

OBSERVATÓRIO DA SOLIDÃO DO IS CET – INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS E DO TURISMO

O papel comunitário das rádios locais e o fenómeno da solidão na sociedade portuguesa contemporânea

Pressupostos e enquadramento do estudo

As rádios locais desempenham um papel relevante junto das comunidades do nosso país. Contudo, esse papel nem sempre é devidamente reconhecido, sem prejuízo de quem escutar atentamente muitas das suas emissões rapidamente se aperceber da constante interação que mantêm com os seus ouvintes, podendo-se assim em princípio depreender que tal acontece por responderem a necessidades do seu público. Desde logo necessidades de relação pessoal e de satisfação dos seus gostos e interesses que, em larga medida dificilmente poderão ser atendidas, independentemente de juízos de qualidade, pelas emissoras de âmbito nacional naturalmente indexadas a um plano mais abstrato de conexão com os diversos públicos. Mas também por razões bem mais imediatas em termos de relação interpessoal por parte de quem, em patamares quantitativa e qualitativamente diferenciados, sofre o isolamento ditado pela rarefação populacional dos territórios do interior, pelo anonimato das vidas urbanas ou pelos acidentes familiares e pessoais que a vida vai proporcionando. Daí a particular atenção que neste estudo é dada à problemática da solidão.

Já num estudo do Observatório da Comunicação datado de 2018 “destaca-se o facto de a grande maioria (das rádios locais) concordar ter uma proximidade grande com a comunidade, bem como afirmar que o objectivo das rádios deve ser ter um papel de proximidade com a comunidade” (p.18) Mas o mesmo estudo ressalta que, por razões económicas e outras, a progressão das emissões em cadeia e da concentração dos grupos radiofónicos suscita um intenso debate a propósito “da contradição do que é um dos princípios deste tipo de rádios – isto é, de se estabelecer como uma rádio de proximidade, localmente informativa e próxima da comunidade –, que, precisamente, se desloca, com as retransmissões, para uma radiodifusão demasiado extensa e menos, pouco ou nada localista.” (p.22) Isto sem se considerar que “qualquer tipo de retransmissão seja necessariamente negativa”.

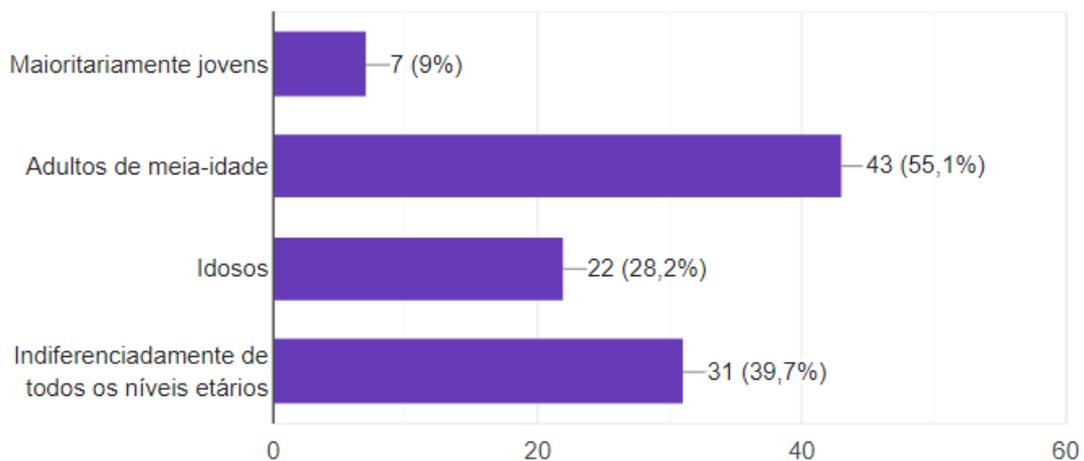
Entretanto, várias das rádios locais, igualmente por constrangimentos financeiros, entre estes os referentes a financiamentos e limitações dos rendimentos com a publicidade, nomeadamente de firmas e outras organizações

locais, sendo esta dominante em 92% delas, optaram por se tornar emissoras musicais.

