

Relação Ouvinte Locutor – Objeto de Pesquisa Programa João Inácio Jr.¹

Luciana Maria Cruz TAVARES²
Alessandra Oliveira ARAÚJO³
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo de conteúdo radiofônico, objetiva refletir sobre a relação existente entre o ouvinte e o locutor, a partir da análise interacional do Programa João Inácio Jr. da Rádio Verdes Mares. O intuito é compreender o vínculo que se estabelece entre o radialista e o interlocutor, e como essa relação contribui para o desenvolvimento da sociedade. Em termos metodológicos, o trabalho é de cunho qualitativo e quantitativo, de caráter técnico - descritivo, a partir de pesquisa de campo, e observar de que maneira essa reflexão nos conduz a compreender a potencialidade da atividade comunicacional e amplitude do rádio, promovendo a acessibilidade e respeitando a pluralidade dessa interação. Registra-se em conclusão que o objetivo levantado confirma-se parcialmente, pois não há dados consistentes que nos permite um maior aprofundamento da análise em questão.

Palavras-chave: ouvinte; rádio; linguagem radiofônica; comunicação.

Introdução

Mesmo com o surgimento de novas tecnologias, o rádio nunca saiu de cena, pois permanece em destaque e atinge os mais diversos públicos. O alcance e simultaneidade do rádio promove um sentimento de companheirismo, apesar da subjetividade dessa relação. Com as novas tecnologias, é possível ouvir rádio em qualquer lugar, seja no celular, no computador, smartphone ou qualquer outra plataforma de comunicação.

O rádio tem o poder de interferir na vida das pessoas, sem ser invasivo, pois, com as informações recebidas, os locutores fazem com que os ouvintes construam diversos ambientes proporcionando uma comunicação dinâmica, e viabilizando a criação de uma relação de proximidade entre emissor e receptor.

¹Desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, - UNIFOR. Trabalho a ser apresentado na Divisão Temática Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém-graduada do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, email: luttavares10@hotmail.com

³ Professora do Curso de Publicidade e propaganda da UNIFOR, email: alessandraoliveira@unifor.br

O trabalho ora apresentado está organizado em 5 seções, a seguir: Relação Ouvinte-locutor com suas Características e Linguagens, Objeto de Análise - Apresentação do Programa João Inácio Jr., Método de Análise, Análise Qualitativa e Quantitativa e as Considerações Finais da pesquisa.

Inicialmente, será realizada uma breve análise a partir dos teóricos da comunicação sobre relação ouvinte - locutor com suas características e linguagens, falando da emoção que é fazer rádio. Em seguida, será feita uma descrição apresentando o Objeto de Análise - do Programa João Inácio Jr.

As duas seções seguintes, apresentarão o método utilizado e uma breve análise sendo elas qualitativas e quantitativas. Por fim serão apresentadas as considerações finais do objeto de estudo em questão com a síntese dos resultados.

1. Relação Ouvinte – Locutor com suas Características e Linguagens

Antes de falar da relação ouvinte locutor, é importante ressaltar um dos teóricos da comunicação que fala dos sentimentos. César (2005) fala que: “o radialista não deveria subestimar suas emoções, mas ser capaz de expressá-las de modo saudável a audiência que se constrói.” Demonstrar as emoções, saber categorizá-las e comunicá-las, fazendo entender suas próprias necessidades emocionais.

Segundo Cyro César a partir do momento em que o comunicador reconhece as emoções do seu público (medo, raiva, alegria, admiração, tristeza), cria uma enorme chance de aumentar o interesse pelo que diz e, por conseguinte, a audiência. (CÉSAR, 2005 p. 60).

De acordo com César (2005), o som do rádio faz com que o ouvinte exercite a imaginação, despertando sua sensibilidade. O rádio permite que o ouvinte crie imagens únicas, pessoais. Um locutor pode emocionar seu ouvinte apenas pela maneira como interpreta um texto ou pela forma como constrói uma ideia, pois o sentimento de impacto gerado no ouvinte poderá ser diretamente proporcional à maneira como o comunicador exterioriza sua emoção.

Na relação ouvinte locutor com características e linguagens, ressalto teóricos como Ferretto (2000) que diz: “Entre os meios de comunicação de massa, por ter uma ampla audiência, o rádio é numeroso, pois tem o maior alcance de público”.

