabalho dos seguintes profissionais: Diretora Executiva, Produtor, Apresentador, Técnico de Áudio, Assistente de Estúdio. Os dois primeiros são responsáveis pela escolha de temas, debatedores e convidados para o programa. São eles que marcam as entrevistas sendo que o produtor elabora o roteiro para guiar o apresentador durante o programa. O técnico de áudio, responsável pela sonoplastia do programa, fica atento e sempre em comunicação com o apresentador e o assistente de estúdio, pois microfones, vinheta, spot, intervalo e todos os áudios estão em seu controle para serem colocadas no tempo planejado. O assistente de estúdio é um link entre a produção e o estúdio, ele informa a produção sobre o acontecimento do programa dentro do estúdio que vai desde o telefone que está com defeito ao atraso do convidado. Mas, seu principal papel durante o programa de debate é o contato com os ouvintes via telefone. O assistente recebe as ligações dos ouvintes, filtra os comentários e transmite a ideia do ouvinte em forma de resumo num pedaço de papel para o apresentador. Nem todas as mensagens das ligações vão para o ar e a opinião dos ouvintes é resumida em duas a, no máximo, quatro frase pelo assistente. Além da leitura pelo apresentador, os debatedores e convidados costumam responder, complementar ou discordar dos comentários.

Os ouvintes do programa ainda podem participar enviando comentários por e-mail. A participação do ouvinte pelo correio eletrônico ainda é bem insignificante quando relacionada com as ligações pelo telefone. Segundo o assistente de produção, Gustavo Vieira, geralmente são dez ligações para um e-mail do receptor. Isso indica que mesmo com as possibilidades do uso da Internet, a grande participação é pelo telefone que demonstra ser uma forma de comunicação mais aceita pelos ouvintes deste programa. Por esta razão, esta pesquisa recorta seu objeto nas participações dos

ouvintes através das ligações telefônicas.

2. A Participação

Mesmo chegando a receber até cerca de 50 ligações por programa, o papel do ouvinte é acessório, de acordo com o apresentador Erisvaldo. Os debatedores possuem a predominância, pois a interpretação e o aprofundamento dos temas dependem deles.

O programa acontece independentemente da participação dos ouvintes e internautas. A participação dos ouvintes é apenas um parâmetro da repercussão do assunto. Ela não quer dizer que o tema está sendo bem acolhido ou não. Tem sete ou oito ouvintes que ligam todos os dias para o programa.⁶

O apresentador afirma que nem sempre uma pessoa interessada num assunto é estimulada a ligar ou participar do programa.

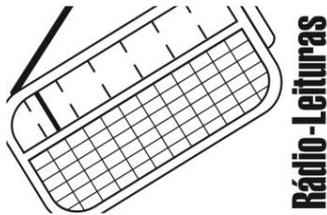
Tem gente que quer ouvir o seu nome no rádio, tem gente que não sabe se expressar. Os ouvintes comentam assuntos alheios ao que está sendo tratado. Muitas vezes eu leio esses assuntos alheios no fim do programa apenas como registro da participação daquele ouvinte, caso contrário eles ficam chateados (...) Eu não me prendo com a quantidade de ligações que recebemos durante o programa.⁷

Dado este tom de certo menosprezo à participação através de ligações telefônicas e e-mails, a pesquisa investigará se essa compreensão é partilhada pelos ouvintes que ligam mais assiduamente para o programa? O que os motiva a participar? Para eles, qual a importância das ligações? Desta maneira, estaremos investigando os sentidos do programa, tecidas pelos ouvintes, que nem sempre correspondem as significações e intenções do emissor.

Antes, no entanto, é necessário definir o que é a participação nos meios de

⁶ Entrevista pessoal de Erisvaldo Carvalho em março de 2014.

⁷ Entrevista pessoal de Erisvaldo Carvalho em março de 2014.