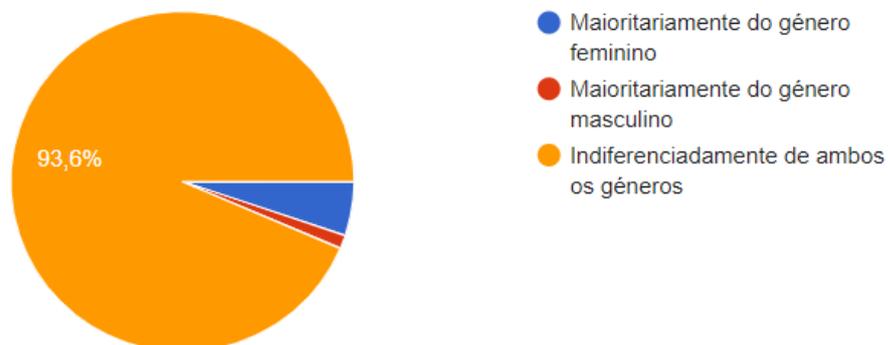
Metodologia e apresentação gráfica dos resultados

Foi elaborado e distribuído via net pelas rádios locais, no período compreendido entre 17 de março e 15 de abril de 2021, um inquérito cujas questões e respostas se apresentam graficamente, sendo que, de um universo de cerca de 200 rádios identificadas como locais, foram recebidas 77 respostas.

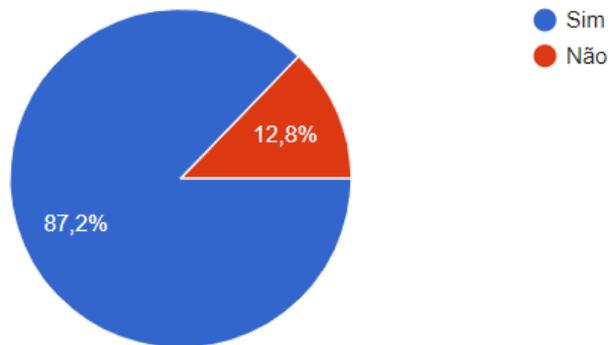
Os ouvintes são:



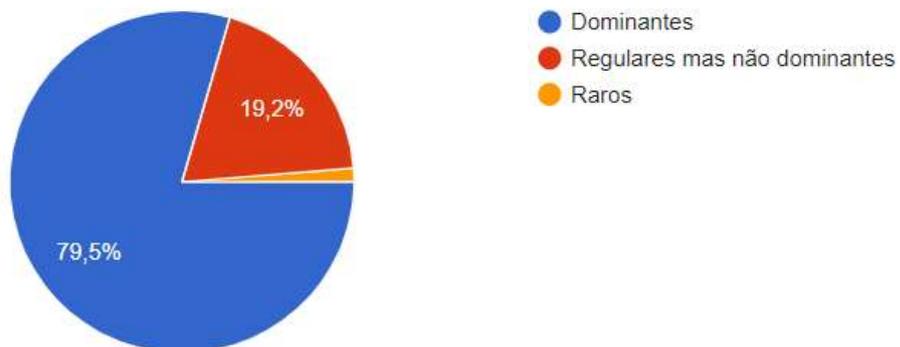
Os ouvintes são:



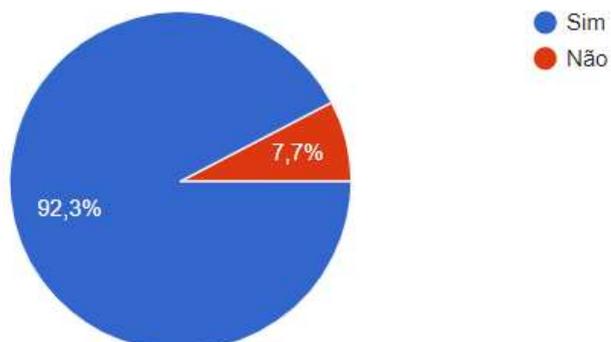
Mantêm ligações via net com elementos da comunidade que estejam emigrados?



