

Fabiano Oliveira e o programa Ctrl A: as estratégias utilizadas para conquistar o ouvinte jovem, na rádio Atlântida FM, de Santa Maria¹

Bruno Pinheiro Garrido²
Maicon Elias Kroth³

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo descrever o Programa Ctrl A, da Rádio Atlântida FM de Santa Maria, através das estratégias discursivas utilizadas pelo apresentador Fabiano Oliveira, onde são dirigidas para a formação de vínculos entre a produção radiofônica e a sua audiência. Para o desenvolvimento do estudo de análise, foram examinadas três edições do programa. A escolha do *corpus* foi sincrônica ao período de desenvolvimento da análise, entre abril e junho de 2012. As emissões selecionadas foram diretamente observadas em estúdio, gravadas através da mesa de som da Rádio Atlântida para posterior trabalho de análise das estratégias observadas. A pesquisa se apoia em alguns conceitos sugeridos por autores que tem se dedicado a pesquisas sobre o processo de interação entre emissores e receptores de mensagens, no âmbito da comunicação midiática, juntamente com aqueles que analisam os processos e estratégias discursivas das mídias. No Ctrl A, existe um contrato de leitura, através do qual o programa visa constituir vínculos com ouvintes jovens de Santa Maria e região. Este processo ocorre através da interação com seu público, como veremos ao decorrer da pesquisa.

Palavras-chave: Rádio; contratos de leitura; interatividade e estratégias discursivas.

¹ Artigo construído a partir de uma análise parcial do Trabalho Final de Graduação do autor.

² Autor, jornalista, graduado pelo Centro Universitário Franciscano – UNIFRA em 2012. E-mail: bru.formiga@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo, E-mail: maiconeliask@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo é fruto de uma monografia desenvolvida para a conclusão no curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, onde foi dedicado aproximadamente um ano em estudos e pesquisas, a fim de buscar o entendimento sobre algumas estratégias usadas pelo apresentador Fabiano Oliveira, no Programa Ctrl A, da Rádio Atlântida-Santa Maria, em busca de constituições de um vínculo com seu público. Para isso, precisamos abordar inicialmente, o veículo em que o programa usa como plataforma para chegar até seu público alvo, o rádio.

O rádio é produção de identificação entre emissor e receptor. A contribuição radiofônica é algo que vai muito além de difundir diferentes visões do mundo. Ela é capaz de movimentar e modificar cenários com concepções próprias no estilo de narrar e falar, se tornando capaz de transformar estes espaços. Neste âmbito, este artigo se foca em quem o faz, a principal peça para que haja a identificação com o ouvinte, um dos grandes responsáveis por produzir identidade, o locutor.

A proposta se dirige para a investigação de como o Programa Ctrl A, da Rádio Atlântida FM de Santa Maria, consegue por meio de estratégias utilizadas pelo apresentador Fabiano Oliveira, criar vínculos por intermédio da produção de sentidos e a interação, com o objetivo de fidelizar o ouvinte jovem. A pesquisa se deu pela percepção de que Santa Maria, uma cidade universitária, onde há uma grande concentração de jovens, e parte deste público se identifica com programas voltados ao seu universo.

No intuito de chegar ao ouvinte de maneira simples e descontraída, Fabiano Oliveira acaba por utilizar estratégias e linguagens de aproximação com seus ouvintes. Pois é por intermédio dessa informalidade que se torna possível a interação entre emissor - receptor. A partir deste diagnóstico, busca-se observar como o apresentador interage com o ouvinte, analisar os procedimentos utilizados no dia-a-dia da produção do programa, para enfim, entender como Fabiano Oliveira executa a produção de sentido para atingir seu público alvo.

2 APORTE TEÓRICO – CONCEITOS FUNDAMENTAIS PARA A REALIZAÇÃO DA PESQUISA

Este capítulo se trata da abordagem de conceitos fundamentais que servem como base para a pesquisa, como os contratos de leitura, a linguagem radiofônica e a interação. Começamos falando dos contratos de leitura, que têm como papel fundamental o entendimento sobre as relações entre o agente emissor e o agente receptor, podendo assim, criar vínculos entre si, para melhor entender o processo de comunicação.