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

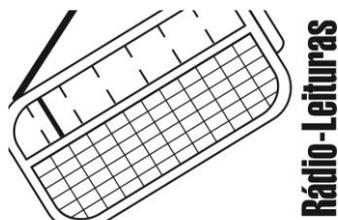
comunicação. A comunicóloga brasileira Cecília Peruzzo (2004) a classifica em cinco níveis: gestão, produção e mensagens. Enquanto, as primeiras envolvem os ouvintes, respectivamente, nas decisões sobre o conteúdo e a administração dos veículos, a última se dá com o simples envolvimento das pessoas dando entrevistas, avisos, depoimentos e sugestões. A participação no programa Debates do Povo assim se caracteriza somente no nível das mensagens. Conforme Peruzzo, essa forma de participação não é mais suficiente para democratizar o acesso do público aos meios de comunicação, pois a atividade do ouvinte está restrita às condições propostas pelo emissor, sendo assim considerada pela autora de limitada.

A (participação) limitada favorece o envolvimento popular, mas só até onde interessa a entidade promotora e/ou não se ameace interferir na estrutura de dominação; A manipulação trata-se de preparar a comunidade, adequar suas demandas aos interesses de quem detém o poder. Nestas circunstâncias, a participação pode ser uma farsa, usando-se o grupo social como massa de manobra para angariar popularidade e legitimação política. (PERUZZO, 2004, p.80)

Já de acordo com o sociólogo Pedro Demo (1999, p. 19), participação é algo que se conquista. Não se pode entendê-la como dádiva nem como algo preexistente. Para ele, a participação não é um produto da conquista, precisa ser construída e reivindicada pela sociedade. “Não existe algo preexistente, como se fora um espaço onde predominasse naturalmente a participação. Se isto encontrarmos, não foi porque preexistia, mas porque se conquistou”.

O autor revela ainda que participar pode ser um instrumento de autopromoção, ou seja, quando a participação é centrada nos próprios interesses. Nela, se busca a satisfação da própria necessidade. Muitos objetivos podem envolver o processo da participação, o exercício da democracia é um deles. Segundo Demo, a realização da cidadania em que a sociedade é organizada sob a forma de direitos e deveres também é um objetivo.

No rádio comercial, ao invés de construir democracia, a participação dos ouvintes nas mensagens é um grande negócio. Segundo a jornalista Sandra de Deus, o

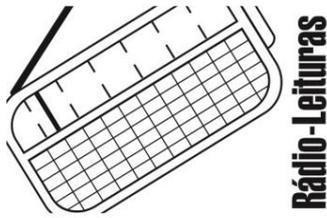


rádio descobriu, nos últimos anos, que abrir seus microfones para os ouvintes e dar espaço para as reivindicações conquista audiências e, por conseguinte, lucratividade. A relação rádio/ouvinte é marcada pela reciprocidade própria do veículo e pela disputa de poderes. O fato de que o rádio depender de seus ouvintes para ter audiência e que estes procuram o veículo para obter auxílio constrói um espaço de conflitos e contradições. Estes meio que se oferece ao cidadão se constituem em oportunidades de pressão, controle, ao mesmo tempo, de expressão.

A programação das rádios tem gerado espaços importantes para a canalização das inquietudes políticas, tanto que é impossível pensar a participação política fora dos meios, particularmente do rádio que utiliza o recurso da legitimidade de se apresentar como serviço público. O desafio que se coloca para o ouvinte é como se apropriar do espaço e fazer valer seu discurso de cidadão quando está inserido em uma disputa que envolve poder local e compromissos econômicos (DEUS, 2000).

3. A Metodologia

Para analisar as mediações entre produção do Debates do Povo e a participação de ouvintes pelas ligações telefônicas será utilizada a perspectiva do Uso Social das Mídias, elaborada pelo filósofo Jesus Martín-Barbero (2008). Ele parte da ideia que para entender a comunicação é preciso ir além da análise dos meios e buscar, mesmo que opacamente, compreender as mediações, isto é, os diversos deslocamentos e apropriações de textos, discursos narrativas, significados, tecnologias, sentidos pelos diversos lugares e tempos que transitam. Para traçar essa cartografia das mediações, o autor elenca dois eixos do processo comunicativo: a relação das Matrizes Culturais e os Formatos Industriais e a relação entre as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção e Consumo. O primeiro reflete as temporalidades históricas que constituem as sociedades urbanas, originadas a partir de migrações rurais, possuindo assim valores conflitantes. Já o segundo articula interesses, influências, experiências, contextos,



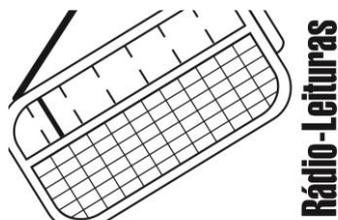
A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

conhecimentos e instituições envolvidos sincronicamente nas mediações.

