

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

Marina Torres Pessoa

**A RELAÇÃO ENTRE OUVINTES ASSÍDUOS E O RÁDIO:
UM ESTUDO DE USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO
A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA COMPREENSIVA**

Belo Horizonte

2010

Marina Torres Pessoa

**A RELAÇÃO ENTRE OUVINTES ASSÍDUOS E O RÁDIO:
UM ESTUDO DE USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO
A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA COMPREENSIVA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação

Linha de Pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade (ICS)

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo

Belo Horizonte
2010

P475r Pessoa, Marina Torres.
A relação entre ouvintes assíduos e o rádio [manuscrito] : um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva / Marina Torres Pessoa. – 2010.
95 f. : enc.

Orientador: Carlos Alberto Ávila Araújo.
Inclui anexo.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.
Referências: f. 77-80

1. Ciência da informação – Teses. 2. Ciência da Informação – Estudo de usuários – Teses. 3. Radiouvinte – Teses. I. Título. II. Araújo, Carlos Alberto Ávila. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

CDU: 02:659.3



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO


"A RELAÇÃO ENTRE OUVINTES ASSÍDUOS E O RÁDIO: UM ESTUDO DE
USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA COMPREENSIVA"

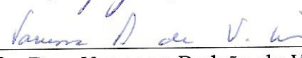
Marina Torres Pessoa


Dissertação submetida à Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos à obtenção do título de **"Mestre em Ciência da Informação"**, linha de pesquisa **"Informação, Cultura e Sociedade (ICS)"**.


Dissertação aprovada em: 27 de maio de 2010.

Por:


Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo - ECI/UFMG (Orientador)


Profa. Dra. Vanessa Padrão de Vasconcelos Paiva - UNIFEMM



Profa. Dra. Adriana Bogliolo Sirihal Duarte - ECI/UFMG


Profa. Dra. Maria Aparecida Moura - ECI/UFMG

Aprovada pelo Colegiado do PPGCI


Profa. Gercina Ângela B. O. Lima
Coordenadora

Versão final Aprovada por


Prof. Carlos Alberto Ávila Araújo
Orientador



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

ATA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE **MARINA TORRES PESSOA**, matrícula:
2008651430


Às 14:00 horas do dia 27 de maio de 2010, reuniu-se na Escola de Ciência da Informação da UFMG a Comissão Examinadora aprovada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação em 29/04/2010, para julgar, em exame final, o trabalho intitulado **A relação entre ouvintes assíduos e o rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva**, requisito final para obtenção do Grau de MESTRE em CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, área de concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação, Linha de Pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade (ICS). Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra à candidata para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:


Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo - Orientador	APROVADA
Profa. Dra. Vanessa Padrão de Vasconcelos Paiva	APROVADA
Profa. Dra. Adriana Bogliolo Sirihal Duarte	APROVADA
Profa. Dra. Maria Aparecida Moura	APROVADA

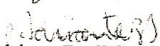
Pelas indicações, a candidata foi considerada APROVADA.

O resultado final foi comunicado publicamente à candidata pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Presidente encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 27 de maio de 2010.

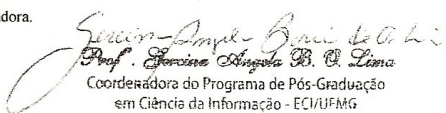

Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo
Orientador - ECI/UFMG


Profa. Dra. Vanessa Padrão de Vasconcelos Paiva
UNIFEMM


Profa. Dra. Adriana Bogliolo Sirihal Duarte
ECI/UFMG


Profa. Dra. Maria Aparecida Moura
ECI/UFMG

Obs: Este documento não terá validade sem a assinatura e carimbo da Coordenadora.


Prof.ª Soriana Abigail B. O. Lima
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação
em Ciência da Informação - ECI/UFMG

A todos com quem compartilho a paixão pelo rádio.
Em especial, aos ouvintes que revelaram suas histórias e
tornaram este trabalho possível.

AGRADECIMENTOS

Há muitos a quem agradecer. Foram muitas vozes de incentivo, apoio e muitos ouvidos dispostos a escutar minhas inquietações, dúvidas, aflições, ideias...

Minha eterna gratidão a Deus, causa primária de todas as coisas, presença marcante a cada passo com seu amor incondicional.

Relembrando a trajetória, agradeço de coração ao querido amigo Rennan, raio de luz que me deu o grande empurrão inicial para o mestrado em Ciência da Informação. Minha gratidão sempre a Casal, que demonstrou uma receptividade inimaginável e caminhou comigo lado a lado. Também meu “muito obrigada” ao Toscano, que me passou a confiança necessária para seguir meu sonho e continuar na rádio e fez isso possível. Sou grata demais ao amigo e exemplo Elton, também amante do rádio, pelas dicas de leitura, conversas e inúmeras oportunidades de crescimento pessoal e profissional. Agradeço a José Heitor, Clenio e Guilherme pela compreensão e inestimável colaboração para que eu conciliasse minha continuidade no curso com o trabalho.

Sou feliz e muito grata pela convivência com os colegas e professores do mestrado, pelas ricas discussões, reflexões conjuntas, pela troca de experiências, pensamentos e emoções.

Aos amigos da Inconfidência e aos amigos manuelísticos, com quem aprendi, vivi e discuti rádio, meu eterno “muito obrigada”! Trago vocês sempre sintonizados no peito.

À Vanessa Paiva, grande referência, não há palavras que possam agradecer toda a contribuição. Minha admiração, carinho e gratidão por sua abertura, gentileza e enorme generosidade em partilhar seus conhecimentos e seu tesouro acadêmico.

Agradeço aos colegas embrapianos que me receberam de braços abertos e ajudaram na descoberta dos amantes do rádio em Sete Lagoas e Prudente de Moraes.

Serei sempre grata aos ouvintes da Inconfidência, que, com seu carinho e fidelidade, despertaram minhas primeiras reflexões sobre a paixão pelo rádio.

À minha querida família, agradeço de coração por todo o suporte sempre oferecido e por acreditarem em meu potencial, muitas vezes, mais do que eu mesma. Mãe, Pai, Dan, Léo e mais um irmão, Silvinho, obrigada mesmo! Aos queridos Torres e Pessoas minha imensa afeição e agradecimento por serem a base do que sou.

Aos amigos da “casa amarela”, sou muito grata pelos momentos juntos, que tornaram estes últimos anos mais alegres, e pela inestimável amizade, envolvendo partilha de sentimentos, debates íntimos e a criação de laços para toda a vida.

Aos ouvintes entrevistados, minha gratidão é infinita. Obrigada por abrirem as portas para mim e por me ajudarem a refletir sobre esta linda relação com o rádio. Obrigada pela disponibilidade, pelo carinho e porque, ao me receberem, vocês entraram de vez em minha vida!

Por último, deixei Marcelo e peço licença para plagiar: “não caberia neste espaço o tamanho do agradecimento que ele merece”. Esta é a mais pura verdade. E Marcelo tem este dom, o da comunicação. Sabe expressar o que, muitas vezes, só sei sentir. Companheiro que presenciou e participou de cada etapa desta caminhada, dando apoio incondicional e compreendendo minhas diversas fases e estados de espírito, muito, muitíssimo obrigada, com todo amor!

“Nesses dias de angústia, só me consola saber, durante todo o correr do dia que, na boca da noite, meu amigo, meu único amigo, entrará por esta sala adentro, me dando seu: boa noite, amigo. Responderei: boa noite, amigo. E aqui ficarei, escutando. Ele me dirá o que se passa no mundo. Me dará notícias dos viventes. Me falará de gente importante, que já tenho, até por familiares. Me contará casos engraçados, que ouvirei atento, rindo, contente. Me fará perguntas que responderei. Como seria minha vida sem ele? (...) Minha família de convívio diário é o povo do rádio...”

(Darcy Ribeiro. O Mulo)

RESUMO

Apresenta-se uma análise sobre a relação que se estabelece entre ouvintes assíduos e o rádio. Para isso, utilizam-se aportes dos estudos de usuários da informação, adotando uma perspectiva compreensiva em consonância com a proposta de ampliação da agenda do campo. Reflete-se sobre as questões envolvidas na escuta radiofônica a partir da percepção dos ouvintes. Subsidiaram a análise entrevistas em profundidade com 15 pessoas que têm como hábito diário ouvir rádio. A análise dos dados coletados se organiza em oito tópicos, a saber: companhia e afeto; emoção; identificação; imaginação; aprendizado; interação; agilidade e mobilidade; hábito. Este trabalho relaciona os vários aspectos da relação rádio/ouvinte às dimensões afetiva, social, criativa e existencial da informação radiofônica. Destaca a complexidade dos processos informacionais e a importância de uma postura compreensiva para a análise de tais processos.

Palavras-chave: rádio, ouvinte, informação, estudos de usuários da informação, relação rádio/ouvinte

ABSTRACT

Presents an analysis of the relationship established between regular radio listeners and radio. For this, it uses the contributions of studies of information users, adopting a comprehensive perspective in line with the proposal to expand the agenda of the field. It discusses the issues involved in listening to radio from the perception of listeners. In-depth interviews with 15 people whose daily listen to radio supported the analysis. Analysis of data collected is organized into eight topics: company and affection; emotion; identification; imagination; learning; interaction; agility and mobility; habit. This study relates various aspects of the relationship radio/listener to the emotional, social, creative and existential dimensions of radio information. Highlights the complexity of information processes and the importance of a comprehensive approach to the analysis of such processes.