Verón (2004 p.216) nos diz que “o conceito do contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário, onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; em uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher o seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas onde ele corre o risco de se perder, ou pelo contrário, que são perfeitamente sinalizadas”.

Os contratos de leitura funcionam como uma espécie de “captura” do receptor. E isso acontece por meio do discurso que se caracteriza como uma “prisão” (expressão aqui usada de modo apenas metafórico). Charaudeau (2006 p. 67) nos explica que “devemos levar em consideração três espaços comportamentais de linguagem: locução, onde o autor deve se legitimar como falante e o seu direito de se comunicar, relação, onde constrói seu envolvimento com o interlocutor e a tematização, onde é organizado o tema da troca pelo sujeito falante”.

Estes três elementos tornam capaz a ligação do locutor com o seu ouvinte, de maneira que haja identificação entre ambos. Já os estudos de Fausto Neto, podem servir para explicar estas estratégias. O autor define como contratos de leitura, a existência de dispositivos que “[...] funcionam como uma espécie de “apanhamentos”, “assédios”, “capturas” do receptor, feitos no âmbito e na especificidade dos discursos [...]” (Fausto Neto, 1995, p.199).

De acordo com Salomão (2003, p. 51), o rádio, por suas peculiaridades, formas de distribuição de informação e entretenimento, acaba por estabelecer tipos específicos e diversos de contratos de leitura. Nada mais são, do que dispositivos operatórios de

enunciação que buscam, além de cumprir sua função fática, sustentar e reestruturar a cada momento este contrato. Os contratos são reconhecidos a todo tempo em que produtores, programadores e jornalistas se ocupam em construir uma enunciação marcada por uma visão bem peculiar de mundo, determinadas pela projeção que se faz da recepção.

Diria que, inicialmente, pelo menos dois compromissos gerais já se estabelecem entre o ouvinte e o rádio, quando o receptor liga o aparelho e sintoniza a emissora de sua preferência. O primeiro é o do reconhecimento. O ouvinte se identifica com os atos de fala, a abordagem das coisas do mundo, ou seja, com o local que é construído para ela, pelo enunciador. O outro é o da adesão. É claro que esse lugar construído pelo enunciador terá a adesão de muitos ouvintes, mas não de outros tantos que, pelo contrário, podem mesmo sentir-se incomodados ou irritados com a oferta feita. É interessante perceber que essa “adesão” cria para o ouvinte uma sensação de extrema aproximação com o locutor e a emissora. (MOZAHIR SALOMÃO, 2003, p. 53)

Este fato é comprovado através de ouvintes que apontam um determinado locutor ou programa de rádio como algo relevante em suas vidas. Os contratos de leitura fundam, por assim dizer, o caráter de permanência da audiência de um determinado programa/emissora.

Tão importante quanto o contrato de leitura, um programa de rádio também se faz por meio da linguagem radiofônica, abordaremos um contexto reflexivo acerca de referências teóricas que problematizam esta questão.

O rádio tem uma linguagem própria, singular e muito específica: a radiofônica. Meditsch (1999) observa a linguagem radiofônica como algo que vai muito além da voz, propriamente dita e que se revela como o aprimoramento da linguagem escrita diante de uma nova tecnologia, que propicia um processo de significação complexo onde aprecia a palavra, a música, os ruídos e efeitos sonoros.

A linguagem utilizada no rádio parece ser muito idêntica à linguagem utilizada no cotidiano, mas na realidade, a produção radiofônica utiliza-se de técnicas, que são peculiares do meio, como a interatividade, o imediatismo e a possibilidade de alcançar um vasto número de ouvintes. Essas características também determinam o ideal de uma linguagem exclusiva do rádio que é organizada e projetada ao receptor.

