



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE JORNALISMO**

ELISANGELA MENDES DA SILVA

**ELEMENTOS MOTIVADORES DO PROCESSO DE INTERAÇÃO NO PROGRAMA
PROSA E MELODIA DA RÁDIO PIEMONTE FM DE ALAGOA GRANDE
PARAÍBA**

**CAMPINA GRANDE
2019**

**ELEMENTOS MOTIVADORES DO PROCESSO DE INTERAÇÃO NO PROGRAMA
PROSA E MELODIA DA RÁDIO PIEMONTE FM DE ALAGOA GRANDE
PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Goretti Maria Sampaio de Freitas

**CAMPINA GRANDE
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586e Silva, Elisangela Mendes da.
Elementos motivadores do processo de interação no programa Prosa e Melodia da rádio Piemonte Fm de Áragoia Grande Paraíba [manuscrito] / Elisangela Mendes da Silva. - 2019.
22 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.
"Orientação : Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas, Coordenação do Curso de Jornalismo."
1. Rádio. 2. Rádio comunitária. 3. Interatividade. 4. Programa Prosa e Melodia. I. Título
21. ed. CDD 070.194

ELISANGELA MENDES DA SILVA

ELEMENTOS MOTIVADORES DO PROCESSO DE INTERAÇÃO NO PROGRAMA
PROSA E MELODIA DA RÁDIO PIEMONTE FM DE ALAGOA GRANDE PARAÍBA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharela em jornalismo.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Goretti Maria Sampaio
de Freitas

Aprovada em: 11/06/2019.

BANCA EXAMINADORA

Goretti M. Sampaio de Freitas
Prof. Dr. Goretti Maria Sampaio de Freitas (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria de Fátima Cavalcante Luna
Prof. Me. Maria de Fátima Cavalcante Luna
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Robéria Nádia Araújo Nascimento
Prof. Dr. Robéria Nádia Araújo Nascimento
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1 INTRUDUÇÃO.....	08
2 CAMINHOS DA TEORIA.....	09
2.1 Rádio e interação.....	10
2.2 Rádio Piemonte Fm.....	13
2.3 Programa Prosa e Melodia.....	15
2.4 A produção do programa.....	16
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
4 REFERÊNCIAS.....	20
5 APÊNDICE.....	21

ELEMENTOS MOTIVADORES DO PROCESSO DE INTERAÇÃO NO PROGRAMA PROSA E MELODIA DA RÁDIO PIEMONTE FM ALAGOA GRANDE PARAÍBA

Elisangela Mendes da Silva*
Goretti Maria Sampaio de Freitas†

RESUMO

Este artigo propõe observar a interatividade no programa Prosa e Melodia da rádio Piemonte Fm, buscando identificar os elementos que motivam os ouvintes a interagirem com o programa. A pesquisa de natureza qualitativa utilizou o método da observação participante. A sustentação teórica do trabalho se embasou nos autores Fragoso (2001), Primo e Cassol (1999) que tratam da interatividade enquanto Quadros (2013), Lopez e Quadros (2014) contribuíram sobre as formas de interação ao longo da história do rádio. O novo cenário do rádio digital também foi estudado através dos autores Prata (2008), Bianco (2012) e Neuberger (2012) que abordam as diversas possibilidades de interação oferecidas pelo novo rádio, quando ele se insere na internet e passa a utilizar as redes sociais. Os resultados da pesquisa apontam que o principal motivo que leva o ouvinte interagir com o programa Prosa e Melodia é para solicitar música e usam o aplicativo whatsapp para fazer essa interação, pois, segundo os ouvintes que foram entrevistados, as novas ferramentas favorecem esse processo de participação. Em tempos das novas tecnologias da comunicação o Rádio tem se configurado cada vez mais como um meio extremamente interativo, ampliando junto aos ouvintes espaços de receptividade no processo comunicacional.

Palavras-Chave: Rádio; Rádio comunitária; Interatividade; Programa Prosa e Melodia.

* Aluna do curso de jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba, email: elisamendes94@gmail.com

† Professora Dr^a do curso de jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba, email: gmscg@uol.com.br
lattes: <http://lattes.cnpq.br/5216811675541316> Fone: 99970367

ABSTRACT

This article proposes to observe the interactivity in the Prose and Melody program of the Piemonte FM radio seeking to identify the elements that motivate the listeners to interact with the program. Qualitative research used the participant observation method. The theoretical support of the work was based on the authors Fragoso (2001), Primo and Cassol (1999) who deal with interactivity while Quadros (2013), Lopez and Quadros (2014) contributed to the forms of interaction throughout radio history. The new scenario of digital radio has also been studied through the authors Prata (2008), Bianco (2012) and Neuberger (2012) who discuss the various possibilities of interaction offered by the new radio, when it enters the internet and starts to use the networks social rights. The results of the research indicate that the main reason the listener interacts with the Prose and Melody program is to request music and use whatsapp application to make this interaction because, according to the listeners who were interviewed, the new tools favor this process participation. In times of the new communication Technologies, Radio has become more and more an extremely interactive medium, expanding with the listeners spaces of receptivity in the communicational process.

