

comunicação, jornalismo e
espaço público na era digital

ESTUDOS DO SÉCULO

XX

número 15 • 2015

A sobrevivência da rádio ancorada
no digital e na participação cívica:
O caso “A Rede da Rádio”

Miguel Midões

Miguel Midões, Jornalista da TSF e doutorando em Ciências da Comunicação na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Email: miguel.midoes.tsf@gmail.com

http://dx.doi.org/10.14195/1647-8622_15_9

A SOBREVIVÊNCIA DA RÁDIO ANCORADA NO DIGITAL E NA PARTICIPAÇÃO CÍVICA: O CASO “A REDE DA RÁDIO”

No artigo que se segue analisamos a rádio na era da Internet. Para o efeito, começamos por visitar a teoria da rádio de Brecht, reforçada pelos escritos de Walter Benjamin, mas contraposta por Horkheimer e Adorno. De seguida, analisamos as novas ferramentas e funcionalidades que, com a era da Internet, criam uma clivagem com a forma de fazer precedente e provocam novos rumos e desafios que exigem uma nova definição desta recente rádio, ou desta nova forma de a fazer.

É esta rádio, alvo de uma *mediamorfose* ou até mesmo de uma *net-amorfose*, com toda a necessidade de adaptação ao mundo digital, que hoje tem uma maior possibilidade de convergência de meios, de divulgação, e mais possibilidades de participação e de abertura aos ouvintes, acompanhando esta transformação ao nível dos conteúdos e da produção dos mesmos. Para compreender o alcance destas transformações, o artigo termina com um estudo exploratório do programa “A Rede da Rádio”, da Antena 1, no qual, através de um inquérito aplicado a ouvintes produtores de conteúdos, tentamos perceber a sua motivação na participação e indagamos o tipo de interação que mantinham com o programa e com esses mesmos conteúdos.

Palavras-chave: *Rádio, Participação cívica, Digital, Redes sociais, Produtores de conteúdos.*

THE SURVIVAL OF THE RADIO ANCHORED IN DIGITAL AND CIVIC PARTICIPATION: THE CASE OF THE “RADIO NETWORK”

In the following paper we will analyse the radio in the Internet era. For this purpose, we will start by revisiting Brecht’s radio theory, strengthened by the works of Walter Benjamin but contradicted by Horkheimer and Adorno. Then we will analyse the new tools and functions which - in the Internet era - create a wedge between past and present methods that led to new directions and challenges, requiring a fresh definition of this new radio, or of its new form.

It is this radio, the target of a *mediamorfosis* or even of a *net-amorfosis*, which had to adapt to the digital world that currently has a bigger possibility of media convergence, of disclosure, and more participation opportunities opened to its listeners, accompanying the transformation of its content and production. To understand the reach of these transformations, the paper finishes with an exploratory study of the program “A Rede da Rádio” (Radio Network) broadcast by Antena 1, in which, through a listener and producer survey, we try to understand their motivation for participating and ask what type of interaction they had with the program and its contents.

Keywords: *Radio, Civic participation, Digital, Social media, Content producers.*

LA SURVIE DE LA RADIO ANCRÉE DANS LE NUMÉRIQUE ET DANS LA PARTICIPATION CIVIQUE: LE CAS “LE RESEAU DE LA RADIO”

Dans l’article qui suit, nous analysons la radio à l’ère de l’Internet. A cet effet, nous commençons par visiter la théorie de la radio de Brecht, renforcée par les œuvres de Walter Benjamin, et contrariée par Horkheimer et Adorno. Puis, nous analyserons les nouveaux outils et les fonctionnalités qui, avec l’ère de l’Internet, créent un clivage avec la façon de faire antérieure et provoquent de nouvelles percées et de nouveaux défis qui exigent une nouvelle définition de cette récente radio, ou de cette nouvelle façon de faire.

C’est cette radio, cible d’une *mediamorphose* ou même d’une *net-amorphose*, avec tout le besoin d’adaptation au monde numérique, qui a aujourd’hui une plus grande possibilité de convergence des moyens, de diffusion, et plus de possibilités de participation et d’ouverture aux auditeurs, accompagnant cette transformation au niveau des contenus et de la production de ces derniers. Afin de mieux comprendre la portée de ces transformations, l’article se termine avec une étude exploratoire du programme “Le Réseau de la Radio”, d’Antena 1, dans lequel, à travers une enquête appliquée aux écouteurs producteurs de contenus, nous essayons de comprendre quelle est leur motivation à participer et nous enquêtons sur le type d’interaction qu’ils maintiennent avec le programme et avec ces mêmes contenus.

Mots-clefs: *Radio, Participation civique, Numérique, Réseaux sociaux, Producteurs de contenus.*

Introdução

Ao longo da história da rádio, as transformações e mudanças ocorridas neste meio de comunicação foram bastante dinâmicas. A II Guerra Mundial terá sido o momento mais marcante em termos de informação e de propaganda, mas as novas tecnologias, nomeadamente a Internet, terão sido, ou estão a ser, o ponto de viragem nas audiências e na forma como a rádio comunica e interage com os seus públicos. Na verdade, é impossível traçar hoje o conceito de cidadania dissociando-o da relação próxima que assume com os meios de comunicação. A utilização dos média, quer tradicionais, quer digitais, mostra-se imprescindível para o exercício pleno da participação pública¹.

Sob esta perspetiva, começamos por traçar uma viagem pelos dias da rádio de Berold Brecht, e pela sua teoria de 1932, considerada utópica na época, mas que antevia realidades presentes. A vontade do dramaturgo alemão, hoje convertida numa realidade, era a de que a rádio seria mais do que um mero distribuidor de informação para um público passivo, fazendo dela um objeto democrático e democratizador, possibilitando o diálogo permanente e ativo com os seus públicos.

Com o advento da Internet, novas ferramentas e funcionalidades criam uma clivagem com a forma de fazer precedente e provocam novos rumos, novos desafios que, para investigadores como Cebrián Herreros, exigem uma nova definição desta recente rádio, ou desta nova forma de a fazer:

“Historicamente a rádio teve muitos confrontos com outros meios (...) Agora, entramos noutra ecossistema de meios em que a rádio sofre outro choque e, em consequência, procura um reajuste, a sua redefinição e o desenvolvimento de novas estratégias para manter a sua competitividade”².