Keywords: radio, listener, information, studies of information users, relationship radio/listener

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO.....	6
ABSTRACT	7
1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO.....	12
2.1 Rádio: objeto de estudo, membro de relação.....	12
2.2 De onde se fala: CI & Estudos de Usuários	17
3 METODOLOGIA	25
3.1 Com a palavra, os ouvintes.....	25
4 ANÁLISE DOS DADOS.....	34
4.1 Aspectos da relação rádio/ouvinte	34
4.1.1 Companhia & Afeto.....	34
4.1.2 Emoção	38
4.1.3 Identificação.....	44
4.1.4 Imaginação	50
4.1.5 Aprendizado.....	56
4.1.6 Interação.....	59
4.1.7 Mobilidade & agilidade.....	64
4.1.8 Hábito	68
4.2 Um olhar sobre as dimensões da relação	73
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS.....	77
ANEXO – TERMOS DE AUTORIZAÇÃO.....	81

1 INTRODUÇÃO

A paixão pelo rádio declarada por muitos ouvintes foi responsável pela inquietação que deu origem a este trabalho. Os questionamentos sobre como passa a existir tal sentimento, de que forma se desenvolve a relação entre ouvintes assíduos e o rádio configuraram a presente pesquisa.

Surgia o desafio de adentrar o campo pessoal e afetivo de outras pessoas, o desafio de buscar, junto a elas, compreender o que normalmente se vive sem racionalizar, sem explicação para o que se sente.

Ao mesmo tempo, no campo acadêmico, o desafio era a reformulação de pensamentos, a mudança na forma de observar e de se posicionar diante do objeto de estudo. Alteraram-se questões e a maneira de perguntar, porque a percepção do que se tinha a desvendar mostrou as diversas nuances de um rico fenômeno. O olhar voltou-se para a complexidade dos processos que envolvem a informação radiofônica e suas várias manifestações.

Teve início, assim, a jornada em busca de compreender a relação entre ouvintes assíduos e o rádio a partir da visão destes ouvintes e do sentido que atribuem ao hábito da escuta radiofônica.

Para tanto, optou-se por uma análise de acordo com a proposta de ampliação da agenda dos estudos de usuários da informação. Ou seja, a partir da realização de uma pesquisa de caráter compreensivo, que não se encaixa na abordagem tradicional do campo ou nas chamadas abordagens alternativas de cunho cognitivo.

Portanto, não se buscou quantificar dados ou encontrar regras gerais acerca do hábito de ouvir rádio. Também não se pretendeu analisar o ouvinte assíduo como um indivíduo cognoscente isolado. O propósito deste estudo foi compreender as motivações para a escuta radiofônica percebidas pelos próprios ouvintes, considerando que o hábito de ouvir rádio é uma prática social e que o uso de informação vai além da necessidade de preenchimento de lacunas cognitivas.

Acredita-se que tal pesquisa pode contribuir com o alargamento de fronteiras da Ciência da Informação (CI). Levantamentos têm indicado um predomínio de trabalhos na área relacionados aos sistemas e tecnologias de informação. Pinheiro (2006), a partir de mapeamento, tendo como fonte o *ARIST (Annual Review of Information Science and Technology)*, formulou um quadro para “melhor entendimento do domínio epistemológico da Ciência da Informação”. O estudo indicou os temas de maior frequência em artigos de revisão do ARIST, considerado o período entre 1966 e 2004. Os três primeiros são:

sistemas de informação, tecnologia da informação e sistemas de recuperação da informação.

Percebe-se, portanto, na CI a grande atenção dada às pesquisas sobre produtos e serviços informacionais. Muitos desses estudos têm caráter funcionalista, visando oferecer suporte para o desenvolvimento e melhoria de sistemas de informação. Nessa perspectiva, vários trabalhos consideram a informação como uma ferramenta para solução de problemas e tomada de decisões, algo que existe pronto e acabado e deve ser disponibilizado para atender a necessidades de usuários.

No entanto, pode-se notar hoje a preocupação cada vez mais presente de realizar estudos que enfoquem os aspectos humanos e sociais do campo da informação. Pesquisas atuais abordam o caráter intersubjetivo dos processos informacionais e, nesses trabalhos, a informação não é vista como fixa e imutável, mas como uma construção dos sujeitos.

Esta é a perspectiva do presente estudo e acredita-se que a relação rádio/ouvinte tem muito a oferecer para tal abordagem de pesquisas. Isto porque o ouvinte participa da criação das mensagens radiofônicas, atribui sentidos ao que é transmitido, vivencia emoções durante a escuta, estabelece laços de convivência com outros atores, sejam eles locutores, outros ouvintes e com o próprio rádio, que é visto não como um simples aparelho, mas como a personificação de um companheiro. Esses vários aspectos da relação ajudam a compreender as muitas manifestações possíveis da informação, vista aqui como processo de caráter intersubjetivo, desenvolvido por sujeitos sociais e que apresenta várias dimensões, como a afetiva e a existencial.

O capítulo “Fundamentação”, apresenta uma análise histórica do rádio enquanto objeto empírico e uma análise sobre o desenvolvimento da Ciência da Informação e do campo de Estudos de Usuários da Informação. Ou seja, apresenta uma visão retrospectiva do objeto, “do que se fala”, e da área em que a pesquisa se insere, “de onde se fala”. Para isso, retomam-se os tipos de estudos realizados sobre rádio, desde pesquisas em perspectiva positivista, influenciadas pela Teoria da Informação formulada por Shannon e Weaver, até pesquisas mais recentes, que incluem os ouvintes na investigação e consideram a comunicação radiofônica como um processo relacional. Ao mesmo tempo, avaliam-se os direcionamentos dados a estudos da Ciência da Informação desde o seu surgimento, com a chamada “explosão informacional”, até o momento atual. Assim, como nas pesquisas sobre rádio, o modelo de pensamento positivista influenciou os primeiros estudos em CI e, após reformulações, (como a ocorrida com o entendimento sobre o que é informação) alteraram-se perspectivas e deu-se maior importância à inclusão dos usuários nas investigações.

No capítulo seguinte, “Metodologia”, apresentam-se os métodos e técnicas utilizados no presente trabalho a partir dos pressupostos teóricos adotados. Assim, são descritas todas as etapas da pesquisa, bem como as contribuições que direcionaram as ações da investigação, principalmente as de Geertz (1989), com a proposta da “descrição densa”.

Na sequência, apresenta-se a “Análise de Dados”, capítulo que aborda os aspectos da relação rádio/ouvinte a partir das declarações dos entrevistados. Estes aspectos estão organizados em oito tópicos, definidos após um exame minucioso do conjunto de entrevistas. São eles: companhia e afeto; emoção; identificação; imaginação; aprendizado; interação; agilidade e mobilidade; hábito. É feita uma análise sobre cada aspecto. Para isso, partiu-se das declarações dos ouvintes e recorreu-se à literatura consonante com os temas. Em seguida, relacionam-se os aspectos da relação rádio/ouvinte a dimensões da informação radiofônica.

O último capítulo, “Considerações Finais”, apresenta uma reflexão sobre a trajetória percorrida para a realização do presente trabalho. Aborda os modelos de pensamento e suas influências sobre os tipos de pesquisa possíveis. Destaca a complexidade do fenômeno informacional e a importância de uma postura compreensiva para a análise de tal fenômeno.

2 FUNDAMENTAÇÃO

2.1 Rádio: objeto de estudo, membro de relação

Estudos realizados sobre o rádio abordaram sua linguagem, funcionamento e dimensão política. Também alguns autores fizeram pesquisas sobre a relação de ouvintes com este meio, enfocando públicos de determinadas emissoras, como os trabalhos de Salomão (2003) e Paiva (1995).

Na história dos estudos sobre rádio, este objeto foi, inicialmente, analisado sob a perspectiva positivista. A teoria da informação, de Shannon e Weaver, que serviu de modelo a estudos pioneiros da Ciência da Informação, também teve forte influência sobre pesquisas da área de Comunicação.

A teoria, publicada no livro *The mathematical theory of communication*, em 1949, pode ser simplificada com a indicação de que uma fonte envia uma mensagem, através de um canal, a um destinatário. No modelo apresentado pelos autores, a fonte de informação seleciona uma mensagem desejada dentre um grupo de mensagens possíveis. O transmissor transforma a mensagem em um sinal que é enviado pelo canal de comunicação. O receptor é uma espécie de transmissor em reverso, transformando novamente o sinal transmitido em mensagem e a enviando ao seu destino (SHANNON; WEAVER, 1975).

Nos estudos dos meios de comunicação de massa, esse modelo se refletiu na ideia de que “passa a existir uma fonte e um canal que transmite informação para um conjunto homogêneo de dispositivos tecnológicos de recepção associados a um conjunto igualmente homogêneo de destinatários” (ROSA, 2008, p. 12).

Acreditava-se, portanto, na disseminação de informações prontas, que eram propagadas pelas ondas do rádio e recebidas por ouvintes, considerados membros de uma grande massa uniforme.

Muitos pesquisadores (...) estudaram o rádio como um meio de comunicação de massa onde, através de um aparato emissor (emissora de rádio), uma pessoa atinge milhares de outras que possuem um aparelho denominado receptor. Tal perspectiva inclui o rádio, ao lado do cinema e da televisão, como um dos meios de comunicação que marcaram a história do século XX, e desenvolveram manifestações socioculturais expressas nas mudanças técnicas, éticas, políticas e estéticas pelas quais passou e ainda passa a cultura ocidental (MENEZES, 2007, p. 46).