Keywords: Radio; Community radio; Interactivity; Prose and Melody program.

1 - INTRODUÇÃO

O termo “interatividade” ou adjetivo “interativo” está presente nas mais diversas áreas do conhecimento como aponta Primo e Cassol (1999) e, ultimamente parece que se tornou algo muito usual. Tem-se entendido que qualquer ícone clicável, objetos que respondem a ações, brinquedos, programas de TV e serviços online se constituem como interativo. Toda essa valorização da interatividade é reflexo do surgimento e desenvolvimento das novas tecnologias aliados a computação de onde vem o termo segundo Fragoso (2001). Através da informática e em seguida com a internet, as possibilidades de interação aumentaram, potencializando essa que uma das mais importantes características do rádio.

A interatividade é tida como símbolo essencial dos mais modernos meios de comunicação. Porém, sua essência moldada nas interações entre sujeitos, sejam elas intermediadas pela técnica ou não fazem parte desde os primórdios da história de um dos mais tradicionais veículos de comunicação que é o rádio. Acompanhando as tendências da tecnologia, os veículos de comunicação do mundo todo passaram a usufruir das ferramentas oferecidas pela pós-modernidade. Seja ele um veículo de grande tradição no mercado ou, até mesmo as pequenas rádios comunitárias. Do programa nacionalmente conhecido ou, aquele em nível local.

Nesse sentido, o programa Prosa e Melodia da rádio Piemonte Fm é um exemplo do uso dessas ferramentas para expandir a abrangência de seus conteúdos, disponibilizando informações e explorando a interação com o público. Diante das transformações que o rádio vem tendo que se adequar com as novas tecnologias, pretende-se nesse trabalho analisar o processo de interação do programa Prosa e Melodia a partir do uso das redes sociais, além de identificar os elementos que motivam essa interação, verificar quanto a atualização das redes sociais no processo de criação de conteúdos do programa e observar o processo de produção do programa a partir da participação do ouvinte.

O referente artigo traz a seguinte problematização a ser analisada: com o advento das novas tecnologias surgiram novos métodos de interação, quais mudanças foram observadas no programa prosa e Melodia da rádio Piemonte Fm? Este artigo poderá gerar contribuições acerca de como está se dando o processo do rádio hoje através dessas novas configurações.

A técnica de pesquisa para executar o trabalho é a de observação participante, que possibilita a inserção do pesquisador no local a ser estudado. Entre os anos 80 e 90 essa metodologia ganhou espaço nos estudos da comunicação no Brasil, motivada pela realização

de uma pesquisa mais inovadora com qualidade, almejando um alto grau de profundidade e com propósito de ir além em relação aos estudos críticos, Peruzzo (2003).

Segundo Peruzzo na observação participante

O pesquisador se insere, participa de todas as atividades do grupo pesquisado, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação. Porém, o investigador não “se confunde”, ou não se deixa passar por membro do grupo. Seu papel é de observador. Exceto em situação extrema, em que o pesquisador, por opção metodológica, decide deixar-se passar por membro do grupo²⁶, acreditando ser a melhor forma de poder captar as reais condições e sentimentos do investigado. (PERUZZO, 2003).

Para a obtenção de maiores subsídios acerca dos elementos que motivam o processo interativo no programa, foi utilizada a metodologia da observação participante durante os dias 6 a 9 de maio de 2019. Foram feitas observações em quatro programas realizados nos horários das 8 às 10. Observamos como os ouvintes entraram em contato e passaram a interagir com o Prosa e Melodia durante a semana em que estivemos acompanhando a produção do programa. Foram feitos registros através de anotações e realizadas entrevistas com o diretor administrativo para a construção de aspectos histórico da emissora, com a locutora que também é a produtora para saber como se configura o programa, também entramos em contato com alguns ouvintes por meio de aplicativo de mensagem para colher algumas informações obtidas através de questionários para enriquecer o trabalho.

Para fundamentar este trabalho citamos Prata (2008), Bianco (2012) e Neuberger (2012) que discorrem sobre o rádio e sua evolução. Para tratarmos de interação/interatividade recorremos a Primo e Cassol (1999) e Fragoso (2001), sobre interação radiofônica mencionamos os escritos de Quadros (2013), Lopez e Quadros (2014).

2 - CAMINHOS DA TEORIA

O rádio sempre fez parte da vida das pessoas, essa proximidade intensificou-se com a portabilidade dos aparelhos, potencializou-se com a mobilidade em tempos de internet e celular. Diante dessa nova forma de consumo midiático o rádio conseguiu sobreviver graças a sua característica natural de ser constituído pelo código sonoro, que desperta esse vínculo de proximidade e interação informal, Bianco (2012).

O rádio hoje está cada vez mais individualizado, conforme Neuberger (2012, p.81) “está presente não só em aparelhos convencionais, mas em celulares, MP3, MP4, tablets, etc., o que o torna, às vezes mais presente e mais discreto ao mesmo tempo”. Neuberger

afirma que o rádio digital chegou de forma tardia no Brasil, mas trouxe uma qualidade de som ainda maior, porém a internet superou, com suas infinitas possibilidades.