Já para Mcleish, (2001), o rádio é visto como um veículo que veio para transmitir mensagens seja ela educacional, política, científica ou qualquer outro tipo, visto que desde os primeiros experimentos, o veículo se expandiu e se tornou o meio de comunicação quase que universal, uma vez que se constitui muitas vezes a ser o único a levar informações para a população de vastas regiões, ou seja, aqueles que não têm acesso a outros meios sejam por motivos geográficos, econômicos ou culturais. Percorre o mundo inteiro em altas frequências, ligando continentes numa fração de segundos, além de que, trás o mundo para aqueles que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver. Num esforço de informar, educar e entreter os ouvintes e a música irradiar o ar, locutores transmitem turbilhões de palavras a cada minuto, porém é necessário dizer que os locutores precisam de toda uma preparação técnica para o que se vai transmitir ao público, pois aqueles que não têm nenhuma habilidade corre o risco de não atingir o ouvinte e o programa ir abaixo do esperado, uma vez que o interlocutor tem acesso livre à mudança de estação, caso não esteja gostando do programa em que esta ouvindo. O locutor tem que ter todo o cuidado de como vai transmitir a mensagem, pois ele tem que ser não só ouvido, mas compreendido pelos ouvintes. Apesar do rádio se tratar de um “meio cego”, ele faz com que o ouvinte trabalhe a imaginação de forma que ao ouvir a voz do locutor, crie a imagem do dono daquela voz em sua mente, fazendo-o viajar em seu mundo particular, e buscando ficar mais próximo dos interlocutores.

De acordo com Mário Kaplún (1999), as mensagens são afetadas pelas características do meio de transmissão.

Los analistas de la comunicación dicen con razón, que em todo médio de comunicacción colectiva em mensaje es afectado por las características del médio transmisor. Esto es, el médio radiofónico influye necesariamente sobre el mensaje, ló condiciona, impone determinadas reglas de juego; obliga a adecuar la comunicacción educativa y cultural a la naturaleza y a las características específicas del medio.(KAPLÚN p.56).

O rádio não é só um meio de comunicação, mas um vasto instrumento com grande potencial elevado de cultura popular e educação, que assim como todo instrumento, deve-se ter conhecimento para saber fazer uso e adequá-lo a suas limitações. Outras características que o rádio apresenta é a simultaneidade, pois ele chega a várias pessoas ao mesmo tempo e pode ser ouvido em qualquer lugar, a instantaneidade, onde a notícia é imediata sem intervenção de outros meios e também a questão do baixo custo, ou custo benefício. Como um meio de comunicação de massa, o rádio tem o objetivo de comunicar

uma mensagem para a sociedade como um todo, independente da cultura de cada indivíduo, pois contribui para o autoconhecimento e conscientização, amplia experiências pessoais, além de orientar no comportamento social, estabelece padrões e modelos para uma identificação, atua como multiplicador, acelera o processo de informar a população, contribui para a cultura artística e intelectual dando oportunidade para artistas novos e consagrados de todos os gêneros, entre outras características e comportamentos. O rádio é relacionamento, é como falar com os amigos, num bom bate papo e descontração, porém com um pouco de formalidade e produção.

Em se tratando de linguagem Kaplún (1999) diz que o código é decisivo para a comunicação, pois sem código não há comunicação comum. Ou seja, se as palavras empregadas não fizer parte do código do destinatário, este provavelmente não vai decifrar a mensagem transmitida e conseqüentemente não irá entender.

De acordo com Mário Kaplún (1999), toda comunicação exige a identificação de códigos entre emissor e receptor.

Todo comunicador-educador deve ser consciente de esta noción clave de la comunicación. Toda comunicación exige una identidad de códigos entre el emisor y el receptor. Para cifrar sus mensajes, para codificarlos, el emisor debe conocer y emplear el código de la comunidad destinataria, a fin de que ésta pueda decodificarlos correctamente. (KAPLÚN, p.98/99).