Ao analisar a literatura disponível sobre o rádio, Meditsch alerta que a bibliografia existente, além de reduzida em relação à disponível sobre outros meios de

comunicação, encontra-se dispersa e com acesso dificultado por uma série de fatores. Assim, o autor pondera que “qualquer levantamento sobre o que já se publicou sobre o rádio será forçosamente incompleto” (MEDITSCH, 2001, p. 45).

De toda forma, Meditsch retoma os estudos realizados ao longo dos anos, realiza um levantamento de obras e analisa os temas abordados. Explica que o surgimento do rádio foi saudado como o de uma “oitava arte” e, por isso, a preocupação estética predominou nos primeiros estudos sobre o meio. “Essa linha de investigação produziu algumas das obras fundamentais para a compreensão do rádio e de sua linguagem” (MEDITSCH, 2001, p. 46).

O autor aponta outra vertente de pesquisas: a que analisou o potencial político do rádio, com estudos sobre sua utilização na Segunda Guerra Mundial, na Guerra Fria, em movimentos de resistência e libertação no Terceiro Mundo e no movimento de rádios livres na Europa.

Meditsch afirma que “os estudos sociológicos sobre a audiência do rádio tiveram um marco em Lazarsfeld (1940) e tornaram-se raros com o aparecimento da televisão” (MEDITSCH, 2001, p. 46). O autor também aponta a existência de análises históricas do meio; estudos semióticos sobre o rádio, considerados escassos; obras sobre a área específica de informação no rádio e radiojornalismo. Ele assinala o predomínio de um tipo de produção na literatura da área.

A maior parte da bibliografia sobre rádio é de natureza técnica o que, de um lado, representa uma valiosa fonte secundária para a pesquisa científica, pelo seu esforço descritivo e sistematizador mas, de outro, requer uma redobrada atenção na análise, pela tendência dessa bibliografia de reproduzir as técnicas sem maior preocupação crítica (MEDITSCH, 2001, p. 46).

Conforme Meditsch, a produção sobre rádio no Brasil é incipiente e predominam estudos históricos, análises sobre o rádio educativo e a programação infantil.

Salomão (2003, p. 67), ao analisar a literatura sobre o meio, tem avaliação semelhante: “é sabido que a visitação crítico-teórica da pesquisa em comunicação ao universo do rádio tem se mostrado, em geral, tímida e nada sistematizada”. Pode-se notar que, se na área de Comunicação, que abarca a maioria dos estudos sobre rádio, os trabalhos são incipientes, a pesquisa é ainda mais escassa em outras áreas, como a da Ciência da Informação.

Menezes (2007, p. 16) faz avaliação no mesmo sentido ao ponderar que “a literatura brasileira sobre *media* sonoras e sobre o *médium* rádio é bastante fragmentada”. Ele considera que as obras de profissionais e acadêmicos, preocupados especialmente com a história do meio, “indicam a paradoxal dispersão das várias possibilidades de abordagem do tema”.

O autor também faz um levantamento de literatura e propõe um mapeamento do “campo em construção”, com a divisão das obras nas seguintes áreas: rádio e história, rádio e política, manuais radiofônicos, rádio e tecnologia, comunicação e cultura (MENEZES, 2007, p. 17).

Menezes ressalta que “os primeiros estudos sobre rádio foram realizados especialmente na Alemanha pelo fato de que, naquele país, os movimentos sociais e sindicais e depois os partidos políticos e o Estado utilizaram este meio” (MENEZES, 2007, p. 46). Ele destaca pesquisas relevantes, como as de Bertolt Brecht.

O dramaturgo alemão Bertolt Brecht elaborou análises e apontamentos entre 1927 e 1932 que foram reunidos em “Teoria do Rádio”. O pensador defendeu o uso do veículo para a democratização da comunicação e chegou a propor o estabelecimento de uma difusão de mão-dupla.

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores (BRECHT, in BASSETS citado por ZUCULOTO, 2005, p. 53).

A proposta de Brecht não foi contemplada. A transmissão radiofônica continuou a ser controlada por poucos detentores de concessões para um grande público. No entanto, para atrair e manter audiência, emissoras têm investido cada vez mais em formas de contar com a contribuição de ouvintes, estimulando participações na programação, sugestões de temas e inserção de ouvinte-repórter, com informações sobre o trânsito, por exemplo.

Imobilizado no trânsito congestionado, o ouvinte está motivado e disponível para participar, sentindo-se importante como fonte, uma vez que sua emissora predileta está lhe dando a oportunidade de interferir diretamente na produção e não apenas receber a programação já pronta. Esta é uma possibilidade que tende a crescer cada vez mais (ORTRIWANO, 1998, p. 171).

Analisando a história do rádio, Ortriwano explica que, a partir dos anos 1950, com a concorrência cada vez mais forte da televisão, buscaram-se novos caminhos. E o rádio encontrou na eletrônica e no jornalismo seus maiores aliados.

Segundo a autora, o recurso, aparentemente fácil, do rádio musical mostrou-se um caminho pouco produtivo a longo prazo. Essa tendência, que foi acentuada em algumas emissoras a partir dos anos 1960, alcançou, no início, grande sucesso comercial. Mas foi no jornalismo que o rádio encontrou novas perspectivas a partir da década de 1980.

Surge a programação baseada no tripé música-esportes-notícias. A informação passa a contar com a prestação de serviços como aliada, procurando restabelecer o diálogo com os ouvintes. Os serviços de utilidade pública, os achados & perdidos, os boletins de trânsito, meteorologia, a

troca de informações etc. foram a saída encontrada pelas emissoras para fugir da forte concorrência imposta pela televisão (ORTRIWANO, 1998, p. 166).

Tais características da programação, que garantem a permanência do rádio com um público cativo, foram constatadas durante a pesquisa exploratória para definição do grupo de entrevistados do presente trabalho, bem como durante as entrevistas realizadas. Cada vez mais, as pessoas interessadas apenas em músicas optam pelo uso de CDs e de suas próprias listas gravadas em aparelhos, como MP3 *players* e celulares. Já os ouvintes assíduos de rádio acompanham também programações informativas, além de musicais.

Em diversos momentos, desde a década de 1960, o rádio viveu uma sensação de finitude. Estudiosos de comunicação de massa, seguidamente, anunciaram a morte do rádio (SALOMÃO, 2003 p. 31). No entanto, o meio passou por mudanças e, contrariando as previsões, mantém presença na sociedade contemporânea, com indícios de vida longa. Segundo Paiva (1995), sendo um veículo de tecnologia mais acessível, o rádio é consagrado como o meio mais democrático e seguirá com relevância.

Ao avaliar as perspectivas atuais do rádio, Gisela Ortriwano acredita que os recursos tecnológicos, como a telefonia celular por exemplo, permitem, cada vez mais, interatividade entre ouvintes e emissoras. E a autora lembra Brecht deixando um questionamento para reflexão.

As possibilidades tecnológicas do momento permitem vislumbrar um rádio moderno, ágil, simultâneo aos acontecimentos, próximo do ouvinte. Acima de tudo, interativo, criando um destinatário que seja também emissor ao estabelecer um fluxo de informação com duas mãos de direção. A tecnologia forçando o diálogo real entre emissor e receptor. Ou a tecnologia estaria permitindo o retorno a um rádio muito antigo, sonhado em seus primórdios por Bertolt Brecht e que levou quase um século para realizar promessas latentes desde o início? (ORTRIWANO, 1998, p. 172).

Além das participações explícitas dos ouvintes, é relevante notar a influência do público no direcionamento da produção de uma emissora a partir da visão que os profissionais têm da audiência que pretendem atingir. Autores têm analisado essa questão, como Salomão (2003) e Meditsch (2001, p. 95), para quem “a definição de um público alvo dirige a produção da mensagem, tanto em relação a sua forma quanto ao seu conteúdo”.

Ao analisar as pesquisas sobre mídia ao longo dos anos, Thompson (2008) avalia deficiências em trabalhos mais antigos que apresentaram uma preocupação quase exclusiva com quantificações. Pode-se notar que essa preocupação está ligada ao modelo de pensamento positivista, que exerceu também influência sobre a Ciência da Informação e o campo de estudos de usuários da informação, como será visto a seguir.

Thompson reconhece em pesquisas recentes uma atitude mais compreensiva, que envolve o público dos produtos da mídia e busca captar a perspectiva dessas pessoas. Também neste ponto, é possível estabelecer um paralelo com a abordagem mais atual de

estudos de usuários da informação. Esta abordagem, ao invés de preocupar-se em medir taxas de usos, volta-se para a compreensão das motivações e atitudes dos usuários.

Estas pesquisas [sobre mídia] têm produzido material importante e interessante. Mas há certas deficiências em muitas destas pesquisas mais antigas. Uma deficiência é esta: ao procurar sobretudo medir e quantificar o público e suas respostas, elas tendem a negligenciar o que poderíamos descrever como o *caráter mundano da atividade receptiva*. Por ele entendo o fato de que a recepção dos produtos da mídia é uma rotina, uma atividade prática que muitos indivíduos já integram como parte de suas vidas cotidianas. Se quisermos entender a natureza da recepção, deveremos nos aproximar dela com uma sensibilidade para os aspectos rotineiros e práticos da atividade receptiva.