Para Del Bianco (2016) Os meios de comunicação aderiram expressivamente ao ambiente da internet, o ‘fenômeno da convergência’, definido por Jenkins (2009) como

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, á cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que estão imaginando estar falando. (JENKIS, 2009, p.29).

É uma nova forma de interação com os meios tradicionais que estabelece outro tipo de relação com o público. Não é uma novidade, sempre foi indispensável no processo de transformação em todo os tempos e em decorrência da força dos recursos oferecidos pela tecnologia digital na contemporaneidade ganha características diferenciadas, Bianco (2012). Com as rádios na internet, o rádio se reinventou, mas nem sempre acontece com outros meios de comunicação à medida que “se não houver adaptação, o meio tende a desaparecer”, Bianco (2012, p.19).

O rádio não poderia ficar inerte a esse aparato, há necessidade de se apropriar dessa comunicação móvel, não apenas como instrumento de comercialização, mas como negócio que depende da participação e do desenvolvimento tecnológico. Ao se inserir na internet a primeira mudança que ocorreu no rádio foi o rompimento das fronteiras, possibilitando o acesso a esse meio de qualquer lugar do mundo. O rádio na web ou webrádio ganhou caráter multimídia, assumiu aspecto de som e imagens constituindo e promovendo uma estrutura diversificada, Neuberger (2012, p.126). De forma online, o rádio afeta a cultura de um povo na medida em que surgem novas formas de linguagens também aumenta as possibilidades de interação. As grandes filas e telefonemas nas emissoras de rádio, na internet são substituídos por outras formas de comunicação como enquetes e redes sociais, a participação popular é ampliada por estes canais e a noção de participação se estende de troca de informações para cooperação, (NEUBERGER, 2012, p. 126).

2.1 Rádio e interação

Quando o rádio no Brasil ensaiava seus primeiros passos, a interatividade já se fazia presente, através de cartas os ouvintes confirmavam a entrada do sinal em suas casas no período das transmissões experimentais. Em seguida surgiram então, os programas de auditório que levavam o ouvinte para dentro das rádios e o espectador conquistava um lugar

na programação participando de quadros, brincadeiras e promoções. Ameaçado pela chegada da televisão, o rádio recorre a uma comunicação mais ágil e voltada para a informação na tentativa de restabelecer o diálogo com o ouvinte, surge o radiojornalismo com a reportagem volante; nesse momento o rádio volta-se de forma mais direta aos interesses dos ouvintes, dando-lhes um papel importante na comunicação radiofônica.

A segmentação das rádios no Brasil intensificou-se com a tecnologia responsável pelas emissões em frequência modulada. A programação em FM era voltada para transmissão de música. Essa segmentação estimulou uma maior participação e interação, tendo em vista a identificação do ouvinte com o conteúdo. A partir dos anos 70 o ouvinte passou a interagir mais com o rádio devido à popularização do telefone fixo. O uso do telefone potencializou a interatividade, possibilitando uma participação mais efetiva do ouvinte, quando a voz dele é inserida no ar, por exemplo. Klöckner (2011) diferencia três tipos de interatividade no rádio:

- a) Completa: é a que oportuniza o diálogo direto e ao vivo, em circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e tréplicas; b) Parcial: estabelecida quando, igualmente no mesmo tempo e espaço, o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou tréplica; c) Reacional: ocorreria quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que ele próprio exija ou obtenha uma resposta, como no caso de envio de e-mails e de torpedos à rádio que são apenas lidos no ar. (KLOCKNER, 2011, P. 127)

Após o telefone fixo, o próximo avanço tecnológico que chegou para possibilitar mais interação com o ouvinte foi a popularização do celular que agregou mobilidade ao rádio. A telefonia móvel impactou tanto no âmbito da produção, quanto na audiência. As múltiplas funções dos aparelhos viabilizavam formas de interação como é o caso do envio de mensagens, o ouvinte podia fornecer informações e receber conteúdos das emissoras.

Os anos 90 marcaram a entrada do rádio na internet. Neste espaço o ouvinte/internauta tem mais possibilidades de interagir, pois o leque de oportunidades foi ampliado disponibilizando de forma gratuita diferentes ferramentas. O acesso a internet por redes de Wi-fi e 3G desenvolvido pela tecnologia, tornou possível uma interação ainda maior dos ouvintes através de aplicativos de celular.

Ao explorar as ferramentas digitais, o rádio possibilita que o ouvinte assumira uma postura mais ativa, crítica e participativa. Entre os novos canais para participação do ouvinte, destacam-se as redes sociais. O whatsapp, o Instagram, o Facebook, entre outros, são cada vez mais utilizados por emissoras de rádio, configurando assim novas formas de comunicação entre ouvinte e comunicador.

As redes sociais configuram-se como grupos que se relacionam, interagem, se conectam e estão ligados por laços. Não são exclusividade da internet, porém à medida que a

internet promoveu mudanças na sociedade, as redes sociais migraram do ambiente real para o virtual. Caracterizadas pela persistência, procura, reprodução e audiência as redes sociais ganharam importância ao tornar possível o fluxo de informações diversas pela rede. Logo, os meios de comunicação puderam explorá-las de modo que não bastava apenas estar no espaço e sim permitir que os sujeitos tenham voz e sejam ouvidos, Lopez e Quadros (2014).