A respeito da linguagem radiofônica, Meditsch (1995) nos diz que:

O que distingue é que ela não existe na realidade enquanto dada, existe apenas dando-se como discurso. Seja transmitindo em direto, seja transmitindo em deferido um produto fonográfico que assim atualiza ou ainda

combinando estes dois elementos como normalmente o faz, o rádio transmite sempre no presente individual do seu ouvinte e no presente social em que está inserido, ou seja, num contexto intersubjetivo compartilhado entre emissor e receptor: Num tempo real. Ao contrário, na fonografia, como no cinema, emissor e receptor estão separados pelo tempo e o contexto não é compartilhado por eles. (MEDITSCH, 1995, p. 8)

A linguagem radiofônica não engloba apenas o uso da voz humana. A música, os efeitos sonoros e o silêncio atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um desses elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem. A música, os efeitos e o silêncio atuam em grande parte para o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral visa o lado sóbrio de quem está recebendo a mensagem. A trilha sonora pode enfatizar ou simplificar determinados aspectos dramáticos contidos na voz do apresentador, ressaltados, por vezes, pelo silêncio.

Outro elemento importante para a nossa pesquisa é a interação no rádio. Esse dispositivo permite ao apresentador de uma peça radiofônica o envolvimento com o seu ouvinte, para que constitua laços de confiança e credibilidade, através de um reconhecimento mútuo entre emissor e receptor. Diversas ações são propostas para que haja interação entre produção e recepção com vistas a firmar vínculos.

Para abordarmos este assunto, nos apoiamos sobre a tese de Goffman (1985), nome de grande relevância em assuntos ligados a sociologia do século XX. Suas investigações são fundamentais para a análise de representação do “Eu”, das interações sociais, dos aspectos gestuais, bem como das atividades que o indivíduo desempenha junto às instituições. Em seu livro *A apresentação do Eu na vida de todos os dias* (1985), o autor fala sobre a importância dos lugares públicos na vida do indivíduo e da comunidade, que são o somatório das ruas, parques, restaurantes, bares, discotecas, cinemas, teatros, auditórios e etc, onde nos cruzamos em atividades de trabalho ou lazer.

Adotamos comportamentos adequados em certa realidade, no essencial, não os queremos transgredir: Uma formatura militar é o que é, tal como uma participação em um funeral, um pedido de informação para encontrar uma rua, adotamos postura, serviços de mensagens linguísticas de códigos que provocam interação. Sabemos que é uma distância física, se beijamos, abraçamos ou cumprimos com aperto de mão. (GOFFMAN, 1993, p. 10)

O que o autor quer nos explicar, é que sabemos participar corretamente nas situações sociais, mostrando quando estamos sensibilizados, alegres, sérios, se

gargalhamos ou simplesmente se deixamos passar carro dos bombeiros ou a ambulância no sinal. A partir do modelo dramaturgico de ação de Goffman (1985, p.29), faz-se uso do termo “representação” para se referir sobre “toda a atividade de um indivíduo que se passa em um período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores, e que tem sobre estes alguma influência”.

Com a chegada da Internet, foram multiplicadas as oportunidades de interação entre a audiência e os programas radiofônicos. As cartas e o telefone, meios tradicionais de comunicação entre as décadas de 60 à 90 do século passado, no rádio, deram lugar ao e-mail, chats, SMS, fórum de discussões, blogs e redes sociais. Como nos afirma Damas (2007).

Com a chegada da internet ao rádio multiplicaram-se as oportunidades tecnológicas da audiência ao participar em programas radiofônicos. Desta forma, e os meios tradicionais como cartas, telefone e correio de voz, se somaram as novas modalidades com o e-mail, o chat, SMS, fóruns virtuais, blogs e redes sociais. (DAMAS, 2007, p.147)

Estas novas modalidades participativas que surgiram com a Internet, oferecem vantagens importantes, tanto para os profissionais do rádio, como para os seus ouvintes.

A interatividade se revela atualmente como uma das formas de contato mais simples, rápida e eficaz entre todos os polos do processo comunicativo.