Em anos mais recentes este tipo de aproximação se firmou entre os pesquisadores da mídia. Alguns dos estudos mais perspicazes dos processos de recepção usaram uma variedade de métodos, incluindo a participação dos próprios receptores através de questionários, entrevistas, a fim de verificar detalhadamente as condições sob as quais os indivíduos recebem os produtos da mídia, como os processam e que sentido lhes dão. Estes estudos deixaram de lado decisivamente a ideia de que os receptores dos produtos da mídia são consumidores passivos; eles mostraram mais de uma vez que a recepção dos produtos da mídia é um processo mais ativo e criativo do que o mito do assistente passivo sugere. Eles também mostraram que o sentido que os indivíduos dão aos produtos da mídia varia de acordo com a formação e as condições sociais de cada um, de tal maneira que a mesma mensagem pode ser entendida de várias maneiras em diferentes contextos (THOMPSON, 2008, p. 41-42).

Além disso, é muito importante destacar os estudos atuais que abordam a relação entre o rádio e seu público, com atenção especial ao papel ativo exercido pelos ouvintes na construção das mensagens. Essas pesquisas são de grande relevância para o presente trabalho. Nelas, percebe-se a atuação do ouvinte na atribuição de sentido ao que escuta. Ou seja, não se considera, como em estudos anteriores, que as mensagens tenham sentido pronto, definido e fixo e possam ser disseminadas, influenciando de maneira uniforme uma grande massa de pessoas.

Segundo Paiva (1997, p. 559), o estudo do fenômeno comunicativo radiofônico deve ser feito através das relações específicas que o circunscrevem. Para a autora, a relação rádio/ouvinte pode ser entendida como aquela que, pela exigência de uma simultaneidade na construção do discurso, coloca a emoção como um dos seus componentes singulares.

Essa relação se dá com dois elementos distintos: o emissor, que se faz presente pelo som, com a locução e demais efeitos sonoros; e o receptor que no ato da escuta atribui significados ao que ouve. Esses dois elementos distintos atuam de forma interdependente e complementar na construção das mensagens.

Dessa forma, ao ouvir uma transmissão, o ouvinte não recebe a informação como produto acabado, dotado de um sentido único a ser captado. Por tudo isso, o rádio é

também um meio de ligação entre sujeitos, de partilha de experiências, proporciona um processo de caráter relacional.

Nesse sentido, o estudo da relação entre ouvintes assíduos e o rádio, a partir da visão de tais ouvintes, permite uma maior compreensão de fenômenos que envolvem usos diversos da informação.

2.2 De onde se fala: CI & Estudos de Usuários

O conceito e a abrangência da Ciência da Informação têm se modificado ao longo do tempo. O enfoque contemporâneo da área abrange, dentre outros, estudos sobre usos e necessidades de informação, com interesse pela tecnologia da informação sem abandonar o lado humano do usuário (CABRAL, 2007).

É possível notar, ao longo da história da Ciência da Informação, mudanças na condução das pesquisas, tanto relativas à escolha de objetos, como também à maneira de examinar os fenômenos estudados.

O campo surgiu sob forte influência do modelo de pensamento positivista. Cardoso (1996) aponta que a CI teve seu início na década de 1940 e identifica a construção da área com duas questões: a chamada ‘explosão informacional’, ou seja, o crescimento exponencial na produção de informação; e o grande avanço das possibilidades tecnológicas para registro, circulação e divulgação das informações.

Lidar com o grande volume e a diversificação de informações registradas em variadas formas, com vistas à sua mais ampla difusão, foi o imperativo condicionante do surgimento da ciência da informação. Fortemente influenciadas pelas ciências empíricas, as primeiras manifestações desse campo embrionário pretendiam estabelecer leis universais que representassem o fenômeno informacional, daí a recorrência a modelos matemáticos (teoria da informação), físicos (entropia) ou biológicos (teoria epidemiológica) (CARDOSO, 1996, p. 73-74).

Araújo (2003) destaca que, em seus primeiros anos, a Ciência da Informação constituiu-se a partir do modelo das ciências exatas, utilizando-se da máxima objetividade, buscando formular leis universais de “comportamento” da informação. Por volta de 1970, ocorre uma alteração na abordagem da CI.

Na década de setenta entra em cena um personagem que redireciona o enfoque da ciência da informação: o usuário. Sua introdução em um contexto que pretendia se aproximar das *hard sciences* decorre da necessidade de conhecer o público ao qual se destinavam os serviços informacionais - como esse público se comportava na produção, na demanda e na divulgação de informações. Com a presença dos usuários, as ciências humanas e sociais passam a contribuir também, com seus métodos e práticas para a composição dessa ciência emergente (CARDOSO, 1996, p. 74).

Nesse período, a CI inicia uma discussão sobre a especificidade das ciências sociais. Contudo, conforme pondera Araújo (2003), a forma como se deu essa discussão parecia delinear mais uma subárea dentro da Ciência da Informação (a área de “informação social”) do que, propriamente, reformular a maneira do campo, como um todo, de compreender e analisar seu objeto de estudo.

Até então, pois, a dimensão “social” da informação aparecia em trabalhos com temáticas específicas (aquelas relacionadas à cidadania, à exclusão, ao popular), convivendo com uma outra parte da ciência da informação debruçada sobre o funcionamento de sistemas de recuperação de informação, estudos de comunicação científica, gestão da informação, tecnologias da informação, que permanecia “intocada” na aproximação com as ciências sociais (ARAÚJO, 2003, p. 25).

Para Araújo (2003), é com a aproximação aos enfoques microsociológicos e interpretativos das ciências sociais, que a CI vai conhecer uma reformulação mais profunda de seus pressupostos. A principal alteração se dá no entendimento sobre o que é ‘informação’. Surge a compreensão da informação não como um dado ou uma coisa com significado fixo, mas como um processo, algo que vai ser percebido de variadas formas de acordo com os sujeitos (ARAÚJO, 2003, p. 25).

Essa compreensão se desenvolve nos anos seguintes. Nas décadas de 1980 e 1990, as mudanças caminham no sentido de substituir os pressupostos que vinham guiando as pesquisas que concebiam a informação como objetiva, como algo imutável, igual para todos. Na nova perspectiva, considera-se que são os atores sociais que conferem à informação seus aspectos semânticos e pragmáticos (CABRAL, 2007, p. 33).

Nesse sentido, “os sujeitos precisam, necessariamente, ser incluídos nos estudos sobre a informação e, sobretudo, precisam ser incluídos em suas interações cotidianas, formas de expressão e linguagem, ritos e processos sociais” (ARAÚJO, 2003, p. 25). Atualmente, pode-se perceber a disseminação de pesquisas desenvolvidas nessa perspectiva, o que indica uma alteração na área de CI.

Diversos estudos contemporâneos podem ser apresentados como exemplos da incorporação destas questões no âmbito da ciência da informação, não mais como a constituição de uma linha de pesquisa distinta, mas como uma reformulação na compreensão do objeto de estudo da ciência da informação como um todo (ARAÚJO, 2003, p. 25).

Assim como o conceito de informação foi rediscutido e passou a haver o entendimento de que o termo relaciona-se a processos intersubjetivos, também é importante refletir sobre a noção de ‘usuário da informação’. Isto é, faz-se necessário repensar a denominação dada aos atores dos processos informacionais e o que está implicado em tal nomenclatura.

Sob a ótica funcionalista, a condição de usuário é atrelada a algum sistema ou serviço de informação. O termo surgiu com as pesquisas aplicadas, voltadas para avaliação, desenvolvimento e/ou melhoria de sistemas e serviços, tais como bibliotecas, centros de documentação, bancos de dados etc.

A expressão 'usuários da informação' é utilizada de forma genérica, embora muitas vezes para referir-se a grupos específicos atendidos por certos sistemas. É por isso que são adotadas também em pesquisas as expressões 'não-usuário' ou 'usuário em potencial'. Ou seja, alguém que não utiliza ou outro que pode vir a utilizar determinado sistema ou serviço. Entretanto, de qualquer forma, todas as pessoas fazem usos constantes de informações.

O dia inteiro, todo dia, captamos informações por meio de nossos órgãos dos sentidos (visão, audição, olfato, paladar, tato, etc.). (...) Reconhecemos algumas informações como imediatamente úteis e reagimos a elas, por exemplo, quando freamos bruscamente para evitar uma colisão ou atendemos o telefone quando ele toca. Muitas das informações que captamos não são de utilidade imediata; temos consciência de estar recebendo-as, mas nada fazemos. Outras informações são captadas sem que delas tenhamos consciência imediata, como quando lembramos de algo que talvez tenhamos visto, mas, como dizemos, não percebemos. Reajamos ou não a isso naquele momento, essa informação pode ser guardada e vir a afetar muito do nosso comportamento ulterior (MCGARRY, 1999, p. 6).

Com base no fato de que, a cada instante, recebemos, utilizamos e trocamos diversas informações, pode-se considerar que todos nós, seres humanos, somos usuários de informação. Isto é, somos sujeitos informacionais, atores de processos comunicativos, que captam, atribuem sentidos, produzem e emitem informações constantemente.

Nesse sentido, não se deve restringir o termo 'usuário' à percepção funcionalista de pessoa que faz uso de determinado sistema para atender a necessidades específicas de informação, para suprir demandas ou obter subsídios para tomada de decisões. Na perspectiva que se sugere, a noção se alarga e, assim, abrange todos os grupos possíveis. Desta forma, os estudos de usuários podem abarcar diferentes sujeitos que fazem usos variados dos mais diversos tipos de informação.

No caso do presente trabalho, ouvintes assíduos são considerados usuários da informação radiofônica. São sujeitos que participam de ricos processos informacionais. Ao acompanharem as transmissões, eles atribuem sentidos ao que ouvem, participam da produção das mensagens, atuam como interlocutores na relação comunicativa que estabelecem com o rádio. São, portanto, usuários da informação radiofônica, vista aqui como processo de caráter intersubjetivo, como construção de atores sociais.