No rádio a linguagem usada tem que ser de conhecimento tanto do emissor como do receptor, uma linguagem comum a todos. A mensagem transmitida deve conter uma linguagem de fácil entendimento tanto para o emissor quanto para o receptor o que não quer dizer que não se podem usar palavras novas, mas na maioria das vezes existem códigos que são insubstituíveis. O bom comunicador tem sempre a preocupação de adaptar a linguagem que vai usar para as pessoas a qual vai comunicar. O que requer uma compensação na linguagem empregada no rádio, em contrapartida o veículo leva vantagem por está em toda parte. Esse alcance impõe um compromisso cultural, num sentido amplo, e promove a valorização da nossa língua de modo particular. Em se tratando do rádio, a linguagem musical é sem dúvida, uma das línguas humanas mais ricas e com maior intensidade expressiva e emocional do mundo. O emprego da linguagem musical se bem utilizado abre caminhos para uma comunicação inesperadamente rica.

Júlia Lúcia Oliveira (1999) aborda a diferença cultural latino-americana usada no rádio.

No Brasil, o rádio tem uma forma de expressão absolutamente particular cujo resultado se assemelha a uma espécie de grande commedia dell'art [...]. Aqui o radialista inventa com a linguagem do veículo. Ele é um “ser eletrônico”. Na Europa, ao contrário, o rádio é, às vezes, teatro, literatura, artigo, concerto sinfônico, conferência, aula debate, ou seja, quase sempre um veículo dentro do outro (SILVA, -Apud -MEDAGLIA, 1999, p126-).

Fazer rádio é encantar o interlocutor. O ouvinte tem que se sentir atraído pelo radialista que tem que saber fazer o uso das palavras certas para que o ouvinte sintasse seduzido e o mesmo possa viajar nas imagens criadas através da música, dos efeitos sonoros, da mensagem ali passada. Quando ocorre a junção das palavras, dos efeitos sonoros, da música, toda a atenção é voltada e concentrada para aquele momento que é único.

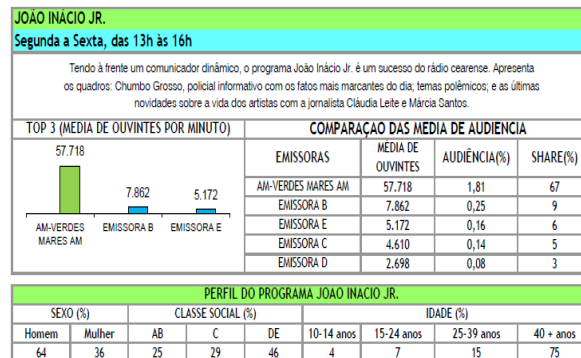
2. Objeto de Análise - Programa João Inácio Jr. – Rádio Verdes Mares.

Neste tópico, antes da análise do objeto de pesquisa, será contextualizado um breve histórico do programa João Inácio Jr, com descrição do formato, qual a temática do mesmo e a dinâmica do programa. Nos tópicos a seguir teremos o método de pesquisa utilizado e posteriormente será feita uma análise qualitativa e quantitativa do objeto de pesquisa em questão, tendo como foco a forma com que o locutor cativa os ouvintes, a participação deles no programa ressaltando se há afinidade entre ouvinte-locutor. Salientando que para a realização desta análise, os programas foram ouvidos e pausados diversas vezes para um melhor detalhamento e entendimento para a coleta de dados, um deles acompanhado no estúdio, ao vivo. Este último, analisado com uma riqueza a mais de detalhes, pois foi bastante engrandecedor a oportunidade de acompanhar de perto o programa e vê como se produz e como tudo acontece de fato, e, assim ter uma melhor compreensão do objeto de pesquisa em questão.

O Programa João Inácio Jr. está no ar há mais de 30 anos com uma fórmula que é sucesso, incluindo informações, músicas, mensagens de otimismo e humor, num formato criado e desenvolvido na Rádio Verdes Mares. O programa tem a frente o âncora João Inácio Jr, a jornalista Cláudia Leite, a radialista Márcia Santos e os personagens seu Gereba, Fula, Vovô Maraponga, Seu Cuca e DJ Lua mais conhecido como “Madeira”-

juntos, fazem um espetáculo a parte de comunicação no Brasil, que alcança grandes índices de audiência como pode ser observado no gráfico.

Gráfico de Audiência do Programa João Inácio Jr.