A articulação entre os eixos proporciona quatro categorias de análise da comunicação: a institucionalidade, a ritualidade, a tecnicidade e a socialidade. A primeira reflete a mediação entre Lógicas de Produção e Matrizes Culturais, pondo entre contraste dois valores opostos para a comunicação: “o regime estatal, que concebe os meios como serviço público, e o regime de mercado, que converte a liberdade de expressão em comércio” (JACKS, 2008, pg. 35). Nesta abordagem, é possível examinar os conflitos de interesses que, muitas vezes, se confundem. A conexão entre os modos de percepção e as possibilidades de codificação dos meios é estudada nas tecnicidades. Esta categoria analisa as mediações entre os Formatos Industriais e as Lógicas de Produção. Martín-Barbero resgata no conceito de sensorium de Walter Benjamin a ideia das mídias como organizadores perceptivos de experiências sociais dos receptores.

Já relação entre os Formatos Industriais e as Competências de Consumo e Recepção é analisada na categoria denominada de ritualidade que constitui as gramáticas de ação, memórias, espaço e tempos dos meios e receptores. “A ritualidade abarca certas formas de ação que não só se adaptam rotineiramente, mas que simplesmente se repetem pelos membros de uma audiência” (GOMÉZ apud JACKS, 2008 pg. 37). A socialidade analisa a criativa produção de sentido das mensagens pelos receptores como apropriações de seus contextos sociais. Para isso, coloca-se em relação as Matrizes Culturais e as Competências de Recepção e Consumo. Assim, pode-se compreender “(...) o cenário onde exercem suas práticas e seus habitus, onde a subjetividade e as identidades constroem-se e reconstroem-se, com o fim de entender o que passa no mundo da recepção e suas vinculações com o mundo social” (JACKS, 2008, pg. 36). A pesquisadora Veneza Ronsini (2010) explica que os eventos socioculturais e os repertórios simbólicos do receptor condicionam sua apropriação dos objetos. Por apropriação, De Certeau (1994) define como tomar o do outro como seu. De acordo com Delia Druetta (2013, p. 12), os educadores Vygotski e Leóntiev

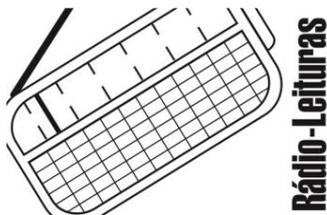


definem esse processo não como simplesmente transferir algo externo a um plano interno preexistente, mas “(...) processos mediante os quais o plano interior se transforma”. Diferente da adaptação biológica, a apropriação é uma dinâmica que reflete as condições históricas dos sujeitos e seu grupo social e não se limita a posse, o uso e redesenho de objetos ou recursos, mas também na ressignificação e reconfiguração de seus sentidos socialmente partilhados. Assim este processo modifica tanto o sujeito que exerce a ação de tornar-se dono, como as práticas culturais do entorno. Nesta perspectiva, segue a presente investigação.

4. Os ouvintes

A análise do formato industrial já foi realizada nos itens anteriores quando se apresentou o gênero, as características e a participação dos ouvintes no programa. Para compreender as competências da recepção e sua relação com a produção, serão apresentadas as perspectivas de três dos seis ouvintes, apontados pelo apresentador do Debates do Povo como participantes assíduos, que cederam entrevistas semiestruturadas na quais foi possível, além de coletar informações pertinentes a esta pesquisa, conhecer outros aspectos que permeiam a relação de recepção como apropriação de mensagens a partir de um contexto sociocultural.