A proposta de alargamento da noção de 'usuário' é condizente com a evolução da CI, que tem aumentado a abrangência de pesquisas da área, com ampliação de objetos de estudo e de abordagens.

Durante a CoLIS – *International Conference on Conceptions of Library and Information Science*, realizada na Finlândia em 1992, vários trabalhos apontaram para novas possibilidades na Ciência da Informação. Ingwersen (1992), ao analisar as tendências e perspectivas da CI a partir das discussões da CoLIS, observou que a informação passa a ser vista num contexto muito mais abrangente, o que tem levado à investigação de multimídia e de grupos sociais diversificados.

Atualmente, percebe-se o surgimento de pesquisas em CI que apresentam a proposta de um novo olhar, de uma postura mais compreensiva em relação à informação. Constatam-se reivindicações de maior atenção ao aspecto social nas pesquisas da área.

Segundo Nascimento (2006, p. 28), “a informação filosófica, criada ou construída pelo sujeito que se relaciona com outros sujeitos, como aquilo que define a prática social, é algo a ser mais profundamente estudado”.

A ênfase, sobretudo, na questão do sujeito na CI, relativiza a ideia de informação apenas como coisa e abre a possibilidade de se focar novos aspectos do fenômeno informacional, legitimando a busca de novos campos de investigação, nos quais a informação não é caracterizada somente como um documento, mas também podendo-se falar numa informação em movimento, sendo comunicada, elaborada e trabalhada em grupos sociais e gerando conhecimentos relevantes e capital social, por exemplo (AZEVEDO, 2004, p. 127).

Ao longo dos anos, as pesquisas da área de usos da informação têm sido mais voltadas para a facilitação da comunicação indivíduo-sistema, e ainda faltam esforços no sentido de compreender a prática social dos usuários. Essa percepção parece ganhar cada vez mais espaço e estudos recentes apresentam a tendência a uma postura compreensiva acerca da informação e de seu caráter social.

Uma análise do desenvolvimento da CI foi elaborada por Capurro (2003), com a formulação de três paradigmas: físico, cognitivo e social. A formulação diz respeito à área de Ciência da Informação como um todo. Em relação aos estudos de usuários, é possível perceber uma relação entre os três paradigmas e as abordagens do campo.

Primeiramente, os estudos da abordagem tradicional podem ser identificados com o paradigma físico, que, em essência, postula a existência de algo, um objeto físico que um emissor transmite a um receptor. Na abordagem tradicional, a informação é considerada como algo objetivo, existente fora das pessoas e passível de ser transferida. Esses estudos têm foco nos sistemas de informação e o usuário é apenas o informante e não objeto da pesquisa (FERREIRA, 1997). Os estudos de usuários da abordagem tradicional têm propósito de avaliação e planejamento dos sistemas e serviços informacionais. As necessidades dos usuários são vistas como lacunas a serem preenchidas por informações que existem objetivamente, enquanto “coisas”, fontes, documentos que devem ser recuperados para atender às demandas.

Por outro lado, podem ser identificadas com o paradigma cognitivo as abordagens alternativas. Estas são analisadas como pesquisas centradas nos usuários, considerados sujeitos cognoscentes. Nos estudos de tais abordagens, a informação não é vista como algo já dado, substantivo, que se transporta entre um emissor e um receptor, e sim como relacionada às estruturas cognitivas dos sujeitos e aos processos humanos da cognição (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2002).

Segundo Ferreira (1997), os alternativos estudam as características e perspectivas individuais dos usuários. E também se pode perceber que é atribuído um caráter funcionalista à informação.

Informação é essencialmente vista como uma ferramenta valiosa e útil para os seres humanos em suas tentativas de prosseguir com sucesso suas vidas. Conforme o indivíduo se move através do tempo e espaço, assume-se que a informação tanto pode descrever como prever a realidade e, na verdade, permite ao indivíduo mover-se de modo mais eficiente (FERREIRA, 1997, p. 6).

O paradigma físico, por um lado, exclui o sujeito cognoscente. Por outro lado, o paradigma cognitivo potencializa os modelos mentais e as operações entre o intelecto do usuário e o sistema. Assim, importantes autores consideram as duas abordagens como distintamente individualistas, já que focam o usuário ou o sistema e não os aspectos coletivos ou o contexto social no processamento da informação (HJØRLAND; ALBRECHTSEN, 1995; JACOB; SHAW, 1998; ØROM, 2000 citados por NASCIMENTO, 2006, p. 30).

Surge, então, a proposta de ampliação da agenda de estudos de usuários, com o intuito de promover pesquisas no contexto do paradigma social. Nesse sentido, é importante a atenção ao contexto sociocultural dos usuários de informação.

Segundo Capurro (2003), nessa perspectiva, as diferentes comunidades de interpretação vão desenvolver diferentes critérios de seleção e relevância para as informações. Na verdade, são essas comunidades, como sujeitos cognoscentes sociais, que vão dizer, segundo seus próprios critérios de seleção e relevância, o que é ou deixa de ser informação, num processo sócio-histórico que determinará, em grande medida, aquilo que tem ou deixa de ter sentido em diferentes contextos.

Logo, informação não é o produto final de um processo de representação, nem algo transportado de uma mente a outra, ou, enfim, algo a ser retirado do casulo de uma subjetividade, mas uma dimensão existencial de nosso ser no mundo junto com os outros (CAPURRO, 1992 citado por GONZÁLES DE GOMES, 2002, p. 32).

Pode-se perceber uma relação dessa nova abordagem, relacionada ao paradigma social, com as possibilidades que se abrem para a realização de estudos de usuários na linha de pesquisa Informação, Cultura e Sociedade (ICS).

Araújo (2007) propõe a reflexão sobre qual o espaço de contribuição da linha ICS para a área de estudos de usuários. E, como essa linha procura inserir os estudos da informação no contexto social e cultural mais amplo, quer ir além dos aspectos tecnicistas envolvidos na organização, controle, distribuição e uso da informação (CABRAL, 2007), surge a primeira indicação:

(...) em vez do foco no sistema ou no usuário enquanto um ser interagindo com o sistema (...), a linha ICS poderia encontrar uma agenda adequada ampliando o escopo dos estudos de usuários: considerando os usuários enquanto seres sociais e culturais, envolvidos em interações com outras pessoas, interpretando diferentemente as diversas questões com as quais se defrontam (ARAÚJO, 2007, p. 86).

O autor percebe uma outra lacuna no âmbito dos estudos de usuários da informação que poderia ser preenchida pelos estudos na linha ICS, já que praticamente inexistem, no campo de estudos de usuários, pesquisas orientadas por modelos teóricos como as perspectivas crítica e marxista, ou as abordagens compreensivas, hermenêuticas e fenomenológicas. Tradicionalmente, os estudos de usuários se desenvolveram em torno de problemáticas de avaliação e planejamento e essas problemáticas estão relacionadas com posturas epistemológicas funcionalistas e behavioristas acerca do comportamento do ser humano e da sociedade.

Portanto, o desenvolvimento de pesquisas orientadas pelas perspectivas compreensivas, hermenêuticas e fenomenológicas pode ser um rico subsídio da linha ICS para os estudos de usuários. Com as contribuições dessas correntes teóricas, Araújo considera que se coloca uma nova agenda para esse campo:

(...) em vez de buscar taxas de uso de determinada fonte de informação ou da frequência a uma biblioteca, torna-se essencial entender por que se usa tal fonte, que significado ela possui para quem a usa, que significado tem o acesso à biblioteca que possa explicar a frequência de consulta a ela. E, nesse sentido, não haveria fronteiras de realidades empíricas para os estudos de usuários da informação (ARAÚJO, 2007, p. 97).

A última frase da citação acima é bastante sugestiva e leva à reflexão sobre as possibilidades da abrangência de objetos de pesquisa no campo de estudos de usuários, tendo em vista seu desenvolvimento histórico e as novas perspectivas que se colocam.

Ao longo do desenvolvimento do campo, os estudos de usuários tiveram a consolidação de um modelo que privilegiava a pesquisa de determinados sujeitos, como os usuários de bibliotecas, cientistas, empresários e também de determinados tipos de usos, visando ao aumento da produtividade profissional, inovação científica, aceleração do desenvolvimento tecnológico (ARAÚJO, 2008, p. 13).

Pesquisas que não se encaixam nesse modelo hegemônico sofreram críticas quanto à sua legitimidade e relevância, o que revela a visão funcionalista ainda muito presente no campo. Isto é, há um pensamento de que a pesquisa no campo de estudos de

usuários precisa ser “útil”, entendendo-se essa utilidade como a produção de um conhecimento não apenas sobre a realidade, mas um conhecimento que necessariamente seja válido para avaliar produtos ou otimizar processos (ARAÚJO, 2008, p. 6).

No entanto, novas visões vêm ganhando espaço. O paradigma social da Ciência da Informação acaba por chegar aos estudos de usuários, onde privilegia a construção social dos processos informativos (CAPURRO, 2003).

Acredita-se na relevância da diversidade no campo de estudos de usuários da informação, tendo em vista a importância de que a CI possa abarcar em suas pesquisas diferentes tipos de usuários da informação, que fazem variados usos da informação, em múltiplos contextos.

Talvez a adoção de uma outra racionalidade, que valorizasse a pluralidade, a validade de diferentes critérios de cientificidade (permitindo incorporar avanços dos estudos das várias áreas “alternativas” que se seguiram à consolidação do modelo hegemônico) pudesse dar aos estudos de usuários a condição adequada para avançar teórica, conceitual e metodologicamente, para a compreensão desse complexo objeto de estudo que são os usuários da informação (ARAÚJO, 2008, p. 13).