O programa tem início às 13 horas, e vai até às 16 horas, de segunda-feira a sexta-feira, e é transmitido pela Rádio Verdes Mares. Aborda notícias locais, nacionais e internacionais nas mais diversas áreas, seja nas seções policiais, de economia, saúde, negócios, ciências, sexualidade, tecnologia, entretenimento, esporte, tudo numa linguagem simples, que envolve o ouvinte e de fácil entendimento.

João Inácio Jr. é um comunicador bastante popular que o público se identifica, sabe cativar os ouvintes de forma bem peculiar, carismático, com 40 anos de mercado em comunicação no Ceará, criativo e bem conceituado. O mesmo faz todos os personagens citado anteriormente, e de forma bem competente. É um dos anunciantes que gera grandes resultados para a emissora.

3. Método de Análise

O método utilizado para a pesquisa, foi análise de conteúdo que de acordo com Bardin (1977), a investigação de conteúdo na história, nasceu nos Estados Unidos como um instrumento de pesquisa das comunicações há mais de meio século. Porém, a interpretação de textos já era abordada há muito tempo e de diversas formas, como na hermenêutica.

Segundo Bardin (1977)

Antes de analisar as comunicações segundo as técnicas modernas do século vinte tornadas operacionais pelas ciências humanas, os textos já eram abordados de diversas formas. A hermenêutica, a arte de interpretar os textos sagrados ou misteriosos é uma prática muito antiga. O que é passível de interpretação? Mensagens obscuras que exigem uma

interpretação, mensagens com duplo sentido cuja significação profunda (a que importa aqui) só pode surgir depois de uma observação cuidada ou de uma intuição carismática. (BARDIN, p.14),

De acordo com Bardin, (1977) desde que se começou a lidar com comunicação, pretende-se compreender para além dos significados imediatos, o que parece útil à análise de conteúdo. Mesmo que seja aplicada em qualquer forma de comunicação, de quaisquer naturezas, Bardin (1977) afirma que a análise de conteúdo possui funções que podem ou não desintegrar-se. (1977.p 31).

O método aplicado contém duas abordagens: qualitativa e quantitativa. Na abordagem quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características de conteúdo, e na interpelação qualitativa é a presença ou ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração; E em parceria, uma complementa a outra.

4- Análise Qualitativa

Neste tópico, é apresentada uma breve explicação de como o programa é realizado. Observou-se a abordagem do programa e a maneira com que os locutores se dedicam a fazer um trabalho divertido, mas interessante, com suas características e linguagens próprias. Tudo é feito com muito cuidado, e foi possível observar que João Inácio Jr. e suas companheiras realizam o programa com dinamismo, abordando diversos temas, com uma linguagem simples, carismática e de fácil entendimento. Durante o programa, é possível observar também, através dos personagens feitos pelo locutor, normalmente caricatos, uma linguagem popular com características próprias que divertem os ouvintes e gera automaticamente uma identificação com os tipos representados. Esses personagens participam do programa no intervalo entre uma notícia e outra, chegando a conversar com os ouvintes, gerando um clima descontraído. Outra característica observada, através dos personagens feitos pelo locutor, é capacidade de transmitir a mensagem utilizando-se de gírias, por exemplo, o que confere leveza aos mais variados temas, desenvolvendo cada conversa de acordo com o perfil dos ouvintes, mesmo que com breves participações.

João Inácio Jr. diversifica seus programa agregando informações sobre utilidade pública, futebol, atualidades, política, dentre outros. A seguir, a síntese de dois programas com a análise da estrutura comunicacional desenvolvida e seus resultados.