A webrádio surgiu em 1995 nos Estados Unidos e só três anos depois chegou ao Brasil. Com essa nova vertente da radiofonia o modelo de suporte tradicional ficou de lado e o acesso passou a ser feito pelo computador. Ao estudar temas relacionados à web, Prata (2008) comenta que é indiscutível não analisar as homepages de determinados sites, pois entende-se que ela é a página principal e a porta de entrada que recebe o usuário e, no caso das homepages de emissoras de rádio suas configurações serão determinantes para saber se há interação mais ou menos eficaz com o usuário. O novo modelo de rádio resignificou o invento de Marconi e, agora o usuário não apenas ouve as mensagens, mas também as encontram em forma de texto, vídeos, desenhos e hipertextos. O veículo rádio está atravessando diferentes fases e vive um modelo convergente onde seus serviços se integram.

O rádio hipermediático demanda uma nova postura e adoção de ferramentas variadas por parte dos seus comunicadores. “Um repórter de rádio, por exemplo, deve ter conhecimento que lhe permita desenvolver vídeos, textos, fotografias, infografias ou *áudio-slideshows*. Entretanto, este conhecimento não precisa ser exato ou intenso. Ele deve, sim, saber fazê-lo”, Lopez (2010, p. 127). É preciso pensar a informação para além do som, sob uma perspectiva mais ampla. O rádio agora reúne produções multimídias, com possibilidade de personalização, mais canais de diálogos e interação com o público estão mais presente. As novas ferramentas trazidas pela tecnologia de informação e comunicação fazem parte do processo de reestruturação do rádio, o uso combinado dessas funções e plataformas possibilita recepção imediata das informações, apuração mais ágil e o ouvinte é mais ativo “busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar”, Lopez (2010, p. 128).

As inovações propiciadas pelas novas tecnologias possibilitam que o público seja multitarefa, ao ouvir o rádio pelo celular o ouvinte tem um consumo de informação individualizado, mas potencializado pelas ferramentas de interação via mensagens instantâneas, telefonemas, arquivos de imagem e vídeo, conexão com a internet que permitiu ter acesso as outras ferramentas como whatsapp.

Uma das novidades que as novas tecnologias traz consigo é a forma de interação com o público e, no rádio a digitalização proporciona essas novas possibilidades interativa.

Interação, segundo o dicionário significa: ação que se exerce mutuamente entre duas ou mais coisas, ou duas ou mais pessoas; ação recíproca. A webrádio mantém algumas das formas de interação radiofônica, mas já existem as específicas do meio digital que coloca o público numa condição ativa, transformando o receptor em produtor de conteúdo. Em uma rádioweb o público sugere músicas, posta recados, direciona a programação da emissora transformando interação na sua marca mais importante, Prata (2008).

A palavra interatividade segundo Frago (2001), deriva “do neologismo inglês *interactivity*, foi cunhada para denominar uma qualidade específica da chamada computação interativa (*interactive computing*)”. O termo na computação surgiu para deixar clara a qualidade da transformação da relação usuário-computador. Essa transformação diz respeito a incorporação de periféricos de entrada e enunciação de dados, que é vista como a primeira forma de diálogo entre o homem e a máquina. Hoje em dia, tanto leigos quanto conhecedores técnico-científico tem considerado que “havendo ícones clicáveis e textos quebrados em partes e ligados por palavras-âncora ou imagens (*hyperlinks*) o produto constitui exemplo definitivo de interatividade”, conforme Primo e Cassol (1999, p. 1).

Interatividade hoje está ligada a informática, mas já vem sendo estudada em outras áreas com a sociologia, filosofia, biologia e a geografia, para essas ciências a interação é vista como “as relações e influências mútuas entre dois ou mais fatores, entes, etc”, Primo e Cassol (1999, p. 2). No ambiente informático os interagentes podem navegar por onde quiser, porém só podem agir nos limites permitidos pela programação, nesse sentido interação se dá de forma mútua e negociada.

Para Primo (2000) diferenciar o que é interativo do que é reativo é fundamental para entender sobre interatividade. Segundo ele em um sistema interativo o espectador deve ser autônomo e no reativo o sistema deve ser pré-estabelecido de escolhas. Logo, a relação reativa não será interativa porque se caracteriza como programada e impede o usuário de criar. Porém, pode supor a relação reativa como um tipo de interação, mas não pode permitir que um sistema reativo se torne modelo essencial de interação.

Considerando a interação como elemento intrínseco ao meio radiofônico este artigo propõe analisar os elementos que são motivadores do processo de interação no programa Prosa e Melodia da rádio Piemonte Fm.