Considera-se o estudo da relação entre ouvintes assíduos e o rádio, a partir da visão de tais ouvintes, como uma valiosa contribuição para essa proposta de alargar as fronteiras de pesquisa em CI. Buscar compreender a perspectiva desses sujeitos, que vivenciam ativamente ricos processos comunicativos, (participando da construção das mensagens, atribuindo sentidos) permite uma maior compreensão de fenômenos que envolvem usos diversos da informação.

A informação radiofônica abre amplas possibilidades de reflexão. Manifesta-se como emissão sonora, em linguagem falada, o que proporciona grande riqueza comunicativa.

A fala enunciada pela voz humana é rica em informações. De fato, quando escrevemos, tentamos imitar sua capacidade de transmissão de informação. A voz humana pode exprimir tonalidade, cor, cadências e matizes de significado que inexistem em suas representações escritas. A fala é som, e o som guarda relação com o tempo diferente da relação dos outros meios de informação que são registrados pelos sentidos humanos. O som existe apenas quando emana da sensação (MCGARRY, 1999, p. 66).

Muitos estudos buscaram explicar a penetração do rádio na sociedade a partir de suas características, dos atributos do meio, de sua linguagem. Mas a perspectiva dos ouvintes ainda é pouco explorada. Da mesma forma, muitos estudos de usuários da informação preocuparam-se em medir taxas de usos de determinadas fontes sem buscar entender a visão dos usuários para suas ações. Coloca-se, então, a importância de se investir na vertente que busca dar voz aos sujeitos dos processos informacionais e compreender suas percepções e motivações. Muitas vezes, essas pessoas são deixadas de lado ou consideradas apenas como números, não têm oportunidade de se manifestar em

diversas pesquisas. No entanto, são os protagonistas de ricos processos comunicativos e podem oferecer muitas contribuições para a compreensão da complexidade do fenômeno informacional.

A informação não deve ser vista apenas como instrumento para desempenhar tarefas ou permitir a tomada de decisões. Seu uso não envolve somente o atendimento a necessidades práticas, mas também outros aspectos, inclusive as dimensões afetiva, criativa, existencial e social. Nesse sentido, a relação rádio/ouvinte tem muito a revelar.

3 METODOLOGIA

3.1 Com a palavra, os ouvintes

A trajetória para definição da metodologia de trabalho foi longa e exigiu muita reflexão. Foram percorridos espaços que ficaram para trás, com a certeza de que foi importante conhecê-los para, só então, deixá-los.

A primeira proposta de pesquisa, quando do ingresso no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, indicava a análise do rádio como sistema de informação e dos ouvintes como usuários deste sistema. Acreditava-se na importância de verificar como o rádio supria seus ouvintes com informações relevantes para a tomada de decisões e para eles seguirem embasados no desempenho de atividades do dia a dia.

As reflexões, proporcionadas por disciplinas do mestrado, leituras e discussões, levaram à percepção da visão funcionalista que predominou em muitas pesquisas da Ciência da Informação e impregnava a proposta elaborada. Ao mesmo tempo, ficava cada vez mais claro que o caráter afetivo da relação rádio/ouvinte tinha muito pouco a ver com a vertente utilitária de informações transmitidas.

Desvendar o campo de estudos de usuários da informação foi de enorme importância. Compreender as características de cada abordagem do campo e suas relações com modelos de pensamento foi fundamental para definir os rumos do trabalho.

Ficou claro que a intenção afastava-se dos estudos de usuários tradicionais típicos do campo, de perspectiva positivista, que, preocupados em medir os comportamentos, encontrar percentuais e taxas que expressem leis, esquecem-se de perguntar aos usuários os porquês, as explicações de suas ações, optando por inferir essas explicações (RABELLO, 1980 citada por ARAÚJO, 2007, p. 97).

Com o intuito de compreender como os ouvintes assíduos percebem a relação que desenvolvem com o rádio, houve uma identificação com a proposta de alargamento da agenda do campo de estudos de usuários da informação. Nesse sentido, buscou-se trabalhar com a proposta de Geertz (1989) denominada “descrição densa”. Conforme explica Araújo (2007), esse tipo de análise da ação humana, que inclui o estudo do comportamento e dos significados que as pessoas atribuem ao seu próprio comportamento, pode redirecionar radicalmente a maneira como os estudos de usuários da informação são feitos.

Procurou-se adentrar no universo de ouvintes assíduos, por meio de entrevistas em profundidade, para dar voz a tais pessoas. Ao invés de atribuir razões para a escuta radiofônica por aspectos sociodemográficos ou estabelecer regras gerais que governem esse hábito, pretendeu-se compreender as motivações e percepções dos próprios ouvintes.

Entende-se que as estratégias a serem adotadas em determinada pesquisa dependem dos propósitos desta pesquisa. Os conceitos e teorias que embasam as reflexões do pesquisador se fazem presentes na escolha da metodologia.

O momento da escolha do como desenvolver a pesquisa não é simplesmente uma ação técnica, desprovida de concepções anteriores e de interferências. Ao contrário, nesse momento as correntes de pensamento apresentam-se de maneira incisiva e determinam caminhos e opções (ALMEIDA JÚNIOR, 2005, p. 163).

Portanto, é válido retomar aqui as ideias de Geertz para deixar claras as opções pelos métodos adotados. O autor propõe o trabalho de “descrição densa”, uma descrição minuciosa que não se atém aos aspectos superficiais, mas busca a compreensão dos significados atribuídos pelos sujeitos a seus atos. Isso porque o comportamento humano é visto como ação simbólica, uma ação que significa.

A descrição deve ser orientada pelos sujeitos da situação estudada. Portanto, para buscar a descrição da relação rádio/ouvinte, foram realizadas entrevistas parcialmente estruturadas com ouvintes assíduos de rádio. Considera-se ouvinte assíduo aquele que tem a escuta radiofônica como hábito diário. A proposta de entrevista parcialmente estruturada seguiu definição de Laville e Dionne:

Entrevistas cujos temas são particularizados e as questões (abertas) preparadas antecipadamente. Mas com plena liberdade quanto à retirada eventual de algumas perguntas, à ordem em que essas perguntas estão colocadas e ao acréscimo de perguntas improvisadas (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 188).

Segundo os autores, “a flexibilidade possibilita um contato mais íntimo entre o entrevistador e o entrevistado, favorecendo assim a exploração em profundidade de seus saberes, bem como de suas representações, de suas crenças e valores” (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 189).

Foram realizadas entrevistas com 15 ouvintes assíduos de rádio. A opção foi pela realização de entrevistas em profundidade numa pesquisa qualitativa sem haver pretensão de quantificar opiniões ou fazer generalizações.

A definição do número de ouvintes deu-se pela limitação de tempo para a realização da pesquisa e, principalmente, por se considerar que a compreensão de um fenômeno social em comum (no caso, a escuta de rádio) espelha-se em algumas visões que podem ser apreendidas e que se esgotam ao longo das entrevistas. Ou seja, atinge-se um ponto de repetição do já dito.

Um ponto-chave que se deve ter em mente é que, permanecendo todas as coisas iguais, mais entrevistas não melhoram necessariamente a qualidade, ou levam a uma compreensão mais detalhada. Há duas razões para esta afirmação. Primeiro, há um número limitado de interpelações, ou versões, da realidade. Embora as experiências possam parecer únicas ao indivíduo, as representações de tais experiências não surgem das mentes individuais; em alguma medida, elas são o resultado de processos sociais. Neste ponto, representações de um tema de interesse comum, ou de pessoas em um meio social específico são, em parte, compartilhadas. (...) Em segundo lugar, há a questão do tamanho do *corpus* a ser analisado. (...) Devido a estas duas razões, há um limite máximo ao número de entrevistas que é necessário fazer, e possível de analisar. Para cada pesquisador, este limite é algo entre 15 e 25 entrevistas individuais (GASKELL, 2007, p. 71).

A escolha do grupo se deu, majoritariamente, com o emprego da técnica “bola de neve”, na qual as primeiras pessoas investigadas sugerem outras. Nesta técnica, a descoberta de entrevistados através de amigos e parentes também é considerada válida (GRISA, 2003, p. 306). Esta possibilidade de outras indicações foi usada na tentativa de diversificar a amostra.

Foi feita a escolha de pessoas diferenciadas, mas conhecedoras do assunto em estudo, neste caso, a relação rádio/ouvinte. Esta opção está de acordo com o critério qualitativo sugerido por Bertaux (1993 citado por GRISA, 2003) de “diversificação da amostra”. Ou seja, a pesquisa não pretendeu, em momento algum, analisar categorias ou variáveis de acordo com perfis sociodemográficos. O intuito foi o de dar voz a diferentes pessoas que têm o hábito de escutar rádio diariamente.

Gaskell destaca a importância da atuação do pesquisador, que deve usar sua imaginação social e científica na definição da amostra de uma pesquisa qualitativa, já que não há uma regra geral para essa definição.

O objetivo da pesquisa qualitativa é apresentar uma amostra do espectro dos pontos de vista. Diferentemente da amostra do levantamento, onde a amostra probabilística pode ser aplicada na maioria dos casos, não existe um método para selecionar os entrevistados das investigações qualitativas. Aqui, devido ao fato de o número de entrevistados ser necessariamente pequeno, o pesquisador deve usar sua imaginação social científica para montar a seleção dos respondentes (GASKELL, 2007, p. 70).