✓ **Programa João Inácio Jr. 07 de Maio de 2015**

O programa do dia 07 de Maio foi bem dinâmico e irreverente pela variedade de público, tem início com uma mensagem de autoestima que dura aproximadamente uns 15 minutos, intercalando em *fade in fade out*,². Em seguida cumprimenta as duas companheiras, Cláudia Leite e Márcia Santos com uma saudação de boa tarde. E, juntas com João e os personagens feitos por ele, dão alegria a mais ao programa. A notícia âncora do dia é sobre o caso do subtenente Francileudo que teve o filho envenenado pela ex-mulher. Essa notícia é falada diversas vezes durante o programa, com alguns efeitos de suspenses, sensacionalismo, que é uma forma de chamar a atenção dos ouvintes. Também tem notícias sobre artistas, policiais, de saúde, entretenimento, fofoca dos artistas, futebol, entre outros. Neste programa, João chamou atenção dos ouvintes com a informação de que o jogador Neymar gastava cerca de sete mil reais com alguma parte do corpo, e, assim pediu a participação dos ouvintes para falar deste caso. Intercalando sempre as notícias, hora de entretenimento, policial, e ou saúde, com a participação de algum dos personagens interpretado pelo próprio João Inácio. Sempre durante o programa, chamando atenção para a nota âncora. Há momentos de alô aos ouvintes e a participação dos mesmos, ressaltando que essa participação é esporádica, pois nem todo dia ocorre a interação com o ouvinte. Numa forma de diversificar o programa João Inácio conta com a participação do jornalista Alex Nogueira, que agrega informações de saúde, esporte, segurança, futebol, com o quadro VM Notícias. Os personagens feitos por João Inácio aparecem entre uma notícia e outra. João interpreta cada um deles, alguns até irreverentes, mas que não desrespeita o ouvinte. E vez ou outra a notícia âncora aparece, pois ela é noticiada do início ao fim do programa. No final do programa, João e suas companheiras agradecem os ouvintes. Abaixo 1º Programa analisado.

² Fade In normalmente é aplicado no início onde o som começa relativamente baixo até atingir o seu volume original. O fade out normalmente é aplicado no fim da narração, música ou efeito. O som está no seu volume original e começa a ser baixado lentamente até chegar ao silêncio completo, ou quase.

1ª Situação: Às 02 horas 44 minutos e 57 segs. até 02 horas 45 min. e 32 segs.:

Participação de um ouvinte que liga para ganhar prêmio. Nesta situação João também trata a ouvinte de forma bem receptiva, transmite boas energias e faz a ouvinte sentir-se bem à vontade. **Tempo de participação: 1 min. 25 segs.**

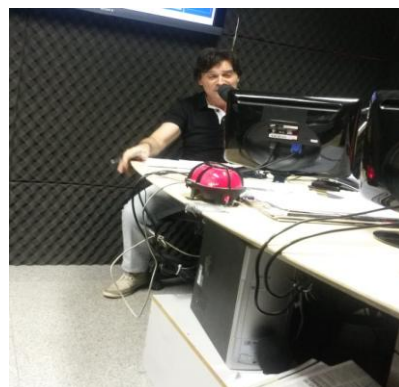
2ª Situação: 1º Alô dado aos ouvintes: 32 min. e 05 segs. até 33min e 49 segs.

João Inácio, Márcia Santos e Cláudia Leite intercalam mandando alô para os ouvintes que ligam e deixa o nome, alguns, eles até já conhecem por ligarem todos os dias, pedindo um alô. **2º Alô, aos 51min 25 segs. até 52 min. e 37 segs. // 3º Alô, às 02 horas 30 min. e 15 segs. até 02 horas 31 min. 56 segs. // 4º Alô, às 02 horas 45 min. e 44 segs. até 02 horas 45 min. e 12 segs.** Tempos estes dedicados a mandar alô aos ouvintes que ligam todos os dias e normalmente já são conhecidos. Um dos personagens interpretados por João aparece nos momentos de alô.

De acordo com as observações realizadas, foi possível perceber a forma com que João fala com os ouvintes e com parceiras de estúdio. Algumas vezes faz uso de uma linguagem bem popular, até mesmo pronunciando de forma errada, trocando letras, sem nenhuma formalidade, mas de forma bem engraçada. Ao passar a notícia âncora, João Inácio interpreta um dos personagens com sua linguagem particular e característica própria. O uso dos personagens no decorrer das informações é intercalado entre João Inácio e um dos intérpretes. Um dos personagens tem até vinheta, e é interessante observar durante a inserção destes no programa que o locutor brinca, passando a ideia de que há realmente uma terceira pessoa, sendo que é ele quem faz o próprio personagem. Observa-se também que a linguagem usada é a coloquial, tanto dos personagens quanto dos apresentadores, João Inácio, Márcia Santos e Cláudia Leite; o que facilita a comunicação e proximidade com os ouvintes. Há o momento de músicas, às vezes solicitada por ouvintes. O locutor é bem carismático, pois vez ou outra, ele agradece os ouvintes à audiência, sempre de forma bem carinhosa. No programa inteiro, é possível observar a aproximação entre ouvinte e locutor, pela forma como conduz junto com suas companheiras. Vale ressaltar que durante o programa também há o momento das propagandas, assim como nos outros. Gratos por mais um dia, os três encerram o programa de forma bem animada.