Por categorias, todas as cadeias de transmissão têm incorporado em suas atividades o uso do correio eletrônico, que serve para que se público possa sempre estar em contato, isto inclui as emissoras, os programas e os profissionais envolvidos. É possível que isto tenha a ver com a familiaridade que os ouvintes tenham ao utilizar esta técnica. (DAMAS, 2007, p.187)

Outra autora que problematiza a interatividade entre os sujeitos envolvidos no contexto de um programa de rádio é Winocur. (2007, p. 224). Para ela, “a participação do ouvinte faz parte da estrutura do programa”, isso que dizer que é importante se criar espaços para que o público possa intervir como queira em uma programação.

A pesquisa sobre os conceitos e autores aqui estudados, são as bases que dão o sustento ao nosso estudo. Esse capítulo possibilitou a construção de um referencial teórico, o qual é utilizado para a compreensão de técnicas e estratégias utilizadas pelo apresentador Fabiano Oliveira no Programa Ctrl A, da Rádio Atlântida FM de Santa Maria e sua produção e desenvolvimento desta peça radiofônica voltada ao público jovem.

3 CTRL A: AS ESTRATÉGIAS DE CONQUISTA DO OUVINTE

3.1 - OS PROGRAMAS

O universo desta pesquisa se constitui na análise de três edições do Programa Ctrl A. O primeiro, emitido em 12/05/2012, o segundo em 02/06/2012 e o terceiro em 09/06/2012. As edições foram gravadas diretamente da mesa de som do estúdio, para melhor observar sua estrutura. Independente disso acompanhou-se todos eles em estúdio para entender como se dá o processo de interação entre os apresentadores, assim como seus gestos, expressões e articulações feitas por trás dos microfones.

Ctrl A – Programa de 12 de maio de 2012.

O programa inicia com Fabiano Oliveira fazendo sua saudação tradicional aos ouvintes:

Atlântida, todo mundo tá ouvindo! Muito boa tarde Santa Maria, muito boa tarde para toda a moçada ligada nos 94.3, região central do estado ou pelo mundo inteiro, através do atlantida.com.br. Chegando por aqui o Ctrl A, seu programa legal, bacana das tardes de sábado.(OLIVEIRA, 2012)

Podemos reconhecer esta abertura a partir do que nos contou Salomão (2003) no primeiro capítulo deste trabalho, sobre os contratos de leitura. O autor cita que:

Quando o receptor liga o aparelho e sintoniza a emissora de sua preferência, o primeiro compromisso é o do reconhecimento. O ouvinte se identifica com os atos de fala, a abordagem das coisas do mundo, ou seja, com o local que é construído para ele, pelo enunciador. (MOZAHIR SALOMÃO, 2003, p.53)

Como vimos anteriormente, os contratos de leitura caracterizam-se por um trabalho enunciativo, que tem como objetivo estabelecer em torno de um campo de interesses e, ao mesmo tempo, seguindo operações discursivas que tem por função criar um campo de efeitos. Deste modo, o comunicador do programa em análise utiliza estratégias discursivas para constituir vários elementos linguísticos e simbólicos do universo dos receptores, como as gírias. Através disto, visa construir “elos de contato”.

Em seguida, foi a vez do apresentador tocar os pedidos dos ouvintes, e fazer o anúncio da banda que participaria do programa no segundo bloco: A banda Agito Capilar. Em seguida, foi chamado o primeiro bloco de sons, todos eles são pedidos dos ouvintes via redes sociais ou telefone.

Galera, tem pedidos aqui no Twitter, tem pedidos no Facebook da Atlântida Santa Maria. Agora vamos disparar este bloco que a rapaziada preparou, só som maneiro, som bacana que o Ctrl A vai tocar agora para você! Então não sai daí que agente já volta! (OLIVEIRA, 2012)

Através da interação, os ouvintes podem participar mais assiduamente do programa com os envios de perguntas, pedidos musicais ou assuntos que gostariam que lhes fossem apresentados. Na maioria dos programas onde esta interação acontece, o público é um dos principais responsáveis pela montagem da atração. Entre estas ferramentas digitais, a mais utilizada é o Twitter, onde os próprios integrantes interagem diretamente com o público através de uma conta criada especialmente para divulgar assuntos relacionados ao programa, e também por intermédio de seus perfis pessoais.