Uma nova rádio, redefinida, ou simplesmente a mesma rádio, mas com novas ferramentas que possibilitam uma maior participação cívica nos assuntos públicos, políticos e abordados pelos média nos seus serviços informativos? Essa será a questão que debateremos posteriormente, que não encontra uma resposta definitiva, mas reforça a problemática, procurando oferecer-lhe diversos enquadramentos.

Esta rádio, alvo de uma *mediamorfose* ou até mesmo de uma *net-amorfose*, com toda a necessidade de adaptação ao mundo digital, tem hoje uma maior possibilidade de convergência de meios, de divulgação e pode constituir-se como mais um meio de participação e de abertura aos ouvintes, acompanhando esta transformação em termos de produção de conteúdos. A rádio de hoje permitirá uma influência ativa dos cidadãos no seu *modus operandi*, alavancando um jornalismo público e os possíveis “jornalistas-cidadãos”, que são ativos na participação de conteúdos³.

¹ PORTELA, Pedro - *Rádio na Internet em Portugal – A abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Edições Húmus, 2011. ISBN 978-989-8139-76-4. p.21.

² HERREROS, Cebrián - *La radio en la convergencia multimédia*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001. ISBN 9788474328929.

³ DAHLGREN, Peter – “Online journalism and civic cosmopolitanism. Professional vs. Participatory ideals”. *Revista Journalism Studies* [Em Linha]. Vol. 14(2) (2013). [Consultado a 20 de dezembro de

Para fazer uma aproximação empírica a estas novas potencialidades procedemos igualmente a um estudo empírico a um programa da rádio portuguesa de serviço público, “A Rede da Rádio”, da Antena 1. Este programa, que teve emissões semanais, regulares, durante pouco mais de dois anos, permitia a participação ativa de qualquer cidadão que assim o entendesse, com o conteúdo que pretendesse, tendo como fio condutor do programa uma jornalista, que mediava a participação do público através das redes sociais, nomeadamente o *facebook*.

Neste estudo, procurámos aproximar-nos da motivação dos produtores de conteúdos do mesmo e, para analisarmos o tipo de interação que mantinham com o programa e com os conteúdos, realizámos um inquérito exploratório, com questões abertas e fechadas, à qual fizemos uma análise de conteúdo, mas também uma análise qualitativa das razões porque os respondentes participavam na construção de “A Rede da Rádio” e de que forma viam neste programa um impulso de participação cívica.

Para reforçar a contextualização da investigação e entendermos os propósitos do programa, e as suas intenções à nascença, realizámos ainda uma entrevista à jornalista-realizadora, que cessou funções na Antena 1 em julho de 2013, coincidindo com o término do mesmo.

Pretendemos com este trabalho perceber como a participação cívica pode ser impulsionada com esta “nova” rádio, mas também sondar a predisposição dos cidadãos para esta participação ativa. Tendo as ferramentas à sua disposição, este cidadão passa a intervir ativamente, como produtor de conteúdos, ou continuará a refugiar-se, passivamente, do outro lado do aparelho radiofónico?

1. Revisitando a utopia de Brecht

As palavras de Bertolt Brecht sobre a rádio aberta à participação dos públicos, apelidadas de utópicas nos finais dos anos 20 do século passado, se fossem hoje transmitidas em direto em qualquer programa de rádio do mundo, quase cem anos depois, seriam consideradas uma realidade e, à luz dos critérios jornalísticos, inclusivamente atuais. Brecht não foi utópico, foi vanguardista. Ele foi um dos primeiros pensadores a perceber o papel estratégico deste meio, identificando inúmeras potencialidades, quer técnicas, quer sociais, para a rádio. Encarou a rádio como um veículo democratizador da comunicação, voltada para o interesse público, dos ouvintes, e para os interesses da sociedade e da satisfação dos seus direitos em manter-se informada, em democracia, imersa em pluralidade de ideias e de argumentos.

O pensador alemão considerava que, somente desta forma, submersa na busca da pluralidade, a rádio poderia produzir informação de interesse público, o que o levava no início do século XX a ver a rádio com os seguintes traços:

“em lugar de resenhas mortas, diante do microfone, poderiam preparar entrevistas reais, nas quais os interrogados têm menos oportunidades de mentir (...). Seria muito

2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2012.718544#preview>>.

interessante organizar debates entre especialistas. Poderiam organizar conferências seguidas de debates”⁴.

Brecht sonhava com a transformação da rádio a que hoje assistimos e que está a ser impulsionada pela convergência dos média e pelas novas tecnologias. O pensador alemão pretendia uma rádio que não se limitasse à distribuição de informações, mas que fosse verdadeiramente um aparelho de comunicação, constituindo-se como “o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública”.

O dramaturgo queria uma rádio capaz de não ser somente emissora, mas também recetora das ideias do público, que não fosse apenas escutada pelo ouvinte, mas também que se colocasse em comunicação com este. Nesta sua rádio, os ouvintes seriam constituídos como abastecedores de informação, levando a que a radiodifusão conferisse aos assuntos públicos um carácter de interesse e de “coisa pública”⁵.

Estes são ideais que nos conduzem a uma comunicação mais democrática, circular e não linear, podendo o ouvinte interferir na escolha daquilo que lhe é emitido, com acesso à decisão do que precisa e do que deve ser transmitido. Nesse sentido, Zucoloto advoga que não se trata apenas de dar a voz ao ouvinte, através do uso do microfone, mas sim da submissão da comunicação ao controlo público, da construção de uma rádio que verdadeiramente responda aos “anseios, interesses e necessidades da sociedade”.

A importância de uma rádio para quem ouve é também reforçada por Walter Benjamin. Com os seus escritos da década de 30 do século passado, Benjamin não formou qualquer teoria para os meios de comunicação de massa, mas ainda assim deixou grandes contributos em textos, conversas e ensaios, quer sobre a rádio, quer sobre a fotografia, que, pela sua extrema importância e pertinência, foram analisados por Gilloch Graeme (2002), na sua obra *Walter Benjamin – Critical Constellations*.

Os escritos de Walter Benjamin acerca da rádio são o reforço do cenário épico descrito (ou pretendido) por Brecht, e contestado (pelo menos comentado) por Adorno e Horkheimer, que os apelidaram inclusive de “*crude thinking*”. Contudo, mostra-nos como a rádio pode ir além da experimentação técnica e revelar o seu potencial político e participativo⁶.