Para chegar até os ouvintes, o assistente de produção do programa solicitou-lhes repassar para a pesquisa as seguintes informações: Nome, Bairro, Contato e Comentário. Com o nome e o contato de cada um, realizou-se as ligações para eles. Nas duas primeiras tentativas, a frase era a mesma de quem estava do outro lado do telefone: “não tem ninguém com esse nome”. Até então, não se entendia o que estava acontecendo. O fato é que muitos ouvintes usam nomes fictícios no momento da participação. Resolveu-se então entrar em contato com eles logo, em seguida, ao horário do Debates do Povo. Dos seis receptores, conseguiu-se explicar o objetivo da pesquisa para quatro deles.



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

As três entrevistas foram realizadas em ambientes diferentes, mas, foram aplicadas perguntas semelhantes. Uma foi gravada por telefone, a segunda foi realizada no ambiente de trabalho do ouvinte e a outra, na residência. Essas duas últimas foram de rendimento maior, pois os entrevistados foram questionados pessoalmente, podendo demonstrar, além das respostas, gestos que revelavam motivação, desinteresses, atenção, desprezo e importância para as questões.

A faixa etária dos entrevistados ultrapassa os 40 anos de idade e todos têm o ensino superior. Para preservar as informações pessoais dos entrevistados, serão utilizados apenas um dos sobrenomes de cada: Lins (Jornalista e Professor), Pedreira (Engenheiro Civil) e Silva (Radialista e mestre em Educação). Os principais pontos em comum entre os entrevistados são: o sentimento e o desejo de participação cidadã.

O jornalista e radialista Lins relata que é ouvinte do Debates do Povo desde o surgimento do programa. Ele diz que sempre procura interagir com os programas da emissora Rádio O Povo/CBN e que normalmente acompanha o Debates do Povo em sua residência ou voltando do trabalho.

O que me leva a participar do programa é um exercício de cidadania, é dar uma contribuição social. A comunicação tem que ser feita com todos, para todos e por todos. Essa é a minha contribuição de cidadão, eu espero que os ouvintes façam o mesmo. Eu acredito no rádio como um veículo de comunicação e informação do cidadão. O cidadão que apenas escuta também está participando, ele também forma a sua opinião.⁸

Segundo ele, os assuntos que geram maior interesse é a parte de política e educação. Quando se trata da opinião dos debatedores, Lins deixa claro que

São pessoas esclarecidas, são pessoas que sabem dar suas opiniões e que muitas vezes usam mais o seu ponto de vista pessoal do que o coletivo. Muitos deles não sabem usar a linguagem do rádio, a gente tem até que perdoar porque eles não conhecem a linguagem específica do meio.⁹

A expectativa da sua participação é das melhores possíveis, mas, nem sempre é

⁸ Entrevista de Lins, concedida em abril de 2014.

⁹ Idem.

correspondido.

Nem sempre eles colocam minha opinião no ar. Algumas vezes é correspondida, pois sempre encontro alguém que diz que ouviu a minha participação no rádio. Mas, eu me sinto muito feliz, pois quando participo, eu não estou representando apenas a mim, mas um público que gostaria de falar e não fala. Em rádio, por ser imediato, é o veículo de comunicação que mais atinge as pessoas. Eu espero participar muitas e muitas vezes. Quero que todos os ouvintes façam seus comentários e suas perguntas.¹⁰

Já para o ouvinte Pedreira, a relação com o Debates do Povo também surgiu no início, ainda nos anos oitenta. Ele procura ouvir o programa todos os dias e diz que

(...) a imprensa está nas mãos de poucas famílias, é preciso desfazer isso. As opiniões contraditórias me fazem levantar da cadeira e discar o número da rádio. Eu quero que o povão escute a minha opinião, o meu desabafo. Procuro ouvir os Debates do Povo todos os dias, mas, às vezes, surgem compromissos e não dá para acompanhá-lo. Faço isso para me manter informado, os debatedores falam suas opiniões e eu formo a minha opinião. Assuntos urbanos e sobre o meio ambiente é o que mais me interessa. Eu me interesso também pela opinião do povão. Eu não quero saber apenas o que os debatedores pensam, eu quero saber os pensamentos e opiniões da sociedade. Tem ouvinte que conta suas experiências sobre determinado assunto, tem ouvinte que relata problemas sobre o seu bairro, e eu adoro ter notícias dessas pessoas.¹¹