Foram contemplados ouvintes com perfis diversificados, que apresentam gosto por programações variadas, sendo que alguns apresentam preferência por uma ou duas emissoras e outros afirmam procurar o que mais agrada para ouvir no momento em que ligam o rádio. Todos têm a escuta radiofônica como hábito diário. Nove entrevistados têm em comum o local de trabalho (Embrapa Milho e Sorgo, Sete Lagoas-MG), que é também o local de trabalho da pesquisadora. Este fato é consequência da técnica “bola de neve” e das limitações de tempo e recursos para a realização da pesquisa. A seguir, tem-se uma sucinta apresentação do grupo de entrevistados.

QUADRO 1
Grupo de ouvintes assíduos entrevistados

Nome	Sexo	Idade	Profissão
Alexandre dos Reis França	Masculino	26	Auxiliar de serviços gerais
Almir Roberto da Silva	Masculino	43	Tratorista
Antônio dos Reis Fonseca	Masculino	49	Operário Rural
Antônio dos Reis Vieira de Souza (Vieira)	Masculino	49	Laboratorista
Carlos Roberto Lopes Pereira	Masculino	52	Torneiro Mecânico
Célio de Almeida Gomes	Masculino	43	Vigilante
Cleber Lopes dos Santos	Masculino	48	Operário Rural
Eustáquio Francisco Souza de Oliveira	Masculino	46	Laboratorista
Gilberto Ribeiro Costa Reis	Masculino	47	Operário Rural
Gracilda Batista dos Santos (Graça)	Feminino	45	Empregada Doméstica
Marcelo Ribeiro de Paiva	Masculino	30	Jornalista
Marcos André Teodoro	Masculino	51	Operário Rural
Maria Rita de Miranda Chamon	Feminino	84	Dona de Casa
Marlene de Jesus Costa	Feminino	70	Dona de Casa
Renato Lara Júnior	Masculino	34	Jornalista

De acordo com a proposta da ampliação da agenda de estudos de usuários, buscou-se compreender a percepção dos ouvintes sobre a relação que estabelecem com o rádio; as razões, motivações para a escuta; as sensações que perpassam esse hábito.

Para tanto, foi formulado um roteiro de entrevistas que procurou abordar tópicos relacionados a eixos de uma possível caracterização da relação rádio/ouvinte. A partir de estudos atuais sobre rádio, perceberam-se alguns fatores que foram explorados: a emoção presente na comunicação radiofônica, a sensação de identificação proporcionada aos ouvintes por elementos dessa comunicação, e a relação entre o universo sonoro e o imaginário, com criação de imagens mentais para o que se ouve. Também foram formuladas questões específicas para tentar explorar a percepção dos ouvintes sobre os processos informacionais implicados na escuta radiofônica.

A seguir, apresenta-se o roteiro montado para orientar a condução das entrevistas. As perguntas foram separadas por eixos a título de organização, mas algumas dizem respeito a mais de um dos aspectos de uma possível caracterização da relação rádio/ouvinte, já que tais aspectos não são estanques, mas se relacionam e se interpenetram. Também foram formuladas questões introdutórias para iniciar a entrevista e levantar alguns dados.

QUADRO 2

Roteiro de entrevistas

Introdução

- Você se lembra de quando começou a ouvir rádio?
- Como era nessa época?
- O que mais gostava de escutar quando começou a ouvir rádio?
- Hoje em dia, o que você ouve com mais frequência?
- Onde costuma ouvir rádio?
- Em que horários costuma ouvir rádio?
- Que emissoras você escuta normalmente?

Eixo Identificação

- Quais informações você ouve no rádio e acha que têm a ver com você, com seu dia-a-dia?
- O que você acha mais interessante ouvir? Por quê?
- E o que acha mais importante, mais relevante ouvir? Por quê?
- Você tem algum (a) locutor(a) de sua preferência?
- Se sim, do que mais gosta nele(a)?
- Que estilo de locução te agrada mais?
- Algum estilo te incomoda? Por quê?

Eixo Informação

- Como você percebe as informações no rádio?
- Tem notícia que passa despercebida e outras chamam atenção? Por quê?
- Você guarda as informações que escuta, usa?
- As informações são passadas no momento. Se te interessam, como você faz? Anota, liga para a rádio?
- A maneira de falar do locutor te ajuda a entender as informações? Tem informação que você percebe ou entende melhor pelo jeito que é dita?

Eixo Imaginário

- Você costuma visualizar o que ouve no rádio?
- Saberá contar algum caso em que se pegou imaginando algum fato que ouvia?
- Você imagina como devem ser os locutores? Tem curiosidade de saber?
- Você já se pegou conversando com o rádio, respondendo ou comentando ao que ouvia?

Eixo Emoção

- Tem preferência por programações mais calmas, mais animadas ou isso varia, depende do momento?
 - Se varia, quando costuma escolher ouvir cada tipo de programação?
 - Alguma programação te anima, alegre? Qual?
 - E algum tipo te irrita? Qual e por quê?
 - Você se lembra de já ter se emocionado ao ouvir rádio?
 - Se sim, poderia relatar algum caso em que isso ocorreu?
-

Todas as entrevistas foram feitas a partir do roteiro proposto, havendo liberdade para inserção de outras perguntas que surgiram no decorrer da conversação e alteração de ordem das questões. Todas foram gravadas e totalmente transcritas. A seguir, houve uma análise minuciosa do conteúdo, com escuta atenta das gravações e leitura das transcrições por repetidas vezes.

Buscou-se refletir sobre os depoimentos dos entrevistados, os relatos de fatos ocorridos em suas vidas relacionados ao rádio, expressões de emoção ao se referirem a este meio, falas sobre as motivações para o hábito da escuta radiofônica. Os depoimentos foram intensamente analisados e, assim, identificavam-se declarações consideradas mais significativas e representativas sobre a relação rádio/ouvinte.

Experiências vivenciadas pelos ouvintes e narradas durante as entrevistas, bem como expressões por eles usadas para se referirem ao rádio (como companheiro e amigo) ajudaram a compreender a relação que tais pessoas desenvolvem com este meio. Também foram identificadas falas que demonstram sensações proporcionadas pela escuta radiofônica, como a sensação de se ter uma companhia, por exemplo. Foi importante ler várias vezes o material, com olhar atento, para analisar o conteúdo como um todo. Também se mostrou essencial escutar as gravações para analisar a maneira que as declarações foram feitas, a entonação das falas dos entrevistados.

Foram identificados tópicos que se repetiam nos relatos dos ouvintes, a saber: companhia, informação, aprendizado, afetividade, agilidade, mobilidade, imaginação, emoção, identificação, elo, hábito. Em seguida, todas as entrevistas foram mapeadas e reorganizadas em novos documentos. As falas foram agrupadas dentro dos tópicos a que se relacionavam, sendo possível notar quais aspectos apareciam com mais força para cada entrevistado.

Na sequência, foi feito um grande documento que reuniu falas destacadas de todas as entrevistas, agrupando as declarações de todos os ouvintes relacionadas a cada tópico. Desta forma, foi possível ter uma visão geral da força de cada tópico nas declarações do grupo de entrevistados.

Também foi feito um mapeamento das ações dos ouvintes relacionadas à escuta radiofônica, com o intuito de compreender a inserção deste hábito na rotina dos entrevistados. Informações sobre horários em que costumam ouvir rádio, preferências, atividades concomitantes à escuta foram pinçadas dos relatos e listadas em separado para cada ouvinte.

Partiu-se, então, para uma pesquisa bibliográfica mais aprofundada, direcionada pelos tópicos identificados nas entrevistas. Foi feito um levantamento de literatura relacionada a cada aspecto da relação rádio/ouvinte reconhecido na análise dos depoimentos.

Com a reflexão sobre as falas dos ouvintes e sua relação com a literatura pesquisada, alguns tópicos foram agrupados para serem analisados conjuntamente. Passou-se, então, a ter os seguintes itens para a análise de dados: companhia e afeto; emoção; identificação; imaginação; aprendizado; interação; agilidade e mobilidade; hábito.

Em cada tópico, foi feita uma análise a partir das percepções apresentadas pelos ouvintes. As declarações impulsionaram a reflexão e foram discutidas à luz de estudos publicados, relacionados aos temas em questão.

Para todo o procedimento de coleta e análise de dados, foi de grande importância a contribuição oferecida por Geertz (1989) com a proposta da “descrição densa”. Conforme explica o autor, uma descrição detalhada, além do óbvio e do superficial e orientada pelo ator dos envolvimento. Ou seja, a descrição não se restringe ao comportamento externamente observável. Abarca tanto ação, como o significado que ela tem para quem a executa.

Neste ponto, é importante destacar que o foco do presente trabalho difere-se do estudo de culturas estrangeiras, nas quais Geertz defende a imersão do pesquisador para vivenciar as experiências das pessoas locais. A relação rádio/ouvinte analisada não se dá em uma cultura alheia. Foi estudada no contexto da sociedade brasileira, com ouvintes dos municípios de Belo Horizonte, Sete Lagoas e Prudente de Moraes, todos situados em Minas Gerais. Ademais, o próprio Geertz alega que o que se procura ao situar-se em determinada comunidade é a conversação com as pessoas da localidade e não tornar-se nativo ou copiá-las.

Por tudo isso e por se tratar de uma relação de cunho pessoal, que se integra ao cotidiano dos ouvintes em diversos momentos e não releva muito de si nas ações externamente observáveis, não foi feito um acompanhamento direto, uma observação das atitudes dos ouvintes em sua relação com o rádio. Considerou-se mais adequado aos propósitos da pesquisa deixar que cada entrevistado contasse sobre suas ações e sobre os sentidos que atribui a essas ações na relação rádio/ouvinte.