2. Uma nova rádio ou apenas uma rádio com Internet?

Vimos, assim, que o desejo de uma rádio democrática é expresso (pelo menos) desde 1932, aquando da formalização da teoria da rádio, de Brecht. A defendida necessidade de a “converter de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação” era o que

⁴ Apud ZUCOLOTO, Valci - “Debatendo com Brecht e a sua Teoria da Rádio (1927-1932). Um diálogo sempre atual sobre o papel social e as potencialidades da radiodifusão”. In *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. [Em linha]. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares, 2005. [Consultado a 29 nov. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1442-1.pdf>>.

⁵ *Ibidem*, p.56-57.

⁶ GRAEME, Gilloch - *Walter Benjamin – Critical Constellations*. Cambridge: Polity Press, 2002. ISBN 0-7456-1007-2.

faria dela uma “coisa realmente democrática”⁷. E tal seria possível apresentando “as múltiplas facetas e os múltiplos ângulos de observação” da sociedade, recusando o mero papel de distribuidor de informação e propaganda.

É desta forma que encontramos uma rádio mais disponível à participação de todos, possibilitando ao comum cidadão um papel mais ativo em sociedade, podendo assim destituir os políticos e determinadas instituições sociais do papel de únicos detentores do exercício da cidadania.

As novas tecnologias, nomeadamente a Internet, trouxeram (e continuam a trazer a cada momento) novos desafios, novas adaptações, novas respostas e novas plataformas comunicativas. À rádio é exigida uma resposta “criativa ao enorme desafio colocado pela Internet e pela convergência entre os diversos média”⁸.

O estudo da convergência dos vários média na rádio tem sido amplamente abordado por Cebrián Herreros, defendendo o investigador espanhol que a rádio, aberta à essência multimédia, é diferente, e não pode ser apelidada de rádio. Assim, lança o desafio para que seja encontrada uma denominação mais precisa, dado que a Internet traz a necessidade de reorganização do jornalismo e também modifica a forma como as pessoas acedem à informação:

“Acedem à rede como um autosserviço. Esta visão modifica plenamente o panorama dos meios de comunicação, e em particular da rádio. Ou a rádio procura a personalização da informação, a interatividade e o autosserviço, ou perderá a capacidade de penetração na nova sociedade”⁹.

Atualmente, consideramos que está já ultrapassada a fase de novidade e de confluência da rádio tradicional às inovações técnicas e multimediáticas, muito embora ainda haja um longo caminho a percorrer, em Portugal, para converter os *sites* das rádios em algo mais promissor e mais participativo, abandonando o conceito de que são apenas o local onde está refletido o conteúdo que passa nas emissões *on-air*. Apesar disso, têm surgido novas linguagens, novos conteúdos e, ainda que lentamente, até novos modelos de rádio e de fazer rádio, sobretudo com uma maior interligação da emissão tradicional ao *site* da rádio, com o apelo à visita e participação do ouvinte por este meio. Este avanço tecnológico trouxe consigo mudanças técnicas, mas também “repercussões jurídicas, económicas, comunicativas, de conteúdos e tratamentos”.

A capacidade interativa, com a ampliação do alcance das redes, gera uma mudança no modelo comunicativo da rádio. Contudo, não nos podemos limitar à possibilidade técnica gerada. É preciso que haja um “autêntico diálogo com a audiência, em que seja ela que tome as decisões e dirija a orientação dos temas”¹⁰, tal como se faz com a Internet, um modelo autenticamente interativo, em que o utilizador escolhe o caminho que pretende percorrer. A interatividade existe apenas quando é permitido o diálogo

⁷ Apud PORTELA, Pedro - *Rádio na Internet em Portugal – A abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Edições Húmus, 2011. ISBN 978-989-8139-76-4. p. 33.

⁸ Ibidem, p.47.

⁹ HERREROS, Cebrián - *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001. ISBN 9788474328929. p. 22.

¹⁰ Ibidem, p.27.

constante com a fonte emissora e o intercâmbio autêntico dentro de todo o processo comunicativo da rádio.

A Internet traz consigo a forma de revolucionar a sua capacidade de produção. A primeira geração da rádio esteve preocupada e centrada na ampliação do espectro; a segunda, com a introdução da FM, dos rádios portáteis, entre outros, mas talvez nunca a transformação tenha sido tão grande ao nível dos conteúdos e da linguagem, como está a ser esta, agora em curso com a Internet, possibilitando a renovação da produção e a receção dos conteúdos por parte das audiências¹¹.

A Internet pode ser a chave para que a rádio se mantenha como um meio privilegiado ao serviço da sociedade, pois continua a possuir características de suma importância como o facto de continuar a conseguir chegar a um maior número de pessoas (letradas, ou não), a baixos custos, quer em produção, quer em difusão. Assim sendo, poderá encarar as novas tecnologias como um aporte e não como uma ameaça, conquistando assim novos públicos, nomeadamente o mais jovem, que tem estado mais afastado deste meio.

Bonixe¹² considera que esta nova rádio traz consigo uma nova expressividade, uma menor limitação, quer temporal, quer espacial e a multiplicação das plataformas que tem ao seu dispor devem significar mais temas e mais vozes nas notícias.

Para o autor, esta rádio multiplataforma, interativa e móvel deve continuar a privilegiar o instantâneo, o atual e imediato, o áudio e o direto em termos informativos, mas também deve estar presente nas redes sociais e nas aplicações móveis. Mas a convivência entre a rádio tradicional e a sedução das novas plataformas digitais tem de permitir simbiose entre os dois mundos – velho e novo devem conviver, adaptar-se e complementar-se.

Embora obviamente despertas para as novas tecnologias e as suas possibilidades, as rádios nacionais continuam a não aproveitar o conjunto de potencialidades trazidas pelo *online* e refugiam-se em *sites*, que não possibilitam comentários abertos dos ouvintes e internautas, hiperligações e uso de vídeos, abdicando assim de uma convergência total.

