

## A inovação no Serviço Público de Média a partir da escuta e da participação

**Isabel Reis**

(Faculdade de Letras, Universidade do Porto)

([areis@letras.up.pt](mailto:areis@letras.up.pt))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9335-4574>

**Elton Bruno Pinheiro**

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)

([elton.pinheiro@ics.uminho.pt](mailto:elton.pinheiro@ics.uminho.pt))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1465-1288>

**Luís António Santos**

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)

([lsantos@ics.uminho.pt](mailto:lsantos@ics.uminho.pt))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

**Isabel Reis:** Foi jornalista de rádio (Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Nova e Rádio Clube). É doutorada em Ciências da Comunicação, com especialização em Estudos Jornalísticos, pela Universidade do Minho. Atualmente é Provedora do Ouvinte da RTP e Professora Associada da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. É Investigadora do CITCEM, com trabalhos publicados nas áreas de jornalismo radiofónico, história da rádio, áudio e podcast. Esteve na coordenação do grupo de Rádio e Meios Sonoros da SOPCOM, a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Foi diretora do JPN\_JornalismoPortoNet, o ciberjornal do curso de Ciências da Comunicação da FLUP, e presidente do REC\_Repórteres em Construção.

**Elton Bruno Pinheiro:** Investigador Integrado e Professor de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (UM). Pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutorado em Comunicação e Sociedade, pela UnB. Pós-doutorado em Ciências da Comunicação, pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS / UM). Mestrado em Comunicação e Culturas Mediáticas Audiovisuais e Bacharelado em Comunicação Social, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estuda Serviços Públicos de Média, Jornalismo e Som, em suas relações com a qualidade da informação, a literacia mediática e a inovação.

**Luís António Santos:** Professor Associado de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. É doutorado em Ciência da Comunicação pela UM e tem um mestrado em Política Internacional, pela School of Oriental and African Studies (SOAS) – Universidade de Londres. Foi jornalista durante mais de uma década, tendo trabalhado para meios de Imprensa, Rádio e Televisão. Tem um interesse nas mudanças que ocorrem no jornalismo, nos formatos que ajudam a repensá-lo e nas arquitecturas de regulação dos novos espaços informativos. É membro eleito do Conselho Geral da Universidade do Minho e diretor adjunto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

**Submissão: 08/11/2025**

**Aceitação: 16/11/2025**

## **A inovação no Serviço Público de Média a partir da escuta e da participação**

**Resumo (PT):** A Doutora Isabel Reis constitui uma referência no estudo e na prática do jornalismo radiofónico e dos meios sonoros em Portugal. Nesta entrevista — concedida aos investigadores Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos — a docente de rádio da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e Provedora do Ouvinte da RTP reflete sobre os desafios contemporâneos do SPM português, sublinha a questão da inovação como uma espécie de laboratório nos meios públicos e também destaca a relação entre tecnologia e cidadania e a necessidade de uma maior valorização do áudio e das rádios públicas no contexto digital. Ao conceber a rádio como um espaço de escuta e participação, Reis propõe uma visão integrada do Serviço Público que transcende a mera difusão de conteúdos, configurando-se como um projeto coletivo, democrático e inclusivo. Entre a academia e o jornalismo, entre o exercício da escuta pública e de uma cultura do ouvir, a sua perspetiva reafirma a necessária relação entre o Serviço Público de Média e a inovação simbólica ao dialogar diretamente com o princípio que orienta o

seu mandato como Provedora: “Uma rádio com ouvidos: a rádio tem de saber ouvir os ouvintes — não existe para os ouvintes — faz-se com os ouvintes.”

*Palavras-chave:* Rádio Pública, Provedora do Ouvinte, Serviço Público de Média, Cultura do Ouvir, Inovação.

## **Innovating in Public Media Services through listening and participation**

**Abstract** (EN): Dr. Isabel Reis is a leading figure in the study and practice of radio journalism and audio media in Portugal. In this interview — given to researchers Elton Bruno Pinheiro and Luís António Santos — the radio lecturer at the Faculty of Arts of the University of Porto and RTP Listener Ombudsman reflects on the contemporary challenges of Portuguese public broadcasting, highlighting the issue of innovation as a kind of laboratory in public media, as well as the relationship between technology and citizenship, and the need for greater appreciation of audio and public radio in the digital context. By conceiving radio as a space for listening and participation, Reis proposes an integrated vision of Public Service that transcends the mere dissemination of content, configuring itself as a collective, democratic and inclusive project. Between academia and journalism, between the practice of public listening and the culture of hearing, her perspective reaffirms the necessary relationship between Public Media Service and symbolic innovation by directly engaging with the principle that guides her mandate as Ombudsman: “A radio with ears: radio must know how to listen to listeners — it does not exist for listeners — it is made with listeners.”