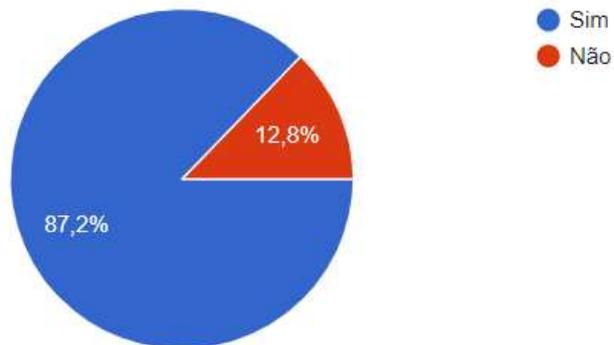
Os conteúdos de interesse local são:



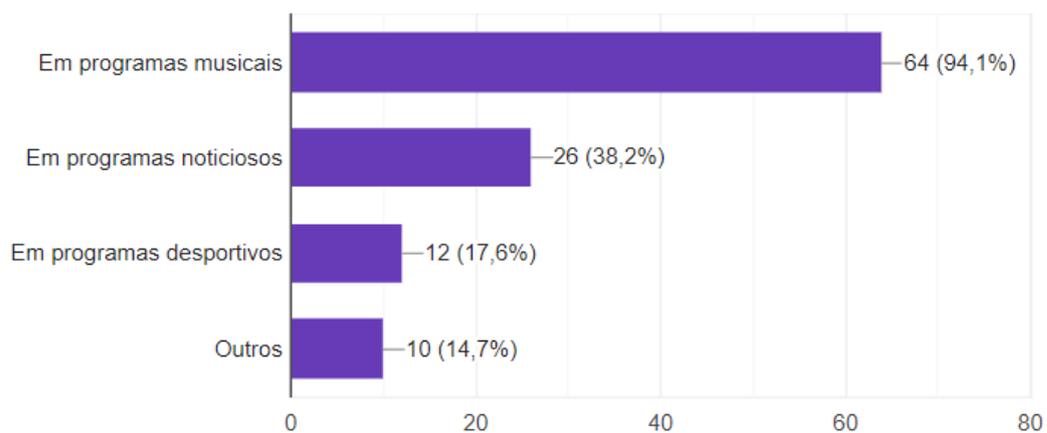
A publicidade de firmas e outras organizações locais é dominante?



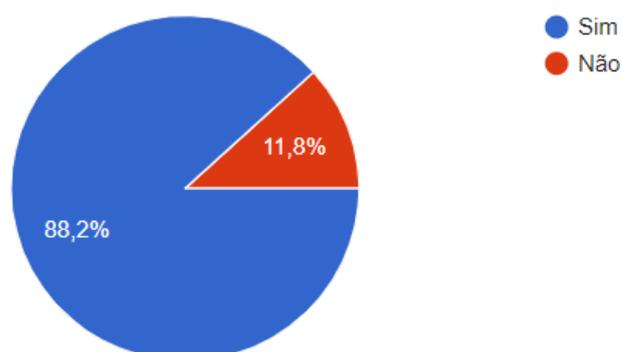
Há uma interação regular com os ouvintes?