Oliveira comanda o programa através de combinações que lhe rendem uma determinada autonomia de ação, combinada anteriormente com membros da equipe e até mesmo com os convidados. Para entender o que essa representação tão determinante do apresentador significa, começa-se a traçar o que foi chamado de “maneira” por Goffman (2010), que seriam as formas de interação de Oliveira. Como ele representa esse papel dominante durante as apresentações do programa e suas entrevistas.

Conforme Goffman (2010), existe de fato, uma visão idealizada da representação, que dá lugar a uma maior aceitação de um indivíduo especificamente:

Assim, quando um indivíduo se apresenta diante de outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo. (GOFFMAN, 2010, p. 41)

Ao fim do programa, Oliveira mandou um beijo para todas as mães pelo dia das mães, que seria no domingo, 13 de maio. Os músicos aproveitaram para falar “Fabiano, tu é uma mãe para todos nós” e o apresentador convocou os ouvintes para o próximo programa, onde seria comemorado o aniversário de 5 anos do Ctrl A.

Ctrl A – Programa de 02/06/2012

No segundo programa analisado, Fabiano Oliveira fez a sua tradicional abertura de todos os sábados. Após se apresentar para os ouvintes, se dirigiu a Arnaldo Réquia como seu “irmãozinho mais novo”, que manifestou o seu carinho e amizade pelo âncora dizendo “*E daí, meu querido, muito boa tarde para a galera que está curtindo os 94.3, estamos começando mais uma aventura pela mata selvagem das canções*”.

Em seguida, o apresentador fala sobre a atração que estará presente no programa:

Hoje, dentro do Ctrl A, agente tem uma atração bastante... Me dá um adjetivo muito bacana para descrever esta atração. Porque assim ó, é a história da música que vai ter uma pedacinho contada hoje. Eu diria um grande pedaço, grandes momentos da música gaúcha relatados aqui, seja em suas canções, seja em histórias, momentos lembrados aqui. Na verdade, tudo isso é uma prévia do que estará acontecendo logo mais à noite, Estamos falando do nosso querido Wander Wildner, que hoje faz show em Santa Maria e também os amigos talentosos da Inseto Social, que também tem muita história para contar na cena musical Santa-mariense. Então daqui a pouquinho aqui no estúdio da Atlântida Inseto Social e Wander Wildner, logo depois do boco musical. Não sai Daí! (OLIVEIRA, 2012)

Os enunciados de Oliveira remetem ao que Fausto Neto (1995) nos explica sobre estratégias definidas como contratos de leitura, como a existência de dispositivos que “[...] funcionam como uma espécie de “apanhamento”, “assédio”, “captura” do receptor, feitos no âmbito e na especificidade dos discursos [...]” (Fausto Neto, 1995, p.199). Ou seja, a “captura” do receptor nada mais é que jogos motivacionais utilizados no programa, algumas regras a fim de prender o ouvinte até o fim da programação. Esta estratégia pode ser identificada por intermédio de algumas motivações que fazem com que o público se mantenha focado até o final do programa, como, por exemplo, pedir que o ouvinte se mantenha “ligado” para não perder a atração que participará no próximo bloco.

Em seguida, Oliveira iniciou uma entrevista com seus convidados, indagando como iniciou a história das bandas, as influências, sobre o show no Teatro Treze de Maio, algo que era inédito para os músicos, enfim, o comunicador assumiu o papel de um questionador.

Em uma das perguntas, Oliveira perguntou sobre a diferença de um show tradicional para um show acústico. Os convidados falaram sobre a atmosfera diferente de uma apresentação para a outra:

Qual foi a maior mudança para a banda, na preparação para esse show no teatro, as músicas antigas em especial? A gente tem que mudar os arranjos, a forma de cantar, isso muda bastante. A gente acaba descobrindo coisas, que no meio da gritaria de um show de hard-core não é possível detectar. O diferencial do teatro, é que lá tem mais silêncio, a atitude é outra, o ambiente é outro, então, a música se faz mais presente. Enquanto na balada, as pessoas estão conversando, dançando e etc. (OLIVEIRA, 2012)