*Keywords:* Public Radio, Listener Ombudsman, Public Media Service, Listening Culture, Innovation.

# **Inovar na rádio pública a partir da escuta e da participação**

## **Entrevista a Isabel Reis**

*A Rádio é, em si, Serviço Público.*

*Entendo a inovação no SPM como um laboratório  
em que se alia a experiência à inovação...*

– Isabel Reis

Na entrevista que se segue, Isabel Reis reflete sobre as potencialidades e os desafios do Serviço Público de Média português, em particular da rádio, sublinhando o seu papel essencial como espaço de coesão, cidadania e democracia participativa. Defende “um Serviço Público de todos para todos”, comprometido com a escuta ativa dos cidadãos e com a responsabilidade de promover a formação, a informação e a cultura.

Além de docente de rádio na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Isabel Reis exerce, desde 2022, as funções de Provedora do Ouvinte da Rádio e Televisão de Portugal (RTP), posição que reforça o seu compromisso com o Serviço Público de Média (SPM) enquanto espaço de escuta, diálogo e responsabilização social. A partir dessa função, tem aprofundado a reflexão sobre a relevância democrática do Serviço Público de rádio, ressaltando-se também o seu papel na formação de públicos informados e na preservação da coesão social e cultural.

Em suas ponderações, Reis sinaliza caminhos possíveis para uma cultura de inovação no SPM, sobretudo a partir da escuta e da participação, e reflete analiticamente sobre isto percebendo a inovação não apenas como transformação tecnológica, mas como um “laboratório”, portanto, um fenómeno simbólico, pela capacidade de criar, experimentar e integrar novas linguagens e formatos sonoros — sempre com o cidadão no centro do processo. Afirmar ainda que, numa era de comunicação instantânea e interação contínua, a Provedoria continua a ter um papel fundamental: reforçar a credibilidade, a confiança e o diálogo entre a rádio pública e os cidadãos. É também um ponto fulcral da suas reflexões analíticas a perspectiva de que “A Rádio é, em si, Serviço Público”.

Ao argumentar sobre os reptos contemporâneos do SPM português, Reis aborda a própria questão da inovação nos meios públicos, a relação entre tecnologia e cidadania, e a

necessidade de uma maior valorização do áudio e das rádios públicas no contexto digital. Ao conceber a rádio como um espaço de escuta e participação, propõe uma visão integrada do Serviço Público que transcende a mera difusão de conteúdos, configurando-se como um projeto coletivo, democrático e inclusivo. Entre a academia e o jornalismo, entre o exercício da escuta pública e da cultura do ouvir, a sua perspetiva reafirma a necessária relação entre o Serviço Público de Média e a inovação simbólica ao dialogar diretamente com o princípio que orienta o seu mandato como Provedora: “Uma rádio com ouvidos: a rádio tem de saber ouvir os ouvintes — não existe para os ouvintes — faz-se com os ouvintes.”

\*\*\*

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Poderia a Doutora Ana Isabel Reis apresentar-se, descrevendo aspetos da sua formação e percurso académico e destacando, em particular, a sua relação com o Serviço Público de Média, nomeadamente as principais questões que orientam as suas investigações e/ou a sua atuação profissional neste campo?

### **Isabel Reis**

Estudei jornalismo na Escola Superior de Jornalismo do Porto. Depois de frequentar a ESJ fui jornalista de rádio durante quase 20 anos. Entretanto, voltei a estudar e fiz o doutoramento em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho com uma tese sobre o áudio nas notícias nos *sites* das rádios portuguesas. Ingressei na carreira académica e sou atualmente docente de rádio na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Fui diretora do JPN – JornalismoPortoNet, o jornal *online* do curso de Ciências da Comunicação da FLUP, e presidi ao REC – Repórteres em Construção, uma associação que reúne estudantes, professores e jornalistas de todo o país — são dois projetos laboratoriais cujo objetivo é o de promoverem a formação de jovens jornalistas e fazerem a ligação entre a academia e o mercado de trabalho e as redações. Fui coordenadora do Grupo de Trabalho de Rádio e Meios Sonoros da Sopcom, a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

As minhas áreas de investigação centram-se no jornalismo radiofónico, áudio, podcast, *sites* das rádios, ensino laboratorial de jornalismo, e também na história da rádio, em particular o período das rádios piratas/livres em Portugal.