Ele também fala da importância de acompanhar programas de rádio e televisão. “Tenho que me manter informado, tento mostrar que, apesar dos cabelos brancos, me mantenho reciclado”. Pedreira diz que as pessoas estão muito acomodadas, pois costumam dizer sim para tudo mesmo pensando o oposto. “Luto pelas causas do meio ambiente e todas que eu achar necessário”.¹²

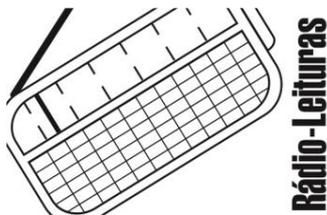
O radialista e professor Silva é ouvinte assíduo do programa Debates do Povo. Para ele, sua participação popular vai muito além do gosto pelo rádio.

A participação do ouvinte é fundamental em um programa de rádio. Eu não posso ficar omissa. Eu tenho que falar como cidadão e como educador. Minha opinião acaba gerando uma repercussão pequena ou grande na sociedade. Eu não tenho o objetivo de aparecer. Eu participo, dou minha opinião, mostro

¹⁰ Idem.

¹¹ Entrevista de Pedreira, concedida em abril de 2014.

¹² Idem.



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

minha cara e não escondo o meu nome. O ouvinte não tem que ter medo, ele tem que participar. É uma maneira de contribuir, não podemos ficar calados diante de algumas questões.¹³

Ele demonstra um forte sentimento em falar da troca de contribuição existente entre a sociedade e os meios de comunicação, ou melhor, o ouvinte e o rádio. O professor se considera uma pessoa extremamente crítica e diz que “o Debates do Povo ainda é um programa democrático”. E sobre a forma de participação do programa, ele revela:

Eu entendo que a pessoa que atende as ligações não tem tempo para escrever todas as questões levantadas pelos ouvintes. Na minha opinião, deve haver bom senso tanto do lado do ouvinte quanto do apresentador. O ouvinte deveria falar no máximo três minutos, é tempo suficiente para dar o recado. Eu acho que assim seria mais democrático, mas, a Rádio precisa estruturar mais. Caso contrário, o ouvinte pode comentar algo desnecessário. O assistente tem que preparar o ouvinte na participação direta. Nem todos os ouvintes estão preparados para falar em rádio.¹⁴

O professor ainda dá mais dicas de como melhorar a relação do ouvinte com o Debates do Povo:

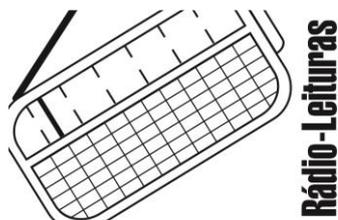
O papel do rádio é exercer a cidadania. Eu acho que o programa deveria ter mais tempo, uma hora é muito pouco. Na minha visão, deveria ter o momento dos debatedores e depois um momento da participação dos ouvintes. Três temas durante uma hora de programa é um absurdo. Ou diminui a quantidade de assuntos ou aumenta a duração do programa, do jeito que está não dá. Pra mim todo programa de rádio deveria ser duas horas. Se o programa for bem planejado e bem trabalhado não vai faltar assunto. O Debates deveria se aprofundar mais no tema, ainda há muita superficialidade.¹⁵

Ele ainda diz que “o ouvinte é um consumidor da informação” e que tem muita gente que gosta da programação da CBN. Mas, a maioria dos cearenses prefere uma boa programação regional. Essa fusão da programação estadual com a nacional está mais do que provada que não dá certo, essas são as palavras de Silva. Em relação a sua expectativa,

¹³ Idem.

¹⁴ Entrevista de Silva, concedida em abril de 2014.

¹⁵ Entrevista de Silva, concedida em abril de 2014.



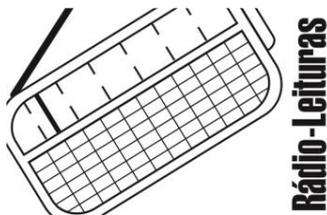
Eu sempre fico na expectativa do meu comentário render discussões ente a sociedade. Na hora que o comentário vai ao ar me sinto como se estivesse cumprido o meu dever. Dizer a verdade e dizer o que tem que ser dito, é somente assim que surge a esperança de que algo vai melhorar. Existe uma luz no fim do túnel¹⁶.