No fragmento acima, pode-se perceber que o mundo referencial e o ouvinte possuem uma relação estabelecida pela função do apresentador, que conforme Charaudeau (2006) tem várias funções, como a de orientador, quando faz um comentário ou conclusão; de moderador, quando redistribui as falas em entrevistas no estúdio e a função de delegado, no momento em que entrevistou os atores do espaço público, como organizadores de eventos, por exemplo. Oliveira conduziu a entrevista de maneira com que os seus convidados se sentissem à vontade, demonstrando uma identificação com os músicos para que se desenrolasse uma conversa descontraída e que se revelasse interessante para o ouvinte que estava escutando.

Após 20 minutos de conversas e risadas, Oliveira pediu para que Wander tocasse a música “eu tenho uma camiseta escrita eu te amo”, pedida pelos ouvintes do programa, via Twitter. Em seguida, seguiram as perguntas aos músicos. A maioria delas, Oliveira buscava consultar nas redes sociais, elaboradas pelos ouvintes.

Como se observou no primeiro capítulo, a participação do público em programas de rádio por meio dos novos canais de comunicação e do exercício da mediação, fez com que os ouvintes pudessem estar presentes na elaboração de conteúdos a todo o momento. Estas novas modalidades participativas oferecem vantagens importantes de interatividade entre ouvinte e apresentador. O condutor convoca o seu público para que se dê uma opção. A pergunta sobre determinado assunto e o reproduz para o entrevistado. Isto valoriza o sentimento de empatia e proximidade ao reconhecer a “permissão de falar”. Damas (2007) afirma que:

Especificamente, esta vantagem se faz particularmente presente nas modalidades que tem por objetivo expressar uma opinião, apontar informações, realizar perguntas ou denunciar alguma situação. Nesses casos,

a intervenção dos ouvintes podem contribuir para enriquecer o programas com visões diferentes do apresentador. (DAMAS, 2007, p.127)

Ao fim do programa, o comunicador agradeceu a presença dos convidados:

Só valeu moçada. Muito obrigado mesmo, de verdade para a galera que já adquiriu o seu ingresso antecipado pode curtir, logo mais a noite, tudo isso e muito mais no Teatro Treze de Maio. Quero encerrar o papo, pedindo para a Inseto Social deixar os seus contato aí para a galera da cidade e da região que está afim de contratar o show, por favor, os telefones de contato. Wander, vai deixar algum contato para algum produtor da região que queira levar o Wander Wildner para fazer bailes e afins? (OLIVEIRA, 2012)

Conforme Goffman (1985) a abordagem dramaturgica do ator tem a voz como agenciamento que dá disposição aos relatos. Os blocos do programa, criados especialmente para que a interação com os colaboradores e os ouvintes se efetive a cada momento, são operados pela voz que, corporificada, exerce força regulamentar no discurso radiofônico, que atua sobre os atores sociais envolvidos.

Crtl A – Programa de 09/06/2012

No terceiro programa, Oliveira iniciou o com notícia sobre o final do jogo da Euro copa entre Holanda e Dinamarca, Arnaldo Requia ainda falou sobre o caso Ronaldinho Gaúcho, que estava de saída do Flamengo. Neymar também foi assunto entre os comunicadores. Sobre o jogador do Santos e da Seleção Brasileira, Oliveira falava sobre uma possibilidade de ouro olímpico, em Londres para futebol e Arnaldo falou que isso jamais aconteceria, Fabiano perguntou o porque, Arnaldo respondeu que torcia para a Argentina, então Fabiano faz uma convocação aos ouvintes e internautas: “A partir de agora, vaias no twitter.com/atlantidasm para Arnaldo Requia, que é torcedor da Argentina”.

Aqui podemos lembrar o que Winocur (2007) fala sobre a mediação, que se pode fazer das mais diversas formas e sobre a interatividade, que é uma preocupação constante no diferentes meios e suportes de comunicação. Ao contrário da ideia de que a comunicação sustentada pelas novas tecnologias tende a transformar o público receptor em mero consumidor de informação, muitas são as formas que hoje o público encontra para participar na comunicação mediática, como a mais fundamental delas nos dias de hoje, a Internet.