Em “A rádio entre a revolução e a evolução” é referido um estudo da Universidade do Porto, que mostra a forma como os jornalistas de quatro rádios nacionais (Antena 1, RR, TSF e RCP) veem a Internet. A justificação para que jornalistas e responsáveis pelas emissoras nunca entrem em discussão ou respondam aos comentários colocados pelos utilizadores pode residir no facto de parecer “muito claro” que, para os jornalistas nacionais, “*blogues e jornalismo cidadão* não são jornalismo sério”.

Ainda assim, estes mesmos jornalistas consideram que “as estações de rádio devem migrar para a Internet como forma de sobrevivência”. Esta opinião é partilhada por Guy Starkey que considera que “entre o receio de alguns e o entusiasmo de muitos, ninguém tem dúvidas: a Internet é onde a rádio tem de estar”¹³.

¹¹ Ibidem, p.30.

¹² BONIXE, Luís – “Jornalismo radiofónico e internet - um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio”. *Comunicação e Sociedade*. [Em Linha] ISSN 2183-3575. N.º20 (2011) p. 30. [Consultado a 04 de novembro de 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/881>>.

¹³ Ibidem, p.8.

Bonixé diz, por seu lado, que esta revolução tecnológica associada ao meio poderá representar “um bom casamento entre a rádio tradicional e as novas formas digitais de comunicação e interação”, estando este meio agora aberto a novas possibilidades e potencialidades.

3. O “Jornalismo Cidadão” e a produção de conteúdos

A Internet pode oferecer-nos um novo espaço de mercado mas também aprofundar a democracia. No entanto, relativamente a esta última possibilidade, nem todos os autores estão de acordo. Apesar de estarem novas ferramentas à disposição do cidadão, que podem tornar a sua vida cívica mais participativa, para Burton¹⁴ “esta democracia inclui algumas ideias duvidosas e não significa o alcance de uma mudança política”. Isto porque, apesar de estar possibilitada a crítica e a argumentação a determinada temática e o envolvimento na discussão pública, a Internet possibilita sobretudo às instituições mediáticas “um ponto de venda para os seus produtos”.

Apesar deste alerta, este investigador, tal como Dahlgren¹⁵ ou Higgins¹⁶, sublinha a possibilidade de uma audiência ativa, com a capacidade de fazer escolhas e que consegue, pelas suas vivências sociais e culturais e mediante o seu grau de instrução, dar sentido ao conteúdo – um exercício que permite à audiência chegar à produção de conteúdos. A audiência é apresentada como parte integrante da produção de conteúdos, sendo esta a forma de o público resistir às intenções comerciais subjacentes do produtor dos média.

A audiência pode e deve ser encarada como um colaborador no processo de criação de conteúdos, pois só assim teremos um auditório atento e empenhado no assunto em debate e abordado pelos média. Ainda assim, o empenho de cada um em determinado assunto irá sempre depender das suas necessidades e interesses. Podemos encarar estas necessidades à luz daquilo que está inerente à interação social do indivíduo com os outros: necessidades informacionais, pessoais, sociais e de entretenimento.

Os novos paradigmas trazidos pelo digital, que causaram mudanças na perceção e receção dos conteúdos, deram ao público maior capacidade de escolha e de decisão, mas falta agora perceber se esta maior escolha está também condicionada pelos fatores do mercado.

Higgins apresenta-nos o “jornalista cidadão” como uma forma de contornar esta ligação comercial dos conteúdos. E, sendo este “jornalista cidadão” uma pessoa sem formação profissional e sem vínculo institucional, mas com os meios técnicos “para conseguir uma cobertura instantânea de notícias (não convencionais)” e depositar

¹⁴ BURTON, Graeme - *Media and Society – Critical Perspectives*. Nova Iorque: Open University Press, 2005. ISBN 9780335239252. p.219.

¹⁵ DAHLGREN, Peter – “Online journalism and civic cosmopolitanism. Professional vs. Participatory ideals”. *Revista Journalism Studies*. [Em Linha]. Vol. 14(2) (2013). [Consultado a 20 de dezembro de 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2012.718544#preview>>.

¹⁶ HIGGINS, M. - *Media and their publics*. Londres: Open University Press, 2008. ISBN 978-0335219292.

atenção em “alguns eventos nacionais e internacionais” pode ser mais fácil que, através dos média, haja uma “aproximação dos assuntos correntes ao nível do Estado”¹⁷.

O jornalismo está numa fase de transição e já não é feito apenas por jornalistas, sendo significativa a magnitude que o assunto assume, sobretudo se o encarmos sob o ponto de vista da centralidade que o jornalismo tem na vida democrática. A participação cívica está a tornar-se global, e estamos perante o “cosmopolitismo cívico”, impulsionado pelas novas tecnologias. Como resultado, “a atividade jornalística tornou-se parte integrante deste tipo de engajamento *online*”¹⁸.

A Internet surge-nos como facilitadora da comunicação cívica e horizontal, permitindo a convergência entre os média tradicionais e os novos média. A Internet é impulsionadora da participação cívica, com os consumidores dos média a poderem passar a produtores, mas, esta participação é algo relativamente secundário, uma vez que está escondida à sombra de outras atividades desempenhadas na rede, como seja o consumo, o entretenimento ou a interação social. Este segundo plano reforça a ideia de que a Web, por si só, não irá salvar a democracia”¹⁹.

Os novos média conduzem-nos à transformação do jornalismo e dos jornalistas, fazendo com que este(s) seja(m) mais “interativo, colaborativo, diverso, partilhado e imediato”. Por isso, Dahlgren considera inquestionável a forma como tudo isto altera a esfera pública da sociedade democrática, ajudando na mudança da estrutura do poder, centrado nas autoridades sociopolíticas e nos média.

É nesta nova esfera de ação, com a “existência de pessoas aptas a pronunciarem-se ou a tomar decisões sobre os grandes temas sociais”²⁰ que surge o jornalismo público, entendido como todo o tipo de jornalismo que favoreça a formação do espaço público de debate e de participação.

Em causa está um tipo de jornalismo que começou a ser estudado nos anos 90, do século passado, por Davis Merritt, jornalista e editor do Jornal *Wichita Eagle*, de Kansas City. O investigador analisou mais de cem redações de jornais de cidades norte-americanas médias, e uma das principais conclusões a que chegou reside no facto de se destacar o estabelecimento de uma “agenda dos cidadãos”, “que procura enfrentar os políticos, com problemas sentidos pela comunidade”²¹.