5. A Cidadania Comunicativa

As entrevistas revelam que as ligações telefônicas dos ouvintes para o programa Debates do Povo expressam o desejo, definido por Pedro Demo (1999), de participação cidadã. Esta prática manifesta, de acordo com a pesquisadora argentina Cristina Mata (2006), um âmbito da cidadania configurada pela participação na distribuição e consumo dos bens comunicativos e culturais. Para ela, os cidadãos são apresentados pelos meios de comunicação massivos como sujeitos de necessidade, de demandas e de decisão. Os primeiros aparecem na mídia, em situações, de precariedades, sofrimento e constrangimentos. Já as reivindicações, denúncias e críticas caracterizam os sujeitos de demandas. Enquanto os últimos são apresentados com o poder eletivo dos governantes e das políticas públicas.

Segundo a pesquisadora, a cidadania comunicativa constitui-se no “(...) reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda no terreno da comunicação pública e o exercício desse direito.” (MATA, 2006, pg. 13, tradução do autor). Forma-se assim por uma série de direitos, como liberdade de expressão, direito social à informação, direito de resposta e transparência governamental, invocando “valores de oportunidades, qualidade de vida, solidariedade e não discriminação” (Hopenhayn, 2005 *apud* MATA, 2006, pg. 13, tradução do autor). Reflete um processo de lutas específicas e de práticas concretas no campo da comunicação, como expressa o ouvinte Pedreira em seu apelo para desfazer-se da concentração dos meios massivos nas poucas famílias. Ele acredita que sua participação no Debates de O Povo é uma

¹⁶ Entrevista de Silva cedida em abril de 2014.



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

forma de romper com esta situação.

A cidadania comunicativa exige ainda a qualificação dos sujeitos para a produção e gestão comunicativa, possibilitando para os sujeitos a representação de si próprio, de suas ideias e opiniões nos espaços públicos. Configura-se, desta maneira, como uma série de competências e habilidades que ocorrem “quando o sujeito atua nos meios de comunicação, produz e se apropria das técnicas e dos conteúdos” (ALMEIDA; GUINDANI, MORIGI, 2010, pg. 5). Observa-se este aspecto da cidadania comunicativa no depoimento do ouvinte Silva. Ele considera necessária uma orientação para a participação, podendo, desta maneira, possibilitar a participação ao vivo dos ouvintes por telefone e ampliar a quantidade de intervenções em cada programa.

A participação nos meios de comunicação é reconhecida pelos ouvintes como condição fundamental para a democracia, sendo uma prática de inclusão e participação social nas deliberações públicas. Tanto Lins como Silva definem sua participação como suas contribuições sociais. A ritualidade de ligar para o Debates do Povo e deixar suas opiniões que serão lidas pelo apresentador e possivelmente comentada pelos debatedores constituem-se como ações de cidadania pela comunicação.

Considerações finais

A partir destas informações, pode-se notar as seguintes etapas desta relação ritualística do uso social do Programa Debates do Povo:

- 1) O programa busca aprofundar temas de interesse público, a partir de uma lógica que visa a audiência para lucratividade.
- 2) Por isso, a participação do ouvinte no programa proposta pela produção é acessória, um recurso para conquistar a audiência, principalmente, aquela cativa e

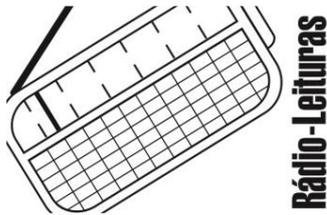
multiplicadora de opinião.

- 3) Já os ouvintes compreendem sua participação como exercício da cidadania comunicativa, apresentando suas opiniões e acreditando que contribuem ativamente para o debate e sua democratização.
- 4) Os ouvintes buscam que suas opiniões gerem repercussão nas discussões dos convidados e debatedores.
- 5) Os convidados e debatedores, por sua vez, utilizam a opinião dos ouvintes para gerar identificação e sedução a eles.