Desde 2022 que assumi as funções de Provedora do Ouvinte da RTP, respondendo aos ouvintes das várias estações do Serviço Público de Média português: Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira, webrádios e podcasts.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Qual a importância do Serviço Público de Média para a sociedade, especialmente para a consolidação de uma esfera pública democrática? Neste contexto, como descreveria o papel das Provedorias?

### **Isabel Reis**

Faço uma nota prévia: apenas posso pronunciar-me sobre o Serviço Público de rádio no FM e no digital, que são aqueles com que lido todos os dias. A RTP tem dois provedores, um para a rádio e outro para a televisão, deixando ainda a descoberto a área do digital e multimédia. Eu respondo apenas enquanto Provedora do Ouvinte da RTP.

Na minha perspetiva o conceito e as funções da rádio fundem-se com as de Serviço Público. A Rádio é, em si, Serviço Público. A rádio forma, informa, entretém, faz companhia, aproxima — é um fator de coesão social e nacional, une comunidades, transmite e perpetua valores, tradições, culturas, identidades, afirma a língua, que é o que nos une. O serviço público é inerente à democracia. Isso ficou patente agora, quando se assinalaram os 90 anos da rádio pública — rádio pública e não rádio de Serviço Público exatamente porque são coisas diferentes. O serviço público de rádio nasce com o 25 de Abril de 1974. Até hoje foi-se aprimorando e, sobretudo, criando mecanismos que o afirmam enquanto meio independente dos órgãos de poder e simultaneamente criando condições e fundando estruturas para o cumprimento da sua missão.

A rádio desempenha um papel inquestionável no sistema democrático e na construção e exercício da cidadania na medida em que contribui para a formação de melhores cidadãos, mais informados e capazes de fazer as suas próprias escolhas em consciência. Do ponto de vista do ouvinte, participar é ser-se ouvido, como acontece nos programas de

atualidade que abrem o microfone a quem os escuta. De norte a sul, das ilhas e de vários países, os ouvintes telefonam e a rádio dá-lhes voz, escuta-os, amplifica pontos de vista e formas de ver o que acontece no mundo. Podemos ver isto apenas como opiniões que valem o que valem sem as podermos generalizar, mas são indicadores sobre a audiência que podem ser interpretados para lá da opinião isolada.

As novas tecnologias ampliaram as formas de participação: os ouvintes deixaram de estar limitados às cartas e ao telefone — o velho companheiro da interatividade radiofónica. Vejo esses espaços de participação como sendo mais do que barómetros da opinião pública. Acho que são um espaço de exercício da cidadania, um espaço de consciência cívica, de exercício democrático. O Serviço Público de rádio pode marcar a diferença e integrar a visão de quem o escuta na restante programação e na informação.

Qual o papel das Provedorias? Essa pergunta deve ser mais ampla: qual o papel das Provedorias hoje, quando temos tantas ferramentas e plataformas de comunicação e intrereração? Num tempo em que os ouvintes podem falar diretamente com quem ouvem todos os dias, quando os profissionais da rádio leem e ouvem em tempo real os comentários e podem replicar no imediato, quase em tempo real. Num tempo em que a rádio está sempre a ler mensagens dos ouvintes ou a colocar no ar as mensagens gravadas com uma frequência sem precedentes. Nesta era de comunicação instantânea, da interatividade e da interpelação contínua, para que serve afinal um Provedor? Esta foi uma pergunta que fiz a mim própria quando assumi estas funções. A resposta alicerça-se exatamente no conceito de Serviço Público de todos para todos e na democracia participativa.