O futuro do jornalismo está associado ao desenvolvimento da cidadania. Contudo, o conhecimento que os cidadãos têm acerca dos políticos e da política, das instituições e do seu funcionamento, é baixo – um desinteresse que se vê agravado pela “desigualdade existente na distribuição do conhecimento político e na disparidade do interesse na participação”²².

¹⁷ Ibidem, p.136.

¹⁸ DAHLGREN, Peter – “Online journalism and civic cosmopolitanism. Professional vs. Participatory ideals”. *Revista Journalism Studies*. [Em Linha]. Vol. 14(2) (2013). [Consultado a 20 de dezembro de 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2012.718544#preview>>.

¹⁹ Ibidem, p.158-159.

²⁰ MESQUITA, Mário - *El cuarto equivoco – El poder de los media en la sociedad contemporánea*. Madrid: Editorial Fragua, 2001.

²¹ Ibidem, p.65.

²² Ibidem, p.72.

Embora o jornalismo cívico tenha o papel de aperfeiçoar a democracia, “sem escamotear as motivações subjacentes ligadas ao mercado”, não podemos esquecer que, em pleno século XXI, “a definição do que é e do que não é notícia continua a ser quase monopólio dos jornalistas”, alertando para o facto de estes estarem mais do que nunca “condicionados por interesses comerciais, por pressões políticas e pela sua interseção comunitária”²³.

As novas tecnologias contribuíram para a criação da ilusão do “jornalista-cidadão”, sobretudo a Internet e a possibilidade que abriu a que qualquer pessoa pudesse divulgar conteúdos *online*, *urbi et orbi* o que bem entender, e de poder reagir à mesma escala”²⁴. Cria assim a ilusão de uma nova era do jornalismo, onde os cidadãos se assumem como fontes e mediadores de informação, e não apenas como consumidores.

“Sem dúvida que a interatividade da comunicação online tornou possível a participação de todos no processo jornalístico, introduzindo alterações significativas na maneira de informar. Mas, essa participação é enquadrada num processo social balizado pelos jornalistas”²⁵.

4. A rádio como espaço público de aprofundamento da democracia: um estudo exploratório

4.1 A Rede da Rádio enquanto objeto de estudo

O programa “A Rede da Rádio” foi já objeto de estudo de Nair Silva²⁶. A autora enveredou pela análise de conteúdos aos programas. Analisou 12 programas de “A Rede da Rádio” e tentou perceber “a natureza dos temas”, “traçar o retrato dos participantes” e “analisar o tipo de interação que existe nas redes sociais”²⁷. Como resultado, concluiu que a reportagem foi o género jornalístico mais utilizado, que “continua a haver mediação, como num outro qualquer programa de rádio”²⁸ e que as universidades respondiam ao chamamento da jornalista, marcando uma presença assídua no programa. No nosso trabalho, tentámos perceber como o programa potenciava a participação de cidadãos na criação de conteúdos, bem como qual a interatividade entre emissora de rádio e ouvintes/criadores e conteúdos nas plataformas digitais, nomeadamente no *facebook*. Para isso, realizámos uma entrevista à jornalista-realizadora, Madalena Balça, e aplicámos um inquérito exploratório a ouvintes e produtores de conteúdos do programa para perceber: a) que relação mantinham com o programa e com que frequência produziam conteúdos; b) qual ou quais os géneros jornalísticos utilizados

²³ Ibidem, p.74.

²⁴ Ibidem, p.220.

²⁵ Ibidem, p.228.

²⁶ SILVA, Nair – “A convergência nas redes sociais: a participação da audiência na Rede da Rádio”. *Revista Media & Jornalismo*. [Em Linha] N.º24 (2014) p. 91-116. [Consultado em 14 de fevereiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.cimj.org/revista/Media_Jornalismo_nair.pdf>.

²⁷ Ibidem, p.91.

²⁸ Ibidem, p.165.

na sua produção de conteúdos e que categorias temáticas assumiam estes; c) principais razões porque ouviam o programa e principais motivações para produzir conteúdos.

4.2 A Rede da Rádio, o programa

O programa “A Rede da Rádio”, da Antena 1, surgiu do desafio lançado por Rui Pego, diretor de programas, à jornalista Madalena Balça. O principal objetivo, segundo a jornalista, consistia no cumprimento de três pressupostos: uma forte interação com as universidades, uma estreita ligação às redes sociais e a abertura à participação do público. Ou seja, na génese do programa está inerente a clara convicção de que o formato permitiria a livre participação do público nos seus conteúdos.

Muito embora em outras partes do mundo existam programas deste género, “A Rede da Rádio” foi inovadora em Portugal, quando surgiu a 16 de fevereiro de 2011²⁹. A sua apresentação nesta plataforma digital também não deixa dúvidas considerando a sua coordenadora que a rádio se abre e se assume como uma verdadeira e pioneira rede social, deixando que quem ouve se faça ouvir. Estão assim mais intercambiados os conceitos de emissor e recetor e é hasteada a bandeira da interação, através das redes sociais – nomeadamente o *facebook* a “assumir um formato onde os conteúdos são sugeridos ou produzidos pelos ouvintes/amigos”³⁰.

Na apresentação do programa é também visível a pluralidade de temáticas pretendidas: “aqui cabem reportagens, crónicas ou entrevistas realizadas pelos próprios”. Mas, é também aí que encontramos o primeiro obstáculo ao ideal da plena liberdade de produção de conteúdos. Apesar de se ter pretendido seguir “sempre” as sugestões de quem ouve, foi assumida a existência de uma “gestora/realizadora da rede”, para que todos os conteúdos ficassem interligados – ou seja, era clara também a presença do mediador na produção de conteúdos, na discussão e argumentação dos temas.

Ao longo dos pouco mais de dois anos de existência, “A Rede da Radio” emitiu semanalmente, um programa com cerca de 45 minutos, em média com cinco ou seis peças. O horário, que nunca beneficiou o programa em si, ou a sua popularidade, teve diferentes lugares na grelha fixando-se às quartas-feiras, depois do noticiário da meia-noite.