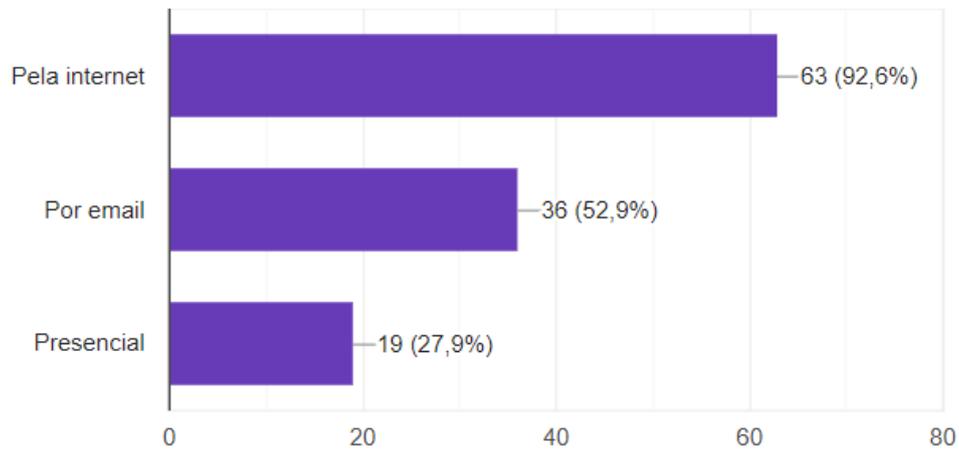
Em caso afirmativo



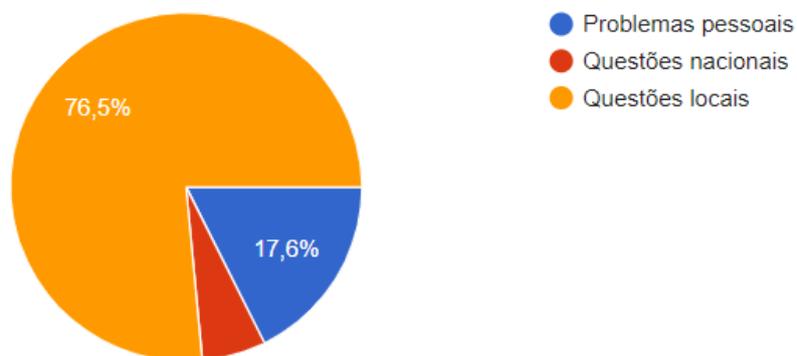
A participação dos ouvintes efetua-se predominantemente por via síncrona radiofónica?



Os ouvintes utilizam também a comunicação:



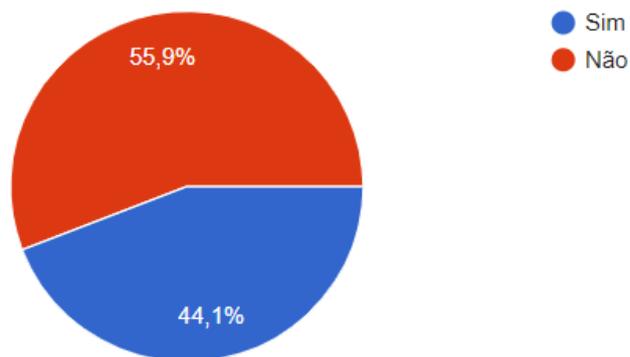
Que tipo de intervenções têm os ouvintes predominantemente?



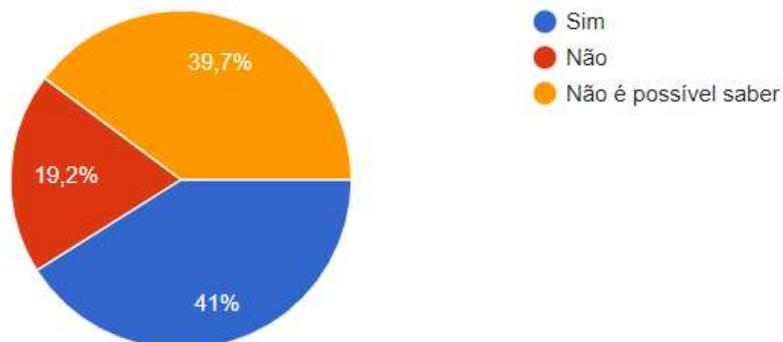
Há ouvintes que comunicam regularmente?