✓ **Programa João Inácio Jr. 08 de Maio de 2015**

Neste dia, tive a oportunidade e o prazer de acompanhar o programa, ao vivo, no estúdio, e confesso que fiquei encantada de vê como é realizado. No estúdio ficam três locutores, no caso o âncora João Inácio, a jornalista Cláudia Leite e a radialista Márcia Santos, todos com um computador para atualizar as notícias. Duas telefonistas, que ficam juntas numa mesa, com mais de cinco aparelhos telefônicos, que tocam o tempo todo com os ouvintes ligando, e um operador de áudio. Dentro do estúdio há um telão com os principais pontos de trânsito de Fortaleza, e que no momento da notícia de trânsito é usado para passar informações aos ouvintes. João começa o programa pontualmente às treze horas, sempre com uma mensagem de otimismo e fé, faz uma saudação de boa tarde aos ouvintes, fala do caso que será destaque no programa como um todo; Neste dia em específico, volta a falar do caso do subtenente Francileudo, que teve seu filho envenenado pela ex- esposa. Em seguida, cumprimenta suas parceiras de estúdio, e todos juntos, animam as tardes de segundas as sextas- feiras, com muita alegria e bom humor. Neste meio termo aparecem alguns dos personagens, interpretado por João, como já citado anteriormente. Todos muito concentrados, ligados na internet e no celular para passar a notícia em primeira mão. João fala das principais notas que serão destaque no decorrer do programa, sempre intercalando as mesmas com suas companheiras e os personagens. Tem a participação de Alex Nogueira com seu quadro VM Noticias, e o alô aos ouvintes. Neste dia, houve a participação de uma ouvinte, que foi a ganhadora do prêmio da semana (estavam com uma promoção do dia das mães). Sempre no decorrer do programa, entre uma nota e outra, João chamava a atenção para o caso do subtenente, assunto este noticiado até o final do programa. Como em todos os programas, tem informações de artistas, saúde, entretenimento, futebol, casos policiais, entre outras, sempre transmitida aos ouvintes com de forma dinâmica. Neste dia, fecham o programa dedicando uma mensagem as mães pelo seu dia, e agradecendo a audiência e a participação dos ouvintes.



Fotos do Programa ao Vivo

1ª Situação: Participação do ouvinte: Ganhou o premio da semana. Às **02 horas 35 min. e 48 segs. até 02 horas 36 min. 24 segs.** falando com o João, o locutor trata de forma bem carinhosa, chamando de querida ouvinte e a mesma se sente super à vontade como já se conhecessem.

2ª Situação: 1º Alô aos ouvintes: aos 34 min. e 43 segs. até 36min. e 30 segs.// 52 min. 03 segs. até 53 min. e 59 segs. 2º alô.// 01 hora 40 min. e 16 segs. até 01 hora. 42 min. 04 segs. 3º e último alô do programa aos ouvintes, todos chamados pelo nome.

É possível observar que o formato dos programas é bem parecido, com suas características e linguagens. Os personagens aparecem praticamente todas as vezes que ele vai noticiar a informação âncora do dia. A linguagem usada é a coloquial, assim como nos programas anteriores, o que é possível observar a proximidade do locutor para com os ouvintes, ao transmitir a notícia fazendo o uso desta linguagem. Outra característica observada é a questão dos efeitos sonoros, que é usado todas as vezes que fala de casos policiais. Como no programa anterior, há também comerciais, músicas, e João Inácio também transmitir mensagens de otimismo, onde é visto como uma forma de cativar e fazer os interlocutores a torná-los mais próximos do programa e do próprio locutor.