Oh Arnaldo, agora tu vai ter que dizer o porque que tu falou isso? – Porque eu torço para a Argentina, ora! – A partir de agora, todo mundo mande vaias para o Arnaldo lá no twitter.com/atlantidasm, porque ele torce para a Argentina. Poxa vida Arnaldo, tu não tá falando isso né? Tem dois caras que eu conheço que fazem isso, é tu e Tomas, um amigo meu também que torce para os “hermanos”. (OLIVEIRA, 2012)

Oliveira convocou os ouvintes a participar do programa através do twitter da rádio Atlântida FM, de Santa Maria. Isto evidencia o que Salomão (2003) citou sobre a vinculação e o estímulo de fazer parte do processo de enunciação dentro do programa entre emissor e receptor. A imagem do rádio como companheiro e amigo revela, antes, que o veículo consegue estabelecer com o receptor, contratos que tem cláusulas a mais do que o jornal ou a própria televisão .

Relações marcadas pela demonstração de carinho, fidelidade e agradecimento. A estratégia da recriação da ambiência e uma ação mais direta sobre o imaginário do receptor propiciam isso, de certa maneira. O rádio é um convite permanente à imaginação, ao envolvimento e, mesmo, a cumplicidade na realização do processo enunciativo. No que diz respeito ao rádio, a sociabilidade que desponte dessa recepção, marcada pela paixão, pela identificação grupal, tem um caráter efetivador de aglutinações. (SALOMÃO, 2003, p.29)

Através das falas dos comunicadores, em especial a do ator central do programa analisado, Fabiano Oliveira, infere-se que os ouvintes são provocados a criar nexos e sentidos e imaginar um conjunto de cenas nas quais estão insertos, explicitar um cenário urbano com ampla articulação entre os ritmos do rádio e os ritmos dos habitantes da cidade.

A inserção em uma teia de vínculos, que marca o uso do *medium* rádio, nos permite compreender que cada indivíduo participa da comunicação; mais do que ser sua origem ou ponto de chegada, cada cidadão integra um imprevisível modelo orquestral de comunicação. (DAMAS, 2007, p. 184)

A noção de estratégia discursiva se enlaça com o conceito de contrato de leitura, como já se abordou na introdução, ou seja, de acordo com Verón (2004, p. 174): “O que cria um vínculo entre o suporte e seu leitor”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve por tema *Fabiano Oliveira e o programa Ctrl A: As estratégias utilizadas para conquistar o ouvinte jovem, na Rádio Atlântida FM de Santa Maria, 94,3 FM* e como objetivo entender quais são as estratégias de aproximação, através dos contratos de leitura e interação, que o comunicador Fabiano Oliveira utiliza para construir vínculos que o fidelizem com o ouvinte jovem. Devido à multiplicidade de sentidos produzidos no programa e o cenário musical amplo, é possível uma vasta possibilidade de análises que podem ser abordadas. Este estudo considerou três categorias como fundamentais: O contrato de leitura, a linguagem radiofônica e a interação. Foi através desta observação de categorias, que se pôde verificar a intencionalidade do programa em produzir relações de intimidade e estabelecer uma proximidade com o seu público. É visível a aproximação de Fabiano Oliveira com os ouvintes, esta característica é percebida em diversas ações que integram o programa. É por meio de interação e da *performance*, que o apresentador produz sentidos e traduz uma identificação por parte dos ouvintes. Ao transitar por estes sistemas simbólicos, a figura do apresentador é fortalecida por sua intimidade e identificação com o seu público-alvo.