Observa-se que as idas e vindas dos usos do programa revelam apropriações de sentidos que refletem os universos culturais dos sujeitos. Enquanto a lógica empresarial enxerga a participação telefônica como recurso de conquista de audiência, os ouvintes vêem suas ligações para o programa como possibilidade de exercício de cidadania, uma conquista através da participação radiofônica.

Há nesta situação uma radical diferença entre as concepções de comunicação. Enquanto o formato industrial compreende a comunicação como transmissão de informações que busca o isomorfismo retroalimentado pelo feedback, como apresentam os modelos administrativos, como as teorias hipodérmicas, empírico-experimental, funcionalista, Matemática da Informação, sistêmica e efeitos limitados (WOLF, 2003), os ouvintes compreendem as ligações como um protagonismo do cidadão que contribui para o debate público. Assim, enquanto a participação proposta para o emissor é limitada, para o ouvinte, é ampla.

Estas contradições entre o sentido das ligações telefônicas dos ouvintes, a concepção da participação e de comunicação, reveladas no uso social do programa Debates do Povo, demonstra não só como os diversos sentidos são gestados num processo comunicativo, como também que o mesmo é uma arena de luta pelo sentido. Produtores e receptores, em universos culturais e em condições socioeconômicas



A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade

diferentes, criam maneiras de ocupar os espaços não controlados, as brechas e as contradições internas das mediações, as fissuras.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cristovão D.; GUINDANI, Joel F.; MORIGI, Valdir J. **A prática de cidadania comunicativa na experiência de rádio comunitária**. Rio de Janeiro, Compós, 2010.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1988.

DEUS, Sandra. **Reclamação do ouvinte: o ouvinte reclama?** Campos, Intercom, 2000.

DRUETTA, Délia. Repensar a apropriação desde a cultura digital in MORALES, Susana; LOYOLA, María Inés (org). **Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-midiática**. Buenos Aires. Ed. Imago Mundi, 20013.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

JACKS, Nilda. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Vozes, 2008.

JACKS, Nilda & ESCOSTEGUY, Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editore, 2005.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

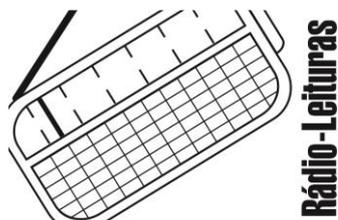
MAIA, Marta. **Quadros radiofônicos: memórias da comunidade radiouvinte paulistana (1930-1950)**. São Paulo: USP, 2003. Tese (Doutorado de Sociologia).

MATA, María Cristina. Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. In **Revista Fronteiras – estudos midiáticos n. VIII (1)**. São Leopoldo. Unisinos, 2006.

MITTELL, J. **Genre and Television**. London and New York: Routledge, 2004.

PERUZZO, Cícila. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis, Vozes, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



Abstract

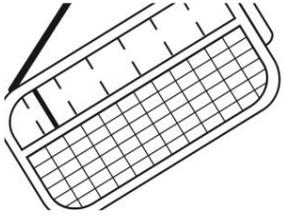
“Debates do Povo” radio program in “O Povo / CBN” is a roundtable-type panel debate, which seeks to deepen issues with panelists and guests, mediated by a presenter. Listeners can submit comments by phone and e-mail. By analyzing the social use, the sense of this participation differs in producers and receivers, showing appropriations that reveal the sense dispute in the communication process. As for the firsts, the participation are accessories program for the listeners constitute communicative citizenship actions.

Keywords: radio, social uses, listeners, participation

Resumen

El programa Debates do Povo, de la radio O Povo/CBN es un panel, reconocido como género tertulia, que intenta profundizar temas con tertulianos e invitados, mediados por un presentador. Los oyentes pueden enviar comentarios por llamadas telefónicas y emails. A través del análisis del uso social, el sentido de esa participación es distinto entre productores y receptores, lo que demuestra apropiaciones que revelan la disputa de sentidos en el proceso comunicacional. Mientras para los primeros las llamadas son un accesorio del programa, para los oyentes se configuran como acciones de ciudadanía comunicativa.

Palabras Clave: radio, usos sociales, oyentes, participación



Rádio-Leituras

A cidadania comunicativa no programa Debates do Povo: as ritualidades do uso social

Ismar Capistrano Costa Filho e Mônica Araújo Andrade