4.1 - Análise Quantitativa

Neste tópico é feito uma análise de algumas situações em destaque, com ênfase no tempo. Destacando o tempo em que o assunto “âncora” é abordado no programa, o período em que ocorre a participação do ouvinte, e o tempo dedicado a mandar um alô aos interlocutores. Lembrando que os programas foram ouvidos e pausados diversas vezes para a coleta de dados, um deles acompanhado, ao vivo.

Programa	Tempo total do assunto destaque	Tempo total de fala ouvinte/loc.	Tempo total de Alô aos ouvintes	Tempo Total dos programas.
Programa dia 07 Maio 2015	11 min. 09 segs.	1min 25 segs.	4min. 29segs	2hs. 56min. 18segs.

Programa dia 08 de Maio 2015	16 min. 46 segs. aprox.	1 min. 24 segs.	6 min. 21 segs. aprox.	3hs. 00min. 48segs.
---	------------------------------------	------------------------	-----------------------------------	--------------------------------

No primeiro programa é possível observar que o tempo de participação do ouvinte é bem maior ao programa seguinte. Foi observado a satisfação da interlocutora em dialogar com João Inácio, onde o mesmo retribui agradecendo a audiência e desejando a colega ou amiga, como costuma chamar seus ouvintes, boas energias. O tempo total deste programa é um pouco menor que o posterior, com uma diferença de um minuto, onde se notou o contentamento da ouvinte ao falar com o locutor, e o mesmo sempre muito receptivo, tratando todos com carisma e desejando boa sorte a eles. Já em relação à opinião, não houve algo em que o interlocutor pudesse opinar para ser levado em consideração. Havendo assim uma relação ouvinte-locutor, mesmo que em um período curto de tempo.

A linguagem usada no decorrer do programa todo, é sempre a coloquial, com a inserção dos personagens e entre os três locutores. Não houve a opinião do ouvinte neste programa, mas se observou que o locutor tem sempre uma preocupação em dialogar com o ouvinte de uma forma cativante. Também é possível observar que há uma interação entre locutor e ouvinte.

5 - Considerações Finais.

Com o objetivo de analisar a relação ouvinte-locutor, no início desta pesquisa a hipótese levantada era que, pelo fato do rádio está em todo lugar, ele havia se tornado um companheiro para os ouvintes, deixando-os mais próximos dos locutores, por conta das características do veículo e linguagem radiofônica. Embora, quando surgiu, ele fosse direcionado á elite da sociedade, após popularizar-se, alcançou diversas fronteiras diminuindo distancias de aprendizado, cultura e status.

Graças à metodologia aplicada foi possível concluir que a hipótese confirma-se parcialmente, o que permiti obter resultados inusitados, pois, se percebe que há um código comum de linguagem. Há o uso de efeitos sonoro nos programas e, dependendo da “pesquisa” do dia, o ouvinte participa emitindo sua opinião.

A opção de escolher a metodologia e aplicar as duas análises, tanto qualitativa quanto quantitativa, foi de grande importância para a pesquisa. A análise qualitativa teve sua inspeção com riqueza de detalhes, nos dois programas, com uma leitura mais detalhada,

que nos possibilitou um diagnóstico subjetivo dos programas. Já na quantitativa, obtivemos dados numéricos, que trouxeram tanto surpresas quanto confirmações. Foi possível compreender algumas constatações ao longo desta pesquisa, e uma delas é a importância de saber fazer uso do rádio, a maneira com que o programa é produzido, como se pretende atingir o público alvo e a ligação entre ouvinte e locutor de maneira sustentável observando-se a audiência do programa com elevados pontos por um longo período.

De forma geral, a pesquisa contribuirá para futuras investigações, podendo ser complementada e ter maior aprofundamento em outros níveis de estudo, nas diversas vertentes da comunicação.

Referências

- BARDINI, Laurence. **Análise de conteúdo**. 70. ed. Lisboa Portugal: Edições 70, 1977.
- CÉSAR, Cyro. **Rádio- A mídia da emoção**- São Paulo- Summus, 2005. Cap.5 pg.59, 60
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio- O veículo, a história e a técnica**- 1ª edição, 2000. Cap.5 pag.92.
- KAPLÚN, Mário. **Producción de Programas de Radio:: EL GUIÓN -LA REALIZACION**. Quito-Ecuador: Ciespal, 1999. 56 p.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.
- SILVA, Julia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999