2.2 Rádio Piemonte Fm

A rádio comunitária Piemonte Fm localizada na cidade de Alagoa Grande, brejo paraibano foi fundada em Março de 1998 por um grupo de cidadãos Alagoagrandenses

preocupados com o desenvolvimento geral da sociedade, mas só foi legalizada em 27 de Março de 2005. Funcionava com 5 watts de potência e, portanto não alcançava toda cidade, sua programação começava as 05:00 e se estendia até a 00:00. Atualmente a emissora funciona com 25 watts de potência, conseguindo abranger toda cidade e parte da zona rural pelos transmissores, mas há planos para mudar sua frequência e assim alcançar outras localidades.

De acordo com Neuberger, 2012 rádio comunitária é definida como

A radiodifusão comunitária é uma radiodifusão sonora, em modulada (FM), de baixa potência (25 watts) e cobertura restrita ao raio de 1 km a partir da antena transmissora. Além disso, é preciso que a estação de rádio comunitária seja comprometida com a pluralidade, sem qualquer tipo de censura, abrindo espaço real à expressão de todos os habitantes da região atendida. Assim, elas representariam um grande potencial ao proporcionar condições reais de democratizar a comunicação no país, garantindo às pessoas o exercício pleno da sua cidadania. (NEUBERGER, 2012, P. 24)

Além do Prosa e Melodia, a grade da emissora é composta pelos programas “Forroço da Piemonte, Balanço Esportivo, Pertinho de Você, Show do Brega, Clube da Jovem Guarda e Comando do Povo”, que são programas fixos, este último é considerado o mais ouvido segundo Tamyres Dysa locutora da emissora, por se tratar de um programa voltado para o informativo local, onde o tema política sobressai, além de ser veiculado ao meio dia, horário que consegue reunir as famílias em casa. Mas, muitos dos espaços da emissora são ocupados por programas das igrejas, especificamente as evangélicas.

A Piemonte Fm não tem uma linha editorial definida, porém, seus membros são alertados pela direção a agirem dentro da conduta ética sempre que utilizarem os microfones, pois trata-se de uma rádio comunitária que tem por finalidade a pluralidade. A emissora não tem prédio próprio.

Sua inserção na internet se deu no ano 2014 e, a partir daí os ouvintes de outras partes da cidade e até de outros estados puderam sintonizar a 87,9. Desde que foi inserida na internet até a data desta pesquisa 7 de Maio de 2019 a rádio somava mais de 70 mil acessos[‡]. A Piemonte FM também tem a disponibilidade do público uma conta no Instagram e outra no Facebook, além de disponibilizar contato pelo whatsapp.

No ano 2018 a Piemonte criou um grande evento que levou o nome de “Caravana Piemonte” onde o objetivo era presentear os moradores com um dia diferenciado, levando entretenimento e alguns serviços básicos para áreas da cidade que ficam afastadas do grande centro onde tudo acontece e cumprir assim seu papel que é servir à comunidade.

[‡] Informação repassada pelo diretor administrativo da emissora Sr. Sátiro Ayres.

2.3 Prosa e Melodia

O Prosa e Melodia é um dos mais recentes programas que compõe a grade da emissora, surgiu no final do ano 2017. O programa é uma idealização da própria locutora e produtora Tamyres Dysa, com o propósito de levar informação com entretenimento para o público. Vai ao ar de segunda a quinta, das 8 as 10 da manhã. O programa é constituído pelo bloco de notícias onde são repassadas informações dos principais portais online do país; o resumo das novelas onde são divulgados os capítulos do respectivo dia e do dia seguinte via portal da emissora das telenovelas; o horóscopo do dia em que são lidas as mensagens do zodíaco, também fornecidas pela plataforma online. O programa também dá espaço para os artistas ou profissionais que queiram contribuir com o desenvolvimento da localidade. E alternando entre um bloco e outro a participação dos ouvintes interagindo por ligação ou aplicativo de mensagem, solicitando seu pedido musical, pedindo alô ou parabenizando alguém especial.

Apesar de recente, o programa pode ser considerado um dos mais ouvidos segundo a apresentadora, seu público é constituído por pessoas que estão em casa realizando serviços do lar e por profissionais lojistas que permitem o uso do aparelho de som nos seus estabelecimentos. A participação dos ouvintes foi intensificada no programa a partir do uso do whatsapp web, ferramenta que dá oportunidade do ouvinte interagir por alguns segundos através do áudio que ele envia. A diversidade inerente ao programa oferece a possibilidade do ouvinte se fazer partícipe no processo da comunicação, que na verdade são elementos que norteiam a interação .