4.3 A pluralidade e universalidade de temas

A entrevista com a jornalista-produtora revelou-se também útil em termos das informações disponibilizadas sobre o programa. Soubemos assim, por exemplo, que muito embora o programa se tenha apresentado como aberto à participação cívica, a adesão ao formato, quer da sociedade em geral, quer da população estudantil para quem estava mais vocacionado, não foi espontânea. Para que a ideia de que programa

²⁹ Conforme podemos ler na página do *facebook* do programa, que ainda continua ativa (<https://www.facebook.com/arededaradio?fref=ts>), apesar do término do mesmo em junho de 2013.

³⁰ Cfr. *facebook* (<https://www.facebook.com/arededaradio?fref=ts>).

estava vocacionado para os ouvintes que pensavam e produziam os conteúdos fosse mais convincente, foi necessário proceder também à promoção do programa nas redes sociais, procurando cativar mais pessoas.

As temáticas foram sempre o mais distintas possível e nem sempre havia um tema que fosse o fio condutor de todo o programa. Apenas em dias ou momentos excepcionais, era o programa, através da sua jornalista, que lançava o tema. Havia, portanto, todo um trabalho de avaliação dos trabalhos que chegavam ao programa, procurando um fio condutor que os ligasse.

Ficámos também a saber que houve momentos em que a falta de participação implicou que o próprio programa tivesse que produzir ativamente conteúdos, isto é, ir além do almejado simples elo entre todos os participantes. Contudo, todos os trabalhos eram aceites, podendo a sua publicação ser adiada apenas devido à falta de espaço, ou devido ao desenquadramento da temática.

4.4 A Rede da Rádio: os ouvintes

Pela página do *facebook* do programa chegámos a ouvintes, a produtores de conteúdos e a comentadores do programa, a quem aplicámos o inquérito que enunciámos anteriormente. O contacto foi estabelecido via Internet (*email e facebook*) e conseguimos reunir 19 respostas. Mesmo tendo sido baixo o número de respostas, consideramos que, de modo exploratório, podemos chegar a alguns dados importantes.

Em termos de participação, cerca de metade dos inquiridos ouviam e criavam conteúdos para o programa, enquanto eram menos os que comentavam os temas do programa e os conteúdos publicados no *facebook*. Vários inquiridos responderam que apesar de criarem conteúdos para o programa não tinham interesse em ouvi-lo.

Interessou-nos ainda perceber, dentro daqueles que confirmaram ser produtores de conteúdos do programa, quantas vezes é que o fizeram. A grande maioria limitou-se a fazê-lo pontualmente, não dando continuidade à sua participação. Dos inquiridos, a maior parte participou três ou menos vezes, enquanto que 2/3 afirmaram ter criado conteúdos quatro vezes ao longo da duração do programa.

Em relação ao formato assumido pelos conteúdos é de salientar que os resultados obtidos vão ao encontro do estudo de Nair Silva³¹, obtidos por uma análise de conteúdos a 12 emissões do programa, uma vez que a reportagem é o género jornalístico mais utilizado e afirmado pelos criadores de conteúdos que participaram na nossa investigação.

Verifica-se também que, quando dividimos os trabalhos produzidos por temáticas (Social, Cultural, Académico, Crime/Violência, Desporto, Economia, Política), a cultura é valorizada, mesmo sendo uma área que normalmente aparece com percentagens menores quando realizada uma análise às grelhas informativas dos meios de comunicação de massa. No nosso estudo, a maior parte dos trabalhos inseriam-se dentro da temática

³¹ SILVA, Nair – “A convergência nas redes sociais: a participação da audiência na Rede da Rádio”. *Revista Media & Jornalismo*. [Em Linha] N.º24 (2014) p. 91-116. [Consultado em 14 de fevereiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.cimj.org/revista/Media_Jornalismo_nair.pdf>.

Social, seguido da temática cultural e posteriormente a temática “Outros”, onde nos surgem peças ligadas a temas diversos como Ecologia, Humor ou Música inédita.

Esta distribuição permite-nos reforçar a pluralidade de abrangência do programa e a possibilidade de inclusão de temáticas menos “comerciais”, ao contrário dos meios de comunicação de massa tradicionais, onde várias investigações mostram que imperam temas como o crime/violência, a política, o desporto e a economia.

Outro aspeto que nos parece pertinente realçar é o facto de a média de idades dos produtores de conteúdos andar próxima dos trinta anos (29,45), o que nos leva a crer que este tipo de formatos mais participativos e interligados com o mundo digital podem devolver à rádio o seu público mais jovem há muito afastado do meio. Até porque, recorrendo à média de idades de todos aqueles que responderam ao inquérito, (35,63), onde incluímos também aqueles que apenas ouviam e não participavam ou comentavam, permite-nos reforçar o que dissemos anteriormente.

4.5 Razões para ouvir e participar

Com o nosso questionamento aos ouvintes e participantes do programa “A Rede da Rádio” pretendemos perceber a motivação para a participação no programa. Tentámos, através de uma análise textual às respostas a perguntas abertas, deduzir as razões pelas quais os respondentes aderiram ao formato do programa e produziram conteúdos para o mesmo.

Na questão acerca das principais razões pelas quais ouviam o programa, grande parte dos inquiridos reconheceu que o principal motivo estava relacionado com a originalidade do programa, que era “diferente de tudo o que se fazia”, valorizando “temas menos escutados e retratados na comunicação social”.

Conforme observamos também no estudo de Nair Silva³² a este mesmo programa, uma parte considerável dos conteúdos dizia respeito a estudantes universitários. Este é um aspeto corroborado pelo nosso estudo, que mostra que “A Rede da Rádio” dava voz a jovens estudantes de comunicação, havendo mesmo quem dissesse que se tornava “motivador existir um programa que valorizasse o trabalho dos alunos”.

A “dinâmica dos temas abordados” e o facto de possibilitar aos ouvintes serem também criadores dos conteúdos foram outros pontos referidos. Um dos inquiridos referiu também “a falta de preconceito quanto aos conteúdos e seus criadores, e foi ainda notória a importância atribuída a “novos projetos musicais e culturais”.

4.6 Uma produção de conteúdos livre ou controlada

Parece, então, ficar claro que os ouvintes do “A Rede da Rádio” ouviam o programa pela sua diferença face à restante programação e por permitir uma maior pluralidade de temáticas, de fontes e de produtores de conteúdos. Mas, quem produzia, porque o fazia? E como o fazia?