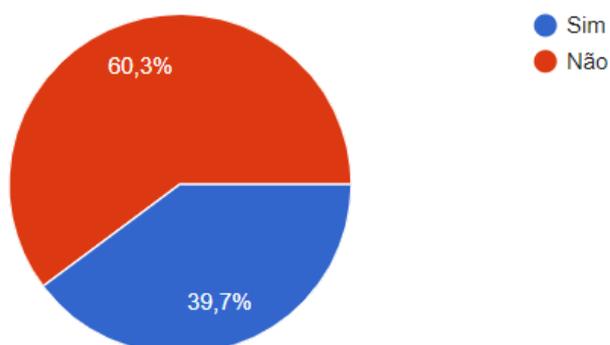
Os ouvintes são frequentemente pessoas conhecidas dos colaboradores da rádio?



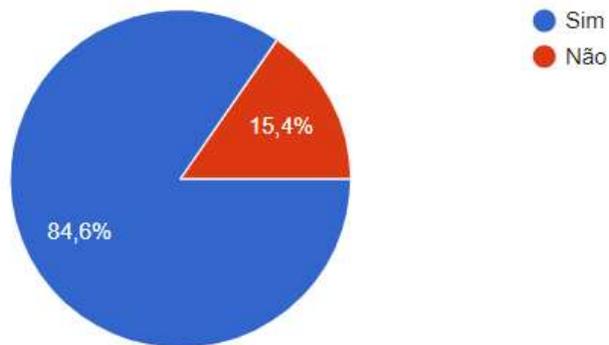
Os ouvintes são frequentemente pessoas que manifestam estados de solidão?



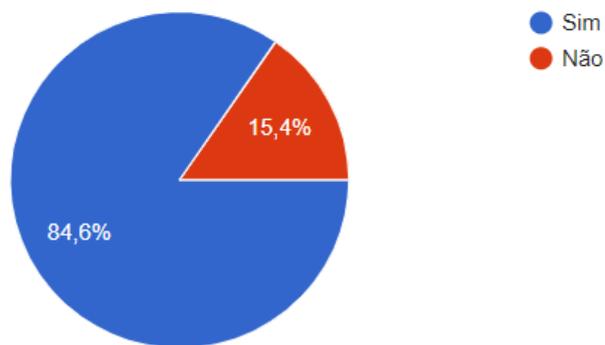
Os contactos em que se manifestam ou percebem situações de depressão, tristeza e/ou solidão são crescentes?



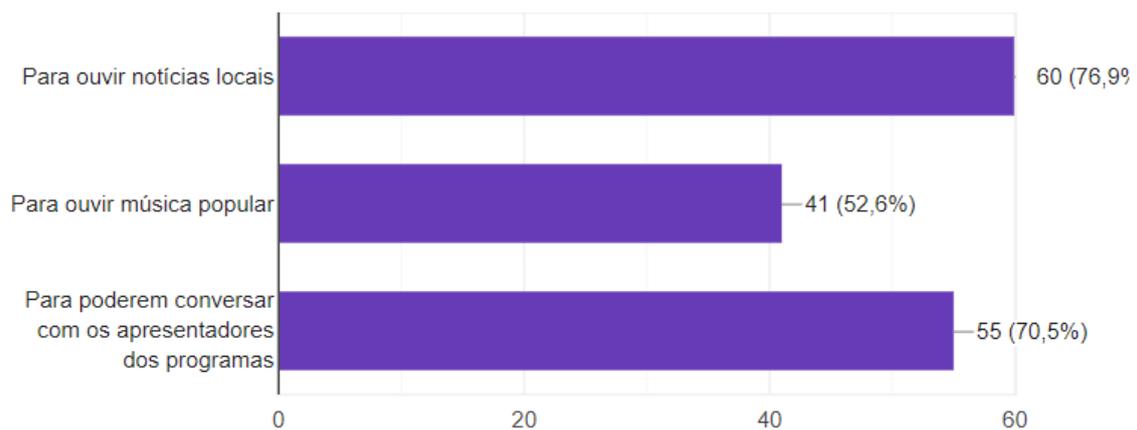
Os protagonistas das emissões aconselham os ouvintes quando necessário e/ou oportuno?