A Provedora é uma Ouvidora — de todas as vozes — de quem escuta a rádio, mas também de quem a faz e toma decisões, e dos que sobre ela refletem. Faz a ponte entre quatro eixos: os ouvintes; os profissionais; a estrutura da empresa composta pelos diversos níveis decisórios, desde quem define opções editoriais diárias a quem delinea estratégias e faz orçamentos; mas também quem reflete sobre o meio rádio e o Serviço Público, quem analisa, questiona e aponta cenários, quem coloca o Serviço Público no contexto em que se insere, um trabalho normalmente desenvolvido pela academia — mas é relevante acrescentar que todo este trabalho deve partir das questões suscitadas pelos ouvintes.

Quem escreve quer mais do que uma resposta, uma satisfação, uma explicação, quer que a sua opinião chegue a quem decide para que alguma coisa possa mudar. Isto significa

que a concessão de Serviço Público para a audiência é ainda, muito claramente, a de que todos podem contribuir para a sua rádio pública, porque ela é de todos, para todos.

O papel do Provedor é também o de reforçar esse contributo, sustentá-lo, lembrar permanentemente que a audiência da rádio tem um rosto e que a rádio é escutada por ouvintes de ouvidos atentos e sensíveis. Não é para eles que trabalhamos: é com eles que fazemos rádio e essa relação bidirecional deve de ter reflexos em antena. Em poucas palavras: reforçar a credibilidade e a confiança dos ouvintes na rádio pública é também uma das funções do Provedor do Ouvinte.

Para isso, o Provedor tem de saber ouvir, procurar respostas, questionar, refletir, perceber as causas e as consequências, invocar contextos, mas também explicar as rotinas, os critérios, as opções, as estratégias.

O enquadramento legal do Provedor reconhece que tem uma missão relevante como expressão das formas de autorregulação. Nesse sentido, o Provedor ouve todas as partes, analisa e reflete, recomenda e sugere, mas os seus pareceres não são vinculativos. Podem ser tidos em conta, mas não são vinculativos. No dia a dia a sua reflexão pode ser mais imediata, mas há depois a oportunidade de refletir de forma mais profunda e contextualizada, articulando as mensagens recebidas com a missão do Serviço Público de rádio. Essas recomendações são inscritas no Relatório de Atividades anual que o Provedor tem de apresentar. Este relatório é tornado público e é apresentado — este é um dado importante — na Assembleia da República, a casa da democracia, perante os deputados eleitos que questionam o Provedor.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Quando falamos de “inovação” no contexto deste Dossiê Temático, partimos de uma compreensão dela como um “fenómeno social” com dimensões “técnicas e simbólicas”. Em vossa perceção, em que medida a inovação pode (ou deve) ser contributiva para os Serviços Públicos de Média, nomeadamente no âmbito das provedorias? E quais seriam, em sua avaliação, os principais reptos para uma “cultura da inovação” neste segmento específico da Comunicação Social?

### **Isabel Reis**

A Inovação é uma das missões do Serviço Público de Média; está prevista no contrato de concessão. Entendo a inovação no SPM como um laboratório em que se alie a experiência



à inovação, em que sejam criadas condições para experimentar, inovar, criar e arriscar novos formatos, conteúdos, géneros, linguagens, se olhe para as novas tecnologias de forma a perceber o que se pode fazer de novo com o que vai surgindo. Um espaço em que a experiência adquirida dos profissionais possa ser potenciada ao mesmo tempo que se estimula a capacidade criadora e inovadora da academia, por exemplo, ou de laboratórios. Pode ser uma das portas de entrada dos jovens, futuros profissionais, no SPM. O papel da Provedoria, na minha perspetiva, pode ser mais ativo neste âmbito, sobretudo se o Provedor vem, ele próprio, da academia. Pode ser o elo de ligação, o que ajuda a estabelecer estes laços e os estimula.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Sabemos que, nas diferentes geografias e contexto sociais, existem debates específicos que atravessam o repto da inovação nos SPM. Em sua avaliação, quais as principais (ou as mais atuais) fragilidades do Serviço Público de Média no contexto português? (Se considerar oportuno, a Doutora Isabel Reis poderia tecer uma reflexão sobre o que considera como possíveis caminhos para que o SPM supere estas fragilidades?)