No Ctrl A, existe um contrato de leitura, através do qual o programa visa constituir vínculos com ouvintes jovens de Santa Maria e região. Este processo ocorre através da interação com seu público. O que Verón (1985) nos diz sobre a relação entre um suporte de imprensa e seus leitores, que repousa sobre o que se denomina como um contrato de leitura. Esta relação é construída pelos suportes, ela visa criar e manter com seus ouvintes uma ligação ao longo do tempo. Dentro do contrato, encontram-se as estratégias discursivas utilizadas pelo apresentador Fabiano Oliveira, para entrar em contato com os ouvintes. Essas estratégias discursivas são constituídas de vários elementos linguísticos e simbólicos do universo dos receptores, como o modo de falar. Através disso é possível formar “elos de contato” entre emissor - receptor. Esses elos também são formados por outros fatores que o programa apresenta, como os assuntos discutidos e a maneira com que o locutor relaciona-se com os ouvintes.

Fabiano Oliveira produz um discurso onde demonstra intimidade e aproximação com o ouvinte jovem, no qual se dirige a ele como se conhecesse de longa data, como verdadeiros amigos conversam naturalmente.

A interação com os ouvintes e co-produtores do programa, evidenciam o que Salomão (2003) explica sobre a cumplicidade na realização do processo enunciativo, onde a recepção marcada pela identificação grupal tem um caráter efetivador de aglutinações. Fabiano Oliveira utiliza-se de métodos, como as redes sociais para interagir com os ouvintes. É através desses meios de conversação que o comunicador convida o seu público a participar de forma constante durante o programa ao ponto de se transformarem em co-produtores.

A linguagem radiofônica é outro instrumento fundamental para a fidelização com os ouvintes. O uso de recursos linguísticos do universo dos receptores, como as gírias, reproduzem nos ouvintes uma sensação de intimidade, amizade, cumplicidade e fidelidade. O receptor se reconhece no falar dos apresentadores, na linguagem simples e coloquial. Por isso, a importância do uso de gírias. Fabiano Oliveira se dirige ao seu público da maneira com fala com os outros dois apresentadores no estúdio.

A participação de convidados, que na maioria das vezes são nomes da música regional e nacional, também exerce um papel importante no programa. Ao convidar artistas que atraem o público, o programa encontra uma maneira de criar vínculos com os ouvintes, isso pode ser provado pelas perguntas enviadas pelos ouvintes/internautas aos convidados, o que caracteriza uma maneira de participação ativa no programa. Como Damas (2007) cita a inserção em uma teia de vínculos que nos permite compreender que cada indivíduo participa da comunicação no rádio, onde cada cidadão integra um imprevisível modelo orquestral de comunicação.

Este estudo permitiu antever que o futuro do rádio é longo e próspero. Um veículo que tem uma história repleta de magia e evolução, onde em alguma época foi alvo de extermínio com o surgimento de Televisão e que hoje se encontra vivo e atuante na maioria dos lares no nosso país. E sem dúvidas, jamais ficará parado no tempo e sempre se adaptará às novas tecnologias que ainda estão por vir neste mundo contemporâneo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

DAMAS, Susana Herrera. **Las nuevas modalidades para la participación de los jóvenes em la radio española.** Trípodos, número 20, Barcelona, 2007

FAUSTO NETO, Antônio. **Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. In: Diálogos possíveis.** Revista da Faculdade Social da Bahia, ano 6º, Nº2, 2007.

FAUSTO NETO, Antônio. **Deflagração do sentido. Estratégias de produção e recepção e de captura de recepção. In: Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasileinse, 1995.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana: tradução de original em inglês: The presentation of self in everiday life.** 14º ed. Petrópolis, Vozes, 2007.

GOFFMAN, Erving. **Comportamentos em lugares públicos.** Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio: textos e contextos.** Florianópolis: Insular, 2005.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação.** Coimbra: Minerva, 1999

MEDITSH, Eduardo. **Rudolf Arnheim e o potencial expressivo do rádio.** In: MEDITSCH, Eduardo. (org.) Teorias do Rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo Radiofônico e Vinculação Social.** São Paulo: Annablume, 2003.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo, RS: Editora da Universidade do Vale dos Sinos, 2004.

WINOCUR, Rosália. **La Participación en la Radio: Una Posibilidad Negociada de Ampliación del Espacio Público,**– Revvista Razón y Palabra, Número 55, 2007