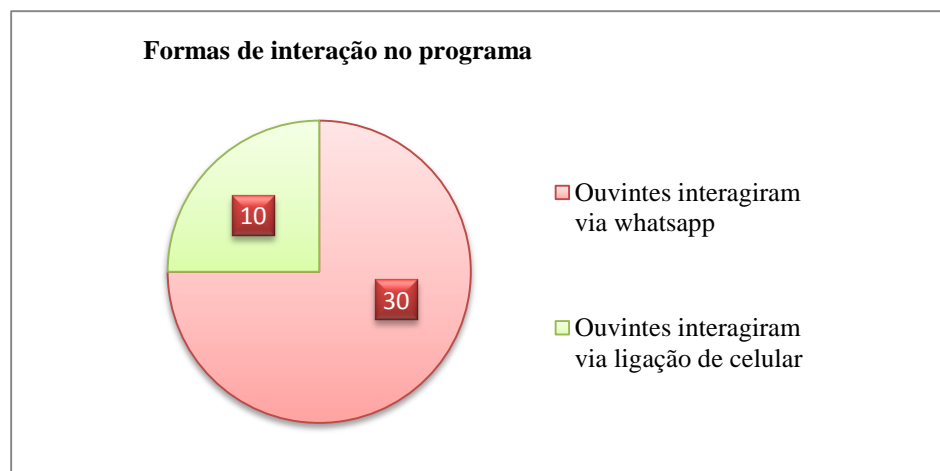
O Prosa e Melodia não têm redes sociais próprias, ele faz uso das páginas do facebook e o do instagram da emissora para compartilhar alguns conteúdos do programa, como por exemplo, repassar as informações do bloco de notícias, chamar o publico através de postagens para participar das promoções do programa e divulgar respectivamente os ganhadores desses sorteios. Ajuda através de postagens ao ouvinte que procura o programa para divulgar suas necessidades, como animais de estimação desaparecidos, além de outras prestações de serviços. São publicações que diariamente o ouvinte/internauta pode conferir nessas redes sociais.

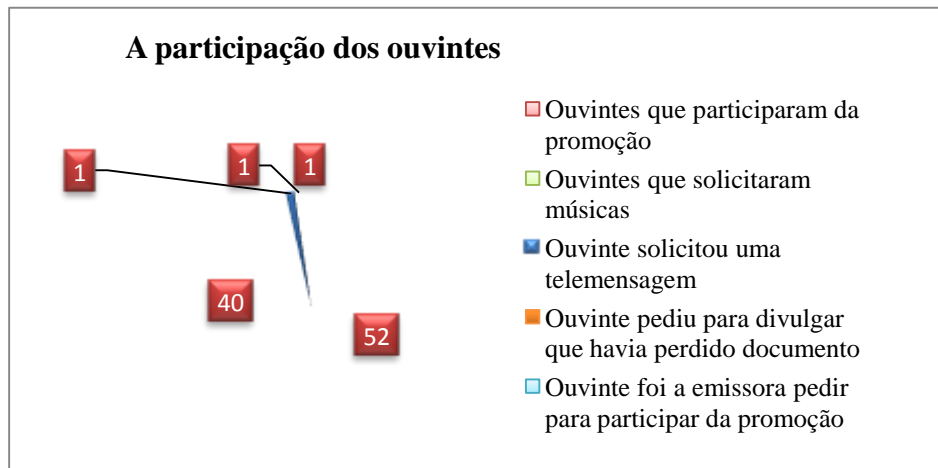
O programa *Prosa e Melodia* têm em si a característica de, conversar com os ouvintes através das informações que lhes são repassadas e entreter através principalmente da música, demonstra interatividade e participação dos ouvintes.

2.4 A produção do programa

A partir das oito horas da segunda-feira, horário e dia que o programa começa a ser veiculado, a locutora já inicia atendendo pedido musical do ouvinte que enviou mensagem, solicitando música direto do seu local de trabalho e aproveitou para se parabenizar. Sempre acontece dos ouvintes pedirem músicas através do whatsapp da locutora antes mesmo do programa ir ao ar e até mesmo no dia anterior, isso garante que o pedido será executado primeiro. O aplicativo whatsapp é uma realidade nas redações e emissoras de rádio e televisão, e tem cada vez mais ampliado a troca de informações através do áudio, de mensagem de texto, imagens e vídeos

Durante a observação pudemos constatar que a maioria dos ouvintes usa o whatsapp para pedir música através de áudio ou mensagem de texto, oferecendo aos parentes e amigos e, apenas 10 pessoas fizeram ligações de celular para esse tipo de interação. Pudemos perceber também que alguns ouvintes estão sempre participando diariamente do programa, como é o caso dos ouvintes Armando que participa solicitando sua música por meio da ligação e a Melícia Pires que se apropria do aplicativo de mensagem para interagir, ambos participaram do programa durante os quatro dias em que estava sendo realizada essa pesquisa. Na verdade esta é uma realidade presente nas emissoras de rádio que têm como referência o entretenimento, usam mais as redes sociais para se comunicar com o público de maneira que as pessoas possam pedir músicas. O Programa em análise não foge a essa característica, conforme demonstração no quadro abaixo.





Identificamos também que as mensagens enviadas pelos ouvintes são lidas no ar e na íntegra, já os telefonemas são atendidos fora do ar, exceto quando tem promoções, nesse caso entende-se que é necessário dar voz ao ouvinte, validando a sua participação na referida promoção.

Observamos que há dias em que a demanda de pedidos musicais é grande, isso implica dizer que houve muitas participações, logo, não dar para atender todos os ouvintes e quando isso ocorre a locutora avisa que as músicas serão executadas no programa do dia seguinte e, isso é um fato que ocorre frequentemente segundo a locutora.