### **Isabel Reis**

O SPM no que diz respeito à rádio é, diria, conservador no sentido de que está ainda muito alicerçado no FM. Só recentemente procura responder aos hábitos e perfis das audiências. A rádio pública é, sobretudo, uma rádio formatada para o aparelho de rádio e para a escuta tradicional. A evolução no digital foi tardia e lenta. Só nos últimos anos se fala na aposta no digital, e estamos em 2025... fala-se no podcast como uma inovação e já existe há 20 anos... fala-se em visual rádio e, enfim, também já não é uma inovação... Nesta altura o SPM já devia estar a olhar e a preparar-se para o futuro. Enquanto isso, está a procurar não perder o comboio em andamento no digital. Este atraso deve-se a diversos factores. Em Portugal a generalidade das rádios agarrou o digital muito mais tarde do que a imprensa, por exemplo. Algumas vislumbraram o novo potencial, inovaram e afirmaram-se; outras não saíram de um estádio quase primário que não vai muito além da transposição de conteúdos emitidos nas ondas hertzianas.

No SPM o áudio ou a presença da rádio no digital ainda é secundarizado. E no universo RTP é claro que não há um investimento efetivo no áudio nos *sites* e plataformas da empresa. É o vídeo e a televisão que têm a primazia. E essa estratégia fragiliza a afirmação do áudio e das rádios. Nos últimos dois anos há uma evolução, embora lenta, que resulta

de vários fatores: falta de produção própria; falta de meios, humanos e técnicos, por exemplo equipas especializadas e dedicadas ou mais gente a trabalhar só no digital; articulação entre a produção no FM e no digital ou mesmo entre estações; ausência de visibilidade interna e externa. Tendo em conta este contexto, podemos questionar de que falamos quando falamos de “inovação”.

Nos últimos documentos estratégicos e em todas as declarações ou anúncios públicos anuncia-se a aposta no digital, mas ainda há todo um caminho a percorrer que já devia ter sido trilhado para se poder inovar; no fundo o que vai acontecer é recuperar-se o tempo perdido para se poder dar o passo seguinte. Temos tendência a ligar a inovação ao digital, mas acho que isso será redutor. Haverá, porventura, outros caminhos, que nem sequer estão ligados às plataformas ou formas de difusão. A inovação nas práticas de produção, as novas ferramentas e o que trazem de novo na elaboração de produtos sonoros — a inovação específica ligada ao som: 3D, binaural ou sonificação de dados, só para dar alguns exemplos.

Receio que, à imagem do que tem acontecido até aqui, a área da rádio possa ficar diluída no SPM no seu todo, já que se tende a secundarizar a rádio e o que lhe está associada — mesmo que comprovadamente o mercado e as audiências valorizem e consumam mais produtos em áudio. Mais uma vez, ouvir os ouvintes ou as audiências é fundamental — é aqui que entra o Provedor —, fazer ouvir as expectativas, os gostos, a opinião; fazer ouvir o que os ouvintes esperam e querem do Serviço Público ou o que o Serviço Público pode fazer para se afirmar no futuro.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Como avaliaria, de uma maneira geral, a perceção dos cidadãos e cidadãs portugues(es) sobre o Serviço Público de Média, nomeadamente, a RTP? Nesta direção, gostávamos de que comentasse sobre como os Serviços Públicos de Média podem (ou devem) atuar (e inovar) para dialogar com os cidadãos e cidadãs.

### **Isabel Reis**

O SPM português, segundo os relatórios do Reuters Institute e da EBU, é dos que inspiram mais confiança e credibilidade no panorama europeu. Nas mensagens que recebo também sinto isso, mesmo nas que são mais críticas. O ouvinte queixa-se, critica, protesta, mas mantém-se sintonizado porque confia e acredita na rádio pública. Outra

questão é, e poderíamos torná-la numa pergunta: quando se fala da RTP fala-se de quê ou como?

As pessoas acreditam na missão de Serviço Público, mas não tenho a certeza de que saibam exatamente o que é o SPM no seu todo. Sou levada a pensar (e gostaria de ver estudos sobre isto, que confirmassem ou refutassem esta minha perceção) que a marca RTP é frequentemente associada apenas à televisão. Quando se fala em RTP normalmente pensa-se num canal de televisão — isso acontece dentro da empresa, na audiência, na sociedade em geral, nos meios políticos, académicos: RTP é um sinónimo de televisão.