³² Ibidem.

Neste campo, a nossa pergunta “Principais motivações que a/o levaram a produzir conteúdos para o programa” tinha como finalidade observar se esta participação era livre e tinha um caráter social e/ou interventivo, ou se se tratava de uma intervenção induzida, uma participação e produção “forçada”, no sentido em que poderia não existir uma necessidade intrínseca do cidadão em participar, mas uma obrigatoriedade “normativa”, muitas vezes despoletada pela insistência da rádio.

Com efeito, um dos cidadãos transmite-nos que apenas participava por pedido da realizadora do programa, caso contrário talvez não o fizesse. Este respondente dizia-se ligado à rádio de caráter social desde os anos 80 (as rádios piratas), tendo-lhe sido pedido que apresentasse conteúdos seus já produzidos para essas rádios, mas que não foram objeto de grande divulgação.

Pudemos ainda constatar que houve convites diretos à participação com breves comentários e que o prévio acordo entre a universidade e o programa gerou também participação. Neste último caso, havia uma ligação entre os conteúdos de rádio produzidos no âmbito académico e o programa, que assim lhes dava visibilidade.

De todos os respondentes que participaram com conteúdos apenas um admitiu que o fazia por pura realização pessoal, admitindo também que o programa lhe permitia maior visibilidade às suas produções.

Da participação existente, a tendência foi para que os conteúdos apresentados fossem metas impostas por uma determinada instituição social (Universidade, outra rádio, etc.) e não de conteúdos livre e expressamente produzidos para o programa.

4.7 Programa de autor ou de autores

Apesar da suposta participação de todos, num programa que tinha como finalidade isso mesmo, os participantes e produtores de conteúdos não tinham essa visão do programa, assumindo que era único, mas elaborado por uma jornalista “de rara sensibilidade e persistência”. Ora admitem que existia originalidade nos temas tratados, ora também dizem que isso acontecia pela análise criteriosa com que eram escolhidos. Tratando-se de um programa cuja génese seria a realização total por parte do auditório, não deveria, no nosso entender, existir uma escolha de temas, mas sim a inclusão de temas diversos e díspares e sem ligação entre eles.

As respostas mostram, pois, que, se alguns produtores de conteúdos que veem o programa sob o ponto de vista de que este estimulava a participação cívica, outros entendiam que tal participação cívica apenas conseguia subsistir devido às parcerias estabelecidas.

A diversidade de temas obteve consenso nas respostas, bem como a ligação com as pessoas, através de entrevistas, conversas, comentários no *facebook* e podemos, por isso, afirmar que o programa conseguiu diferenciar-se na radiodifusão nacional, apostando na participação cívica.

“A Rede da Rádio” tinha subjacente também a ideia, precisamente, de rede, possibilitando os contatos, tendo-lhe ainda sido apontado o mérito de aproximar os cidadãos dos média e, desse modo, torná-los mais interessados e participativos em relação àquilo que lhes é mais próximo.

5. Conclusão

A rádio tem mostrado estar atenta às transformações que ocorrem à sua volta e, ao longo de praticamente um século, foi-se adaptando e modificando, contradizendo as vozes negativas que, por várias vezes, a condenaram à extinção. Sob a ameaça mais recente, a Internet, que, em última análise, poderia ter conduzido à sua extinção, a rádio adotou os novos mecanismos digitais e colocou-os à sua disposição, tornando-se num meio mais dinâmico, ainda mais próximo dos públicos, sobretudo os mais jovens, acabando por resgatar esta faixa etária que, há muito, se encontrava adormecida para o meio.

A rádio é hoje um meio de comunicação de todos e para todos e lentamente vai tentando transformar-se naquilo que Brecht idealizou para si, nos anos 30: uma rádio feita por todos.

Em Portugal, a rádio pública nacional, deu o primeiro passo nesse sentido ao criar o programa “A Rede da Rádio”. É inegável o seu pioneirismo em relação à participação dos públicos nos conteúdos dos programas. A participação do público no meio há muito que existia, sobretudo desde o aparecimento do telefone e a sua associação à rádio, que permitiram o nascer de programas de discussão temática, como os fóruns, ou simplesmente os discos-pedidos, que permitiram ao público ter um voto sobre a *playlist* do programa. Contudo, raramente antes do aparecimento das novas tecnologias, o público havia sido parte integrante da construção dos conteúdos. Hoje, pode sê-lo. Mas, sê-lo-á verdadeiramente? A existência de um único programa em Portugal que permitia a criação de conteúdos pelos cidadãos e a discussão dos mesmos nas plataformas digitais, e a sua curta duração de dois anos, mostra que, apesar de reunidas as condições para esta nova interatividade, este novo impulso da participação cívica, este novo fomento da democracia, parece não existir uma vontade concreta das instituições de comunicação social para aprofundar esta sua potencialidade. Dir-se-ia que não existe um real interesse dos média em colocar o público no papel ativo de criador de conteúdos.

Com a análise efetuada a este programa participativo da Antena 1 concluímos que existia a oportunidade de colocar “no ar” conteúdos alternativos, plurais, diferentes daqueles que são comumente oferecidos pelos média de massa, sem que houvesse um filtro editorial prévio. “A Rede da Rádio” possibilitava a emissão de conteúdos marginalizados, opiniões díspares, sem censura. Todos os trabalhos eram emitidos, mesmo com algum adiamento da sua transmissão por forma a enquadrarem-se mais nas temáticas seguintes.

Ainda assim, verificámos, pelas opiniões recolhidas junto de quem participava ativamente no programa, que essa participação era pautada pela obrigatoriedade de protocolos criados entre “A Rede da Rádio” e a universidade que frequentavam, ou por pedido expresso da jornalista à frente do programa que, na verdade, necessitava de conteúdos para preencher os 45 minutos de emissão. A participação cívica não era, na grande parte das vezes, espontânea, muito embora a maioria dos inquiridos tenha considerado que o programa servia e possibilitava essa participação.

A rádio assume posicionamento estratégico e uma capacidade de mudança que lhe tem permitido sobreviver a todas as vicissitudes de que tem sido alvo: aparecimento da televisão, expansão da Internet, entre outros.