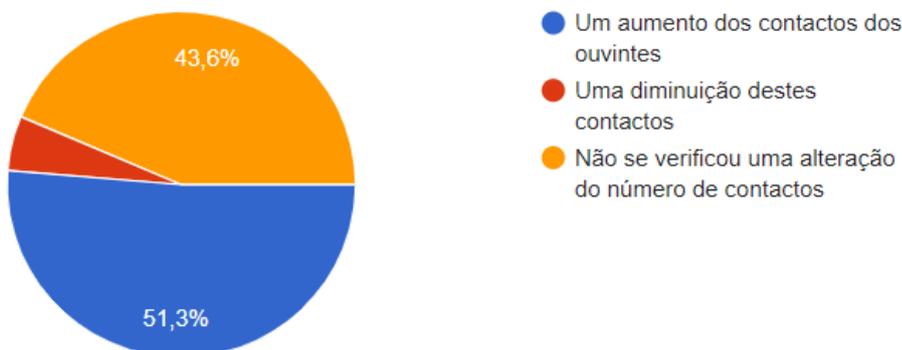
Os protagonistas das emissões aconselham os ouvintes quando necessário e/ou oportuno?



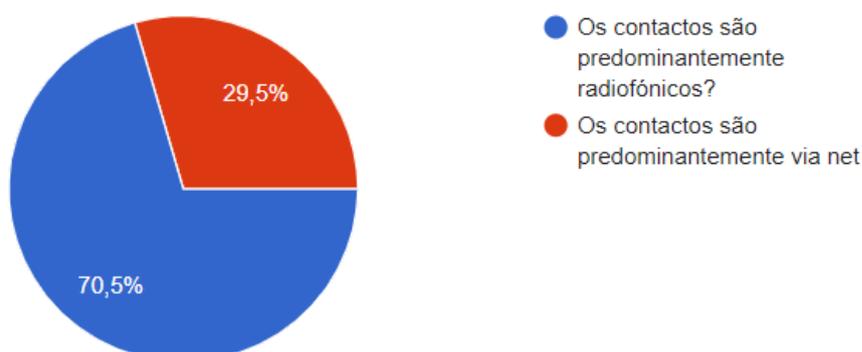
Que razões levam os ouvintes a optar por uma rádio local?



Com a pandemia verificou-se:



Independentemente da resposta que deu à questão anterior:



Análise dos resultados

- Aspeto importante é desde logo o que se reporta à caracterização do público abrangido, tendo presente que alguns dos respondentes optaram por mais do que uma das alternativas de que dispunham: ressalta de toda a maneira a constatação de que os jovens não constituem a maioria dos ouvintes, surgindo os adultos de meia-idade como o grupo etário prevalecente, aumentando significativamente a sua importância se o juntarmos ao grupo dos idosos. Verifica-se, contudo, também, que as rádios locais assumem ser escutadas indiferenciadamente por ouvintes de todos os níveis etários.

- Já no que respeita ao género, é clara, com uma percentagem de 94%, a não prevalência de qualquer um dos dois, sem prejuízo de o género feminino prevalecer sobre o masculino quando existe aqui uma diferenciação.