Quando vejo referências à RTP, percebo que a rádio muitas vezes não lhe está associada, percebo que há um desconhecimento do universo RTP e, por consequência, do Serviço Público de Média. Ora a RTP detém sete rádios em FM (o canal generalista Antena 1, a rádio clássica Antena 2, a rádio mais jovem Antena 3, a RDP África, que emite no território continental e para os PALOP – Países de Língua Oficial Portuguesa); nas regiões autónomas temos a Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira; dois canais na internet (além da RDP Internacional dirigida para a diáspora, há o canal para crianças ZigZag); várias webrádios temáticas (Jazzin; Lusitânia; Fado, por exemplo) e de oportunidade (do Rali de Portugal, durante os dias da prova; a Rádio Mundial por ocasião do Mundial de Futebol; a Liberdade, inteiramente dedicada aos 50 anos do 25 de abril, entre outras); e os podcasts (do que é emitido e os que são produzidos especificamente para a internet). É um universo imenso que se junta a toda a produção audiovisual e digital, e tudo isto — juntamente com os arquivos históricos da rádio e da televisão e com os arquivos de toda a programação dos últimos anos de todas as rádios e canais TV —, tudo isto, dizia eu, está disponível na RTP Play, que é provavelmente a maior plataforma de áudio e vídeo do país, e está disponível gratuitamente para todos (isto é verdadeiramente Serviço Público) e não tem preço; é extraordinário. Outra coisa diferente é como essa plataforma está organizada — são milhares de conteúdos disponíveis, mas consultá-los é labiríntico. A verdade é que a oferta é imensa, relevante, guarda 90 anos de história do país — os anos que a rádio pública tem desde que foi criada; é um património incalculável. Mas a sua valorização e afirmação também passa pela forma como se organiza, se cataloga, se divulga e se acede. Essa é a grande fragilidade no que respeita ao áudio e às rádios porque o portal é sobretudo virado para os olhos, para a imagem, e não para a escuta, por isso os conteúdos sonoros são praticamente invisíveis.

Volto à questão sob outra perspectiva: quando se fala de RTP fala-se de quê? Do financiamento, do que se gasta, dos ordenados ou dos gastos, de orçamentos, da publicidade (que as rádios não têm). Ou seja, fala-se de dinheiro. De que mais se fala? Da interferência ou não interferência governamental.

Raramente se fala ou debate sobre o que deve ser uma rádio de Serviço Público, ou como melhorá-la, ou, para responder à pergunta, como inovar. Porque mesmo internamente, quando se fala em inovar, antes mesmo de delinear uma estratégia, a primeira discussão é com que meios, com que orçamento, com que equipas. Sem respostas positivas a estas questões não se avança para a fase seguinte ou avança-se com o que há — ou melhor, não há — e o resultado dificilmente será o pretendido.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Especialmente sobre a atuação das rádios públicas, o que a Doutora Isabel Reis considera vital para que elas atuem como meios de comunicação também inovadores? Como imagina o Serviço Público de Rádio, por exemplo, daqui a uma década? Que papel terão as Provedorias nesse futuro?

### **Isabel Reis**

As Provedorias podem contribuir para a execução de uma estratégia a longo prazo à luz do ponto de vista dos ouvintes. O Serviço Público depende muito de decisões políticas. São elas que determinam, desde logo, a sua existência e o seu financiamento. A sobrevivência, a criação das condições para ganhar a aposta no futuro e na inovação estão dependentes de orçamentos e das decisões que são tomadas em função das condições que existem.

Nos últimos dois anos a RTP reafirmou a estratégia no digital. Isso implica uma reestruturação interna profunda a todos os níveis e em todos os meios do SPM. Não basta decidir: é necessário ter financiamento para o fazer e, segundo as últimas informações divulgadas publicamente, não haverá um aumento do financiamento, pelo contrário, pode até diminuir. Sem meios para executar a estratégia global para o digital sou levada a pensar que se vai trabalhar com o que existe ou menos. Ora, o que existe já é insuficiente para garantir a missão do Serviço Público de rádio, para cumprir o que está previsto no Contrato de Concessão. Como todos me dizem todos os dias, “estão no osso”... não consigo, por isso, fazer uma previsão para daqui a dez anos.

**Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Considera que há, no SPM português, espaço para experimentar formatos mais colaborativos, onde cidadãos e cidadãs tenham um papel mais ativo na produção ou na curadoria de conteúdos?