E, foi também neste sentido que o Conselho Geral da RTP, que indigitou Gonçalo Reis, para presidente do mesmo, anunciou a 12 de janeiro de 2015, as Linhas de Orientação Estratégica para o Serviço Público de Rádio e Televisão de Portugal. Ora, um dos novos pontos assumidos por estas linhas diz respeito à definição de “uma estratégia transversal, articulada e faseada de aposta nas novas plataformas digitais, nos recursos possibilitados pela Internet, que se pautem não apenas pela inovação tecnológica, mas também pela facilitação de acesso e da interação com os cidadãos utilizadores das diferentes vertentes do serviço público dos média...”³³

Ainda que de forma isolada, a rádio pública já tentou colocar em prática este ponto quarto das suas linhas estratégicas de âmbito geral. Muito embora, entre 2011 e 2013, e muito devido ao horário tardio a que era transmitido “A Rede da Rádio”, nunca tenha sido dada nobreza ao programa e este tivesse verdadeiramente possibilitado uma participação cívica ativa.

Referências Bibliográficas

- Associação Portuguesa de Radiodifusão [Em linha]. 2015. [Consultado a 20 janeiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.apradiodifusao.pt/images/stories/pdf/fax/fax_n895.pdf>.
- BALÇA, Madalena - *Madalena Balça: depoimento*. Entrevistador: Miguel Midões. Coimbra, 2014.
- BÉLANGER, Pierre – “The net-amorphosis of radio as a survival strategy”. In *Radio and Society: new thinking for an old medium*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2012. ISBN 1-4438-3607-9.
- BONIXE, Luís – “Jornalismo radiofónico e internet - um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio”. *Comunicação e Sociedade*. ISSN 2183-3575. [Em Linha] N.º20 (2011) p. 30. [Consultado a 04 de novembro de 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/881>>.
- BURTON, Graeme - *Media and Society – Critical Perspectives*. Nova Iorque: Open University Press, 2005. ISBN 9780335239252.
- CARO SÁNCHEZ, M. A. - *La radio del siglo XXI. Un servicio publico en la economia global*. Madrid: Editorial Fragua, 2000.
- DAHLGREN, Peter – “Online journalism and civic cosmopolitanism. Professional vs. Participatory ideals”. *Revista Journalism Studies*. [Em Linha]. Vol. 14(2) (2013). [Consultado a 20 de dezembro de 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2012.718544#preview>>.
- Facebook - *A Rede da Rádio* [Em linha] 2014. [Consultado a 2 de dezembro 2014]. Disponível em WWW: <URL: <https://www.facebook.com/arededaradio?fref=ts>>.
- FERREIRA, Gil - *Novos Media e Vida Cívica – Estudos sobre deliberação, internet e jornalismo*. Covilhã: Livros Labcom, 2012. ISBN 978-989-654-072-2.

³³ RTP – Rádio e Televisão de Portugal, - Conselho Geral Independente – Linhas de Orientação Estratégica [Em linha], atual. 2015. [Consultado a 20 janeiro de 2015]. Disponível em WWW <URL: http://www.rtp.pt/wportal/grupo/cgi/LOE_pdf.php>.

- FIDALGO, António - “Especificidade epistemológica do jornalismo: desfazendo uma ilusão do jornalista-cidadão”. In CARDOSO, G. (Trad.) - *Media, Redes e Comunicação – Futuros Presentes*. Lisboa: Químera, 2009.
- GRAEME, Gilloch - *Walter Benjamin – Critical Constellations*. Cambridge: Polity Press, 2002. ISBN 0-7456-1007-2.
- HERREROS, Cebrián - *La radio en la convergência multimèdia*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001. ISBN 9788474328929.
- HIGGINS, M. - *Media and their publics*. Londres: Open University Press, 2008. ISBN 978-0335219292.
- BONIXE, Luís - “A Rádio entre a evolução e a revolução”. *Jornalismo e Jornalistas*. N.º 48. Lisboa: Clube de Jornalistas, 2011.
- LITA, Rafael [et al.] - *Radio y televisión en el ámbito local*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume, 2003. ISBN 84-8021-454-6.
- MESQUITA, Mário - *El cuarto equívoco – El poder de los media en la sociedad contemporânea*. Madrid: Editorial Fragua, 2001.
- NYRE, L.; ALA-FOSSI, M. - “Two-way radio: the challenge to digital migration”. In O’NEILL, B. - *Digital Radio in Europe – Technologies, Industries and Cultures*. UK: Intellect Bristol, 2010. ISBN 9781841502793.
- PORTELA, Pedro - *Rádio na Internet em Portugal – A abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Edições Húmus, 2011. ISBN 978-989-8139-76-4.
- QUADROS, M.; LOPEZ, D. - “O rádio interativo e o ouvinte: um olhar sobre a evolução das tecnologias de participação e o desenvolvimento do meio no Brasil”. *Revista Media & Jornalismo*. [Em Linha]. N.º24 (2014) p. 39-50. [Consultado a 14 de fevereiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.cimj.org/images/stories/media_jornalismo_final_n24_mirian%20quadros%20e%20debor%20cristina%20lopez.pdf>.
- RTP – Rádio e Televisão de Portugal, Conselho Geral Independente – *Linhas de Orientação Estratégica* [Em linha]. 2015. [Consultado a 20 janeiro 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.rtp.pt/wportal/grupo/cgi/LOE_pdf.php>.
- TELERAMA.FR [Em Linha]. Paris: Telerama, 2014. [Consultado a 15 janeiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.telerama.fr/radio/internet-tue-la-presse-ecrite-mais-sauve-la-radio-silvain-gire-directeur-d-arte-radio,120718.php>>.
- SILVA, Nair - “A convergência nas redes sociais: a participação da audiência na Rede da Rádio”. *Revista Media & Jornalismo*. [Em Linha]. N.º24 (2014) p. 91-116. [Consultado em 14 de fevereiro de 2015]. Disponível em WWW: <URL: http://www.cimj.org/revista/Media_Jornalismo_nair.pdf>.
- WINOCUR, Rosalia - *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2002. ISBN 9788474329308.
- ZUCOLOTO, Valci - “Debatendo com Brecht e a sua Teoria da Rádio (1927-1932). Um diálogo sempre atual sobre o papel social e as potencialidades da radiodifusão”. In *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. [Em linha]. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares, 2005. [Consultado a 29 nov. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1442-1.pdf>>.