Curiosamente, 43% dos ouvintes são pessoas conhecidas dos colaboradores da rádio. Este dado parece consentâneo precisamente com o localismo destas emissoras que certamente favorece a interação entre uns e outros, a qual atinge significativamente 87% no âmbito de uma comunicação que se reconhece como regular, no patamar dos 99%, com destaque para os programas musicais que agregam 94% destas interações (assinale-se a importância dos chamados “discos pedidos” pelo intenso diálogo que suscitam entre apresentadores e ouvintes e mesmo entre estes), sucedendo-se os programas noticiosos (39%) e os desportivos (18%). É aqui muito curioso que para 70% do público poder conversar com os apresentadores seja uma razão forte para sintonizar uma rádio local. Evidencia certamente este fenómeno, de extraordinária aproximação pessoal, que os protagonistas das rádios também a promovem intencionalmente, inclusive através de 28% de contactos presenciais, quando se assume que 84% dos protagonistas das emissões aconselham os ouvintes quando tal é considerado necessário e oportuno.

O facto de nestas rádios 79% dos conteúdos de interesse local serem dominantes e 20% regulares, ainda que não dominantes (o que perfaz um total de 99%), é com certeza um destacado fator de captação e mobilização de ouvintes. Daí que 78% das emissoras inquiridas reconheçam que, por exemplo, as notícias locais constituem uma das importantes razões que levam os ouvintes a fazer delas a sua opção.

- Entretanto, embora atualmente se reconheça a importância crescente da internet e muitas das rádios locais a utilizem, os contactos por esta via ficam ainda pelos 30%, aumentando todavia para 87% quando se trata das ligações com emigrantes. A participação dos ouvintes por via síncrona radiofónica atinge mesmo os 88%. Tudo isto sem prejuízo de 92% das rádios terem ouvintes que usam igualmente a internet, a par de 54% comunicarem também através de emails e 28% recorrerem inclusive aos contactos presenciais.

- A circunstância de 40% dos consumidores destas rádios manifestarem estados de solidão, sendo que também em 40% dos casos não é possível perceber se a solidão está presente, o que significa que somente 20% escapam com segurança a esta caracterização, não nos pode deixar indiferentes. É assim que 18% das intervenções dos ouvintes são feitas em torno de problemas pessoais, as quais se juntam às 76% que se centram em problemas locais que provavelmente mantêm muitas vezes com aqueles uma relação fundamental.

Complementarmente, o facto de, com a pandemia da covid 19, se ter verificado um aumento de 52% dos contactos poderá, com uma razoável margem de certeza, ser associado às vivências sentidas ou pressentidas de insegurança e aos riscos de depressão e solidão daí decorrentes. É neste quadro, aliás, que, numa percentagem de crescimento na ordem dos 40%, os contactos em que se manifestam situações de depressão, tristeza e/ou solidão são crescentes.

O fenómeno da solidão como desafio para as rádios locais

Como forma de caracterizar, em geral, psicológica e existencialmente, a população que é potencialmente ouvinte das rádios locais, recuperam-se alguns dos tópicos do estudo, igualmente empreendido pelo Observatório da Solidão, em 2020:

- Sentem-se mais sós raramente ou algumas vezes, respetivamente, 26% e 30% dos inquiridos, enquanto nos extremos 25% nunca se sentem sós e 19 % muitas vezes. As mulheres, em 21% das respostas, sentem-se mais sós do que os homens (13%). No que respeita a escalões etários, as percentagens mais elevadas surgem entre os 60-70 anos, com 30% dos inquiridos a responderem que o sentem muitas vezes, em contraste nomeadamente com o grupo dos 20-30 anos em que apenas 13% se sentem sós. Curiosamente, um total de 70% declarou que os amigos os procuram com muita ou alguma frequência e 74%, o mesmo em relação aos familiares, verificando-se ainda que em 88% dos casos esses familiares e amigos os acolhem muitas ou algumas vezes quando tomam a iniciativa de procurar, sendo de realçar que as mulheres se sentem muitas vezes mais bem acolhidas (35%) do que os homens (24%). Curiosamente, é nos escalões etários dos mais jovens e dos mais idosos que se sente melhor acolhimento por amigos (45% entre os 16 e os 20 anos, 44% entre os 60-70 anos e 50% entre os 70-75 anos) e pelos familiares (idem, 50%; idem, 48% e 50%), o que demonstrará um maior cuidado com os que mais possam necessitar de apoio.
- As atitudes solidárias transparecem nas respostas às perguntas acerca dos aconselhamentos dados a amigos e familiares sobre a melhor maneira de viver este período de confinamento com 77% dos inquiridos a fazerem-no com muita ou bastante frequência e 71% a receberem-nos de igual modo. Destaca-se aqui o escalão etário dos 70-75 anos em que 75% dá e recebe conselhos muitas vezes.
- A maioria (69%) manifesta mesmo que sente agora mais necessidade de ajudar os outros, com 31% das mulheres a revelar que o sentem muitas vezes e os homens 14%. Curiosamente só 4% acha mais vezes que os laços familiares vão ficar menos fortes, sendo a percentagem igualmente muito baixa (3%) dos que sentem que vão perder amizades.
- No que respeita a emoções e à sua expressão em atitudes, verifica-se que 30% dos inquiridos sente com muita frequência que está a perder tempo de vida, com uma maior percentagem das mulheres que o sente muitas vezes (32%) relativamente aos homens que aqui se ficam pelos 25%. São 24% os que na totalidade nunca pensam nessa possibilidade. Os restantes pensam nisso raramente (25%) ou algumas vezes (21%). Assinale-se que é no grupo etário dos 70-75 anos que mais se sente estar a perder tempo de vida, respondendo aqui 75% dos inquiridos que o sente muitas vezes, a que acresce o facto de nenhum ter afirmado sentir alegria com muita frequência e de terem indicadores baixos de esperança. Revela-se assim a importância de se dar especial atenção

às consequências psicológicas e comportamentais que o confinamento estará a ter nos mais idosos.

Entretanto, o conjunto mais significativo, com 67%, nunca ou raramente sente vontade de chorar (com 59% dos indivíduos do género masculino a afirmarem que nunca o sentem, contra 36% do género feminino), experimentando, todavia, também nunca ou raramente alegria 54% das pessoas que responderam ao inquérito (com 17% dos homens e 27% das mulheres a responder nunca. A ansiedade é sentida algumas vezes ou muitas vezes por 58% dos inquiridos, com 30% das mulheres a responderem que a sentem muitas vezes, contra 14% dos homens. Contudo, 83% declaram nunca tomar sedativos, tendo já alguma expressão os que estão a comer mais algumas ou muitas vezes (53% no total, diferenciando-se as mulheres, com 26%, que dizem estar a comer muitas vezes mais enquanto os homens, com 14%, o dizem com essa dimensão). Este comportamento pode ter a ver tanto com a ansiedade como com uma maior disponibilidade de tempo, como ainda com uma combinação entre estes dois fatores.

- Em abstrato, a esperança de que a vida melhore é partilhada, numa taxa elevada e no conjunto dos que assim o sentem algumas ou muitas vezes, por 82% dos inquiridos, o que é aparentemente contrariado quando à questão concreta sobre a perspetiva de o país ficar economicamente pior, 90% das respostas manifestarem com mais frequência esse receio a que se pode associar a preocupação com o que se passa noutros países, a qual é assumida por 93% dos respondentes. Destaque-se que na faixa etária dos 70-75 anos 100% dos respondentes declarou recear muitas vezes que o país fique economicamente pior e é aqui, com 25%, que se regista a taxa mais baixa de pessoas que têm esperança que a vida vá melhorar.

Conclusão

Numa sociedade em que a solidão, derivada de um isolamento social e tantas vezes pessoal, no seio de uma vizinhança que se ignora e até de uma família cujos laços se vão quebrando por força da sua desagregação física ou afetiva, as rádios locais emergem como um meio de contacto e partilha solidária cujo papel é com frequência injustamente ignorado ou subalternizado quando, todavia, se fala precisamente de solidariedade e se proclama o seu valor para a efetiva realização da dignidade humana.

Porto e ISCET, aos 30 de agosto de 2021
Adalberto Dias de Carvalho
Diretor