Verificamos que alguns ouvintes já mandam o áudio da música que deseja ouvir ou link da telemensagem que quer oferecer ao aparente ou amigo aniversariante, essa comunicação via whatsapp é feita diretamente para o número da locutora que compartilha seu contato com o público, com a percepção de que essa forma aproxima mais o ouvinte do programa.

A prestação de serviços também é um dos motivos que faz com que o ouvinte participe do programa, em um dos dias que estivemos no studio uma ouvinte ligou pedindo para divulgar que havia perdido um documento. Isso acontece frequentemente, mas de forma presencial, o ouvinte se desloca até o a emissora e passa a ter uma interação face a face com a locutora. Tal realidade se justifica tendo em vista que a cidade é pequena, o deslocamento é viável e o acesso a emissora não é dificultado, é uma questão cultural da localidade, a própria emissora dispõe de uma caixa que guarda pertences que foram encontrados e deixados lá, especificamente muitos documentos pessoais.

Durante a semana em que estivemos observando, o programa realizou uma promoção referente ao dia das mães onde o ouvinte ligava ou mandava áudio respondendo quais estabelecimentos estavam doando os brindes do sorteio, foram registradas 52 participações entre mensagens de voz e telefonemas, mas alguns ouvintes não conseguiram participar

porque o tempo disponibilizado para as ligações foi curto e a demanda de participações foi grande. Vale ressaltar que enquanto estava acontecendo essa promoção, uma ouvinte que não tinha como ligar ou mandar mensagem foi até a emissora pedir para participar. Isso ratifica o quanto as promoções ainda são carro chefe dos programas de rádio com viés de entretenimento e responsáveis pela grande interação dos ouvintes para com os programas. A forma de interação presencial entre o ouvinte e o locutor é uma das mais raras no rádio hertziano, segundo Prata (2008).

Em uma pesquisa realizada com alguns ouvintes aleatórios do Prosa e Melodia a cerca da sua participação no programa, identificamos que os elementos que motivam sua participação são: a competência e capacidade da locutora, diversidade do programa que o torna interessante de ser ouvido, espaço destinado aos ouvintes. Um dos ouvintes respondeu que participar lhe deixa feliz, já o outro afirmou que através do programa faz sua voz ser ouvida à medida que a locutora insere seu áudio no ar e que consegue alegrar seus colegas quando menciona seus nomes nas mensagens que foram enviadas.

A maioria dos ouvintes escuta o programa diariamente e todos foram unânimes ao responder que as novas ferramentas ajudam no processo de interação com o programa e uma ouvinte ressaltou que se não houvesse o whatsapp, participaria por meio de ligação. Todos os entrevistados relataram que já influenciou algum parente ou amigo a participarem do programa. Uma ouvinte, por exemplo, enfatizou que pede para as vizinhas ligarem o rádio na hora do *Prosa e Melodia* e que disponibiliza o número da locutora para elas entrarem em contato.

Além de músicas os ouvintes mencionaram que entram em contato com o programa para pedir que a gestão pública busque solucionar serviços básicos da cidade. Foi verificado também a partir desta pesquisa com os ouvintes que há reciprocidade por parte da produção do programa, ou seja, a produtora costuma responder às interações dos ouvintes.

Para Onildo Soares e Melícia Pires ouvintes assíduos desde os primeiros programas, os fatores que os motivam a interagirem com o *Prosa e Melodia* são: a forma que o programa é estruturado, o horário, o livre arbítrio que o ouvinte tem de escolher a sua música, as promoções ofertadas pelo programa, a receptividade seja ela face a face; por aplicativo de mensagem ou telefonema, e consideram que a locutora tem carisma e preparação para conduzir o programa. Juntos, todos esses elementos segundo eles resultam em um programa descontraído.

Segundo a ouvinte Melícia Pires as novas ferramentas facilitam muito esse processo de interação “porque a internet tem sido o meio que muitas pessoas têm encontrado para se

comunicar”[§], ela que participa diariamente do programa também utiliza o espaço para fazer apelo e se comunicar com sua família através da sua participação e acaba influenciando familiares e amigos a interagirem com o Prosa e Melodia, “hoje minha família interage junto comigo, por exemplo, mãe, sogra, irmãos, esposo, sem falar no meu filho Lucas de 1 ano e 11 meses que todos os dias fica ligadinho”.

De acordo com Prata (2002), quem determina a audiência e a fidelidade dos ouvintes de rádio são as próprias emissoras, alguns fatores como: talento dos profissionais, produção de qualidade, serviços que são oferecidos ao público e postura perante aos ouvintes são determinantes. Ainda segundo a autora o ouvinte fiel, sente-se, de alguma forma, parte da vida da emissora e chega a induzir outras pessoas a também fazerem parte do público.

3 CONSIDERAÇÕES

Podemos perceber que o rádio sempre manteve boas relações com o público e que essa relação aumentou a partir do momento que os aparelhos se tornaram portáteis e móveis, a chegada da internet e das ferramentas tecnológicas fez surgir uma nova forma de consumir rádio e que apesar dessas novas maneiras de ouvi-lo é o fato de ele ser constituído pelo som que o mantém vivo e capaz de provocar uma interação informal.

