



A PARTICIPAÇÃO DOS OUVINTES NO PROGRAMA DEBATES DO POVO: AS RITUALIDADES DO USO SOCIAL¹

Ismar Capistrano COSTA FILHO²
Mônica Araújo ANDRADE³
Faculdade 7 de Setembro (Fa7)

RESUMO

O programa Debates do Povo da Rádio O Povo/CBN é uma mesa redonda do tipo painel 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 das ritualidades do uso social, o sentido desta participação diverge em produtores e receptores, mostrando apropriações que revelam a disputa de sentido no processo comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, uso social, ouvintes, participação, ritualidades.

1 O Programa

Desde a inauguração da Rádio O Povo AM 1010 em Fortaleza, no dia 25 de março de 1982, 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 flash 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.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012 e baseado na monografia de conclusão do curso de Jornalismo da Fa7 “Os ouvintes do Programa Debates do Povo: estudo de recepção” de Mônica Araújo Andrade, disponível em http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/jornalismo/monografia/2011/mono_monica.pdf.

² Doutorando em Comunicação na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), email: ismarcapistrano@yahoo.com.br.

³ Mestranda em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: monnyandrade@yahoo.com.br



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 Estudos (Ibope). Atualmente, mesmo com a média anual (2011) 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 comunicólogo brasileiro 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). O programa tem como objetivo principal, segundo o atual apresentador, Erisvaldo Carvalho, aprofundar temas da atualidade, interpretando-os.

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. (Erisvaldo Carvalho, 2011)

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”, diz o apresentador.



Mas, o ponto de partida para essa seleção é a divergência de opiniões. Assunto que leva divergência e ampliação de ganchos é o mais bacana, segundo o apresentador Erivaldo Carvalho.

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

“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 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 participou algumas vezes como debatedor no programa.

Para que o programa aconteça diariamente, a equipe de produção conta com o trabalho dos seguintes profissionais: Diretora Executiva, Produtor, Apresentador, Técnico de Áudio, Assistente de Estúdio. A diretora executiva e o produtor 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, no máximo, frases pelo assistente. Além da leitura pelo apresentador, os debatedores e convidados costumam responder ou complementar ou discordar dos comentários.

Os ouvintes do programa ainda podem participar enviando comentários por e-mail. A participação do ouvinte pelo e-mail 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. 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.” (Erisvaldo Carvalho, 2011). 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” (ERIVALDO CARVALHO, 2011)



Dado este tom de certo menosprezo pela 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 as mediações do sentido do programa, tecidas pelos ouvintes, que nem sempre correspondem as intenções do emissor.

Antes, no entanto, é necessário definir o que é a participação nos meios de 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 as condições proposta pelo emissor, sendo assim considerada pela autora de limitada.

A (participação) limitada favorece o envolvimento popular, mas só até onde interessa á 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 circunstancias, 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 brasileiro Pedro Demo, 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” (DEMO, 1999, p. 19).

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 meios que se oferecem 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. (SANDRA DE DEUS, ANO)

3 A Metodologia

Para analisar as mediações entre produção do Debates do Povo e a participação ouvintes pelas ligações telefônicas será utilizada a perspectiva do Uso Social das Mídias, elaborada pelo filósofo colombiano Jesus Martín-Barbero (2008). 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, 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.

A socialidade analisa a criativa produção de sentido das mensagens pelos receptores como reflexos ou redesenhos 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).

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). Nesta pesquisa, serão priorizadas as ritualidades da participação telefônica, propostas pelo programa, e apropriadas pelos ouvintes.

4 As Ritualidades

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 a competência de 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. A entrevista estruturada foi a metodologia utilizada nesta análise com o objetivo de conhecer entender o que leva o ouvinte a participar constantemente do programa.

Para chegar até os ouvintes, o contrarregra do programa solicitou-lhes repassar para a pesquisadora 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, a pesquisadora não tinha entendido 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, conseguimos explicar o objetivo da pesquisa para quatro deles. Nos dias das entrevistas os programas abordaram os seguintes temas com os respectivos debatedores e convidados.

DATA	PROGRAMA DEBATES DO POVO
25/4/2011	<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) – Discute - <i>Lançamento do livro Contrapontos: Democracia, República e Constituição no Brasil.</i></p>
26/4/2011	<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</p> <p>Convidado: Francisco Humberto de Carvalho Júnior (Titular da Secretaria Executiva Regional II) - Discute - <i>Resíduo sólido e Drenagem urbana – Primeiro Congresso de Saneamento do Nordeste.</i></p>



27/4/2011	Debatedores: Mourão Cavalcante (médico) e Marcos Colares (sociólogo) Tema: Panorama do Judiciário Brasileiro Convidado: Jorge Luís Girão Barreto (Titular da Segunda Vara Federal e Diretor da Associação dos Juízes Federais Brasileiros) – DISCUTE - <i>Panorama do Judiciário Brasileiro</i>
28/4/2011	Debatedores: Valdélcio Muniz (jornalista) e Roberto Leite (jornalista) 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. Convidado: Petrus Henrique Gonçalves Freire (Defensor Público) – Discute – <i>Lançamento do livro “Lei Complementar 06/97 Anotada e Comentada”, aborda a Lei Orgânica da Defensoria Pública.</i>

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 ficaram frente a frente com a pesquisadora, 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). O principal ponto em comum entre os entrevistados é o sentimento de paixão pelo rádio que é visível durante a entrevista.

O jornalista e radialista Lins relata que é ouvinte do Debates do Povo desde o surgimento do programa, ou seja, há vinte e nove anos. 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.” (Lins, 2011)

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 eles “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”. A expectativa da sua participação é das melhores possíveis, mas, nem sempre é 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” (Lins, 2011).

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. Procuo 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” (Pedreira, 2011).

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” (Lins, 2011).

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 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” (Silva, 2011).

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” (Silva, 2011).

O professor não para por aí, ele 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. Para 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 (Silva, 2011).

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,

“Eu sempre fico na expectativa do meu comentário render discussões entre 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 túnel” (Silva, 2011).



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 interesses público, a partir de uma lógica que visa a audiência para lucratividade.
- 2) Por isso, a participação do ouvinte no programa é proposta pela produção é acessória, um recurso de conquistar a audiência, principalmente, a cativa e multiplicadora de opinião.
- 3) Já os ouvintes compreendem sua participação como exercício da cidadania, apresentando suas opiniões 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 aos ouvintes.

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

Há nesta situação uma radical diferença entre concepções de comunicação, enquanto o formato industrial compreende a comunicação como transmissão de informações que busca o isomorfismo retroalimentado pelo feedback, como apresenta o modelo da Teoria Matemática da Informação (WOLF, ANO), os ouvintes compreendem as ligações como um protagonismo cidadão que contribuição para o debate público. Assim enquanto a participação proposta para o emissor é limitada, para o ouvinte, ampla.



Estas contradições entre o valor das ligações telefônicas dos ouvintes, a concepção da participação e de comunicação, reveladas nas ritualidades do uso social do programa Debates do Povo, demonstra não só como os diversos sentidos gestados num processo comunicativo, como também que é o mesmo é uma arena de luta pelo sentido. Produtores e receptores, em universos culturais e em condições socioeconômicas diferentes criam maneiras de ocupar os espaços não controlados, as brechas e as contradições internas das mediações, as fissuras.

REFERÊNCIAS

- DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1988.
- DEUS, Sandra. **Reclamação do ouvinte: o ouvinte reclama?** Paper apresentado no INTERCOM, Campos, 2000.
- 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. 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.
- PERUZZO, C. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis, Vozes, 2004.
- WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.