**Isabel Reis**

Creio que isso exige uma estrutura que não está montada nem prevista. Há uma ligação ao ouvinte: o ouvinte tem espaço, faz-se ouvir, participa quer nos programas de informação quer nos de entretenimento, sim, mas não no sentido colaborativo de participação ou autoria dos conteúdos áudio. Não acho que a rádio esteja preparada para isso e não tenho certezas de que deva estar. Acho que isso faz todo o sentido nas rádios comunitárias ou até mesmo nas locais, mas não estou certa de que essa seja uma função do Serviço Público de rádio.

**Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Como as universidades (e outras instituições de Ensino Superior) podem contribuir com os Serviços Públicos de Média e seus processos de inovação? Como deve ser a relação entre esses atores? E com que outros atores é fundamental que o SPM mantenha uma aproximação e diálogos contínuos e estratégicos?

**Isabel Reis**

As universidades, centros de investigação e os laboratórios associados podem contribuir e muito, mas ainda não se ultrapassou por completo o fosso histórico que separa a academia do mercado de trabalho dos média portugueses e das redações. Esse fosso foi diminuindo à custa do facto de os profissionais, a dado momento, ingressarem no ensino superior para concluírem estudos ou integrarem o seu corpo docente. Passámos a ter professores das disciplinas práticas que vinham da prática — e isso foi fundamental para aproximar a universidade das redações e dos órgãos de comunicação. Há exemplos concretos, importantes, no Serviço Público de rádio de uma colaboração estreita entre a investigação e inovação universitária e a redação e a programação, mas são ainda casos isolados, experiências que não tiveram ainda uma continuidade estabilizada. Nem sempre é fácil conciliar os tempos diferentes em que se movem estes dois mundos, mas

nos últimos anos tem havido cooperação, o que me faz pensar que estão lançados os alicerces para que essa ligação se intensifique e dê frutos.

### **Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Que mensagem gostava de deixar aos cidadãos e cidadãs, especialmente aos jovens, que olham hoje para o jornalismo e os média públicos com desconfiança e desinteresse?

### **Isabel Reis**

A 28 de abril tivemos um apagão na Península Ibérica; foi um dia marcante para a rádio e para o Serviço Público de rádio. O contrato de concessão é claro: o SPM é obrigado a chegar a todos e a manter a emissão no ar em casos de emergência e catástrofe — e nesse dia manteve-se, foi o farol, foi quem nos orientou e nos informou. No dia seguinte ao apagão perguntei aos meus alunos como se tinham mantido informados; responderam-me que só conseguiram através da rádio. Quando os aparelhos se esgotaram nas lojas foram para dentro do carro e ligaram o rádio. Para quem trabalha no meio, isto não surpreendeu, está nos livros: quando tudo falha, resta a rádio. E a rádio de Serviço Público tem, nestas circunstâncias, uma missão, de resto prevista no contrato de concessão, e que é fundamental: tem a obrigação de manter uma emissão nacional, de chegar a todos. Tem a obrigação de estar onde os outros não estão — porque tem obrigações na cobertura do território independentemente do número de pessoas que alcança, tem de estar lá, para cumprir a sua missão: entreter sim, mas também informar, formar, difundir a língua e a cultura, unir, dar voz a todos e ser por todos escutada.

Há estudos sobre os conteúdos jornalísticos da rádio pública e todos sem exceção afirmam a pluralismo, o equilíbrio e a independência, a informação e a análise em detrimento da opinião, a credibilidade e a confiança. Eu partilho destas conclusões até porque sou uma ouvinte atenta e ouço ouvintes atentos. Cabe à rádio de Serviço Público não apenas manter a estratégia que conduz a estas conclusões, mas aprimorá-las, velar constantemente pelos critérios editoriais adequados ao SPM e torná-los transparentes aos ouvidos da audiência. Julgo que este é um dos pontos em que o SPM pode melhorar mais, o da transparência: saber porque se fizeram estas opções, os critérios, o porquê e o como. Muitas das mensagens que recebo são sobre isso. O serviço público de rádio deve continuar a ser o agente ativo e fundamental na formação de cidadãos informados que possam depois formar as suas próprias opiniões e decidir. Isto não tem preço numa sociedade livre e democrática.

**Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos**

Gostava de acrescentar mais alguma reflexão?

**Isabel Reis**

Deixo uma mensagem que é a frase que adotei no meu mandato: uma rádio com ouvidos — a rádio tem de saber ouvir os ouvintes — não existe para os ouvintes: faz-se com os ouvintes.