O programa *Prosa e Melodia* têm em si a característica de, conversar com os ouvintes através das informações que lhes são repassadas e entreter através principalmente da música, demonstra interatividade e participação dos ouvintes. Um dos fatores contribuintes por apresentar uma boa relação com o público é o fato de o ouvinte ser responsável por compor o bloco musical do programa de forma que ele é livre para escolher a música de sua preferência fazendo com que o ouvinte se sinta á vontade para participar. Foi verificado ainda que a qualidade do profissional que está à frente do programa contribui para que o ouvinte se interesse em participar, percebemos também que participar do programa é uma forma que o ouvinte busca para se comunicar com os seus parentes e amigos. Podemos constatar que o ouvinte do programa é um público cativo, estão sempre reservando um tempo do seu dia para interagir, foi percebido que os ouvintes usam o rádio como parte de seu cotidiano. Observamos que o uso do aplicativo whatsapp é predominante no programa, as outras redes sociais que os ouvintes têm a disposição não rendem muita participação direta com o Prosa e Melodia, os conteúdos que o programa disponibiliza nas redes sociais da emissora geram comentários e visualizações, não há sugestões por parte do ouvinte/internauta.

[§] Entrevista realizada em 3 de Maio de 2019

Ao se utilizar dessas novas ferramentas de interação, sobretudo as redes sociais, o rádio ampliou ainda mais essa ligação com os ouvintes que antes apenas tinha função de receptor e agora é partícipe da construção dos programas, por exemplo.

Ao longo desta pesquisa observamos que o rádio vem se adaptando bem ao processo de reconfiguração, deixando para trás a premissa de que com o advento tecnológico ele não mais existiria. Ele se reinventou e ressignificou a sua mais potente característica que é a interação.

4 REFERÊNCIAS

DEL BIANCO, Nelia. **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.

FRAGOSO, Suely. **De interações e interatividade**. Revista Fronteiras: estudos midiáticos. São Leopoldo, v. 3, n. 1, p. 83-96, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KLÖCKNER, Luciano. **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil**. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

LOPEZ, Débora Cristina. QUADROS, Mirian Redin de. **Rádio e redes sociais: novas ferramentas para velhos usos**. Intexto, Porto Alegre, n. 30, p. 166-183, 2014.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**, São Paulo – v. 14, n. 27, p. 125-134, jun. de 2011.

PERUZZO, Cecilia. **Da observação participante à pesquisa-ação em comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos**. Minas Gerais, Intercom, 2003.

PRATA, Nair. **A fidelidade do ouvinte de rádio**. Bahia, Intercom, 2002

------. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2008

PRIMO, A. F. T.; CASSOL, M. B. F. **Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias**. Informática na Educação: teoria & prática, Porto Alegre, v. 2, n. 2, 1999. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286>>.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo**. Revista da Famecos, n. 12, jun. 2000, p. 81-92

NEUBERGER, Rachel. **Rádiodifusão: aspectos legais e índices do rádio na atualidade**. Bahia: Ufrb, 2012

QUADROS, Mirian Redin de. **O ouvinte no rádio: uma análise histórico-descritiva da interatividade radiofônica**. Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Minas Gerais, 2013.

Outras referências

AYRES, Sátiro. Diretor administrativo. Entrevista concedida a Elisangela Mendes em Alagoa Grande em 7 de Maio de 2019.

DYSA, Tamyres. Produtora e apresentadora do programa. Entrevista concedida a Elisangela Mendes em Alagoa Grande em 4 de Maio de 2019

PIRES, Melícia. Ouvinte do Programa. Entrevista concedida a Elisangela Mendes em 3 de Maio de 2019

SOARES, Onildo. Ouvinte do programa. Entrevista concedida a Elisangela Mendes em 4 de Maio de 2019

5 APÊNDICE

Roteiro de perguntas para entrevistar o diretor administrativo da rádio Piemonte Fm

1. Quando surgiu a emissora?

2. Como funcionava a emissora e sua programação?
3. Qual a média de programas?
4. Qual era o alcance da emissora pelos transmissores? E hoje em dia como funciona?
5. Quando se deu a inserção da rádio na internet?
6. Quais as novidades em torno de investimento para o futuro?

Perguntas para a apresentadora do programa Prosa e Melodia

1. Como e quando surgiu o programa?
2. Qual a estrutura do programa?
3. Na sua percepção qual o perfil dos ouvintes?
4. A seu ver o que motiva os ouvintes a interagir com o programa?
5. Considera o programa como um dos mais ouvidos? Por quê?
6. Levando em consideração o tempo que o programa está no ar, percebeu se houve um aumento da participação dos ouvintes?

Questionário aplicado com os ouvintes do Prosa e Melodia

1. Nome, idade, profissão.
2. O que lhe motiva a participar do programa?
3. Quantas vezes você interage com o programa?
4. As novas ferramentas têm favorecido o processo de interação com o programa?
5. Além de música, você já solicitou outro tipo de serviço quando entra em contato com o programa?
6. A locutora costuma responder sua mensagem quando interage com o programa?
7. Você já fez alguma sugestão para melhorar cada vez mais o programa?
8. Você já influenciou algum parente ou amigo a participar do programa?