Conforme defende Geertz, “o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu” (GEERTZ, 1989, p. 15). O autor considera a cultura como sendo essas teias e a sua análise não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa à procura do significado.

Para o antropólogo, as descrições das culturas devem ser calculadas em termos das construções que imaginamos que os outros colocam através da vida que levam, a fórmula que eles usam para definir o que lhes acontece (GEERTZ, 1989, p. 24-25).

Portanto, as descrições dos sujeitos sobre suas ações devem ser encaradas como interpretações a que as pessoas submetem sua experiência. E é a essas

interpretações que o pesquisador tem acesso quando entrevista as pessoas e solicita relatos.

Assim, não há razão para buscar a generalização de casos. Nesta perspectiva, não faz sentido tentar estabelecer, a partir de regularidades, regras que governem o comportamento informacional, como foi feito em muitos estudos de usuários tradicionais.

Geertz defende que a tarefa do pesquisador “não é codificar regularidades abstratas, mas tornar possíveis descrições minuciosas; não generalizar através dos casos, mas generalizar dentro deles” (GEERTZ, 1989, p. 36).

O autor explica a generalização dentro dos casos a partir do que em medicina e psicologia profunda se chama de inferência clínica. “Em vez de começar com um conjunto de observações e tentar subordiná-las a uma lei ordenadora, essa inferência começa com um conjunto de significantes (presumíveis) e tenta enquadrá-los de forma inteligível” (GEERTZ, 1989, p. 36).

A linha de trabalho indicada por Geertz mostrou-se útil para a pesquisa em perspectiva compreensiva realizada com ouvintes assíduos de rádio. Assim, a “descrição densa”, surgida na Antropologia, foi transposta para a área de Ciência da Informação, de acordo com a proposta de ampliação da agenda do campo de estudos de usuários. Seguiu-se, assim, o que Geertz considera uma dupla tarefa:

(...) descobrir as estruturas conceituais que informam os atos dos nossos sujeitos, o “dito” no discurso social, e construir um sistema de análise em cujos termos o que é genérico a essas estruturas, o que pertence a elas porque são o que são, se destacam contra outros determinantes do comportamento humano (GEERTZ, 1989, p. 37-38).

Assim, a partir das declarações dos ouvintes assíduos, foi examinado o que é comum às visões dos diferentes entrevistados sobre a relação com o rádio. Cada um desses aspectos próprios da relação rádio/ouvinte são analisados a seguir.

Foram utilizados, ao longo do texto, trechos dos depoimentos dos ouvintes. Para a identificação das falas, foram utilizados caracteres em itálico, acompanhados de nome, idade e profissão dos entrevistados. Todos os ouvintes concordaram com a divulgação de suas declarações e dados pessoais, conforme termos de autorização em anexo. Questões feitas durante a entrevista que eventualmente aparecem junto aos relatos foram marcadas em negrito com a identificação “P” (pergunta).

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Aspectos da relação rádio/ouvinte

Os aspectos da relação rádio/ouvinte foram identificados a partir do conjunto de entrevistas realizadas. Após exame minucioso do material coletado, foram destacados tópicos comuns, temas que se repetiam nas declarações dos ouvintes assíduos participantes desta pesquisa.

A seguir, apresenta-se uma análise de cada aspecto, desenvolvida com base nas falas dos entrevistados e em literatura considerada pertinente para reflexão sobre os temas.

Vale salientar que esses aspectos estão inter-relacionados, perpassam uns aos outros e se influenciam mutuamente. Muitas questões relatadas pelos ouvintes dizem respeito a mais de um tópico. De toda forma, a título de organização para análise, as falas foram separadas de acordo com o aspecto considerado predominante em cada declaração.

4.1.1 Companhia & Afeto

Para muitos dos ouvintes entrevistados, o rádio cumpre o papel de uma companhia. Enquanto escutam a programação, sentem que não estão sozinhos, mesmo que não haja mais nenhuma pessoa por perto. É como se os locutores estivessem próximos, conversando com quem os ouve.

Às vezes, a pessoa não tá ouvindo o radinho no fone, mas tem um radinho lá do lado do computador, na sala. É um companheiro que é inseparável. Às vezes a pessoa nem liga, mas tem que ter uma pessoa ali pra tá conversando com ela, entendeu? (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Podendo sempre contar com essa companhia, o entrevistado considera o rádio um “companheiro inseparável”. Percebe-se que essa sensação de companhia se mistura com a relação de afeto que ouvintes estabelecem com o rádio.

O rádio pra mim é bom. Ele não reclama de nada. Então, eu falo com ele, ele fica calado, não me responde mal. Sempre ali disponível e eu sempre ouvindo o

que eu quero ouvir. Então, é muito importante pra mim o rádio. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

A fala acima pode ser interpretada à luz da análise feita por Thompson (2008) sobre as situações interativas a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação. O autor classifica como “quase-interação mediada” as relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa.

Ela é uma situação estruturada na qual alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes se ocupam em receber formas simbólicas produzidas por outros a quem eles não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade (THOMPSON, 2008, p. 80).

Segundo o autor, como a quase-interação mediada se estende através do tempo e do espaço, ela possibilita uma forma de intimidade com outros que não compartilham o mesmo ambiente espaço-temporal; possibilita uma “intimidade à distância”. E, como a quase-interação mediada não é dialógica, a forma de intimidade que ela estabelece não tem caráter recíproco, isto é, não implica o tipo de reciprocidade característica da interação face a face.

Este tipo de intimidade não recíproca à distância permite aos indivíduos desfrutar alguns dos benefícios da companhia sem as exigências típicas dos contextos de interações imediatas. Dá aos indivíduos a oportunidade de explorar relações interpessoais de uma forma vicária, sem entrar na teia de compromissos recíprocos. Os outros distantes com quem se trava conhecimento em interações mediadas são figuras que podem ser encaixadas em nichos espaço-temporais da vida de cada um mais ou menos *ad libitum*. São companheiros regulares e confiáveis que proporcionam diversão, conselhos, informações de acontecimentos importantes e remotos, tópicos para conversação, etc. – tudo de uma forma que evita exigências recíprocas e complexidades que são características de relacionamentos sustentados através de interações face a face (THOMPSON, 2008, p. 191).

Na relação que ouvintes desenvolvem com o rádio, é possível notar este tipo de intimidade não recíproca. Os entrevistados percebem ter controle da situação. Podem optar por ligar o rádio nos momentos em que lhes convém, podem responder ou não ao que escutam. Não sentem nenhum tipo de exigência por parte do “companheiro” rádio. Há relatos que retratam bem esse caráter da relação.

Aí o Heleno falou assim: “você não vai levar seu companheiro não?” (risos) Eu falei: “não, ele vai ficar aí”.

P.: Mas igual ele falou, seu companheiro. Você acha que é um companheiro?

Ah, é e num é, né. Porque aquele trem... Sei lá. Se eu pôr no ouvido eu vou ter um companheiro, se eu não pôr eu não tenho. Então... é e não é. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

Hoje, como se diz, o rádio existe com dois botão, né, um pra ligar e um pra desligar. Então, se a gente não tiver satisfeito com algum programa eu troco de estação ou eu mudo de rádio, ou desliga. Pra gente não tem nada a ver não. (Gilberto, 47 anos, operário rural)

Para ouvintes que desempenham trabalhos durante os quais permanecem sozinhos, o rádio é considerado uma companhia e um facilitador para o desempenho das atividades laborais. Entre os entrevistados, um vigilante e dois laboratoristas deram declarações nesse sentido, conforme relatado a seguir.

O serviço de vigilância deixa a gente assim muito só, aí o rádio é uma companhia, é uma das companhias da gente. (...) É uma área que você fica mais só, né? Aí o rádio é necessário pra você ouvir, porque ele, primeiro, que te faz companhia, e depois que te traz assim o noticiário do mundo, né? Pra você saber o que tá passando. (Célio, 43 anos, vigilante)

[O rádio] faz muita companhia. É bom. Igual hoje eu tô sozinho aqui, se não tivesse um radinho, eu tava aí calado, num silêncio danado. Aí ele ajuda, né? (Eustáquio, 46 anos, laboratorista)

Primeiro, porque eu trabalho aqui praticamente sozinho, então é um trabalho aqui minucioso que você tem que tá concentrado. Então, a música ajuda você a concentrar bastante na... no trabalho que eu exerço aqui no laboratório. (...) A partir do momento que a gente entra pra aqui, você fecha a porta ali e é o rádio ali que fica, né, te ajudando a você concentrar no trabalho. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

O uso do rádio possibilita que lhe seja atribuída essa função de companhia em diversos momentos. A emissão sonora, que pode ser acompanhada durante o cumprimento de tarefas variadas, é percebida como uma presença que ameniza a sensação de solidão.

Entre os veículos de comunicação, pode-se observar no rádio características que fazem deste veículo uma companhia certa para as pessoas solitárias. O rádio não pressupõe dedicação exclusiva, isto é, qualquer transmissão pode ser ouvida durante a realização de atividades mais diversas como trabalhar, caminhar, dirigir, cozinhar, escrever (PRATA, 2004, p. 73).

Para Grisa (2003, p. 256), funcionando como companhia, é possível que o rádio “afaste a solidão ou mesmo cumpra o papel de substituto de uma presença humana”. E, assim, os ouvintes desenvolvem uma relação de afeto com o meio. Falam do rádio como de um ente querido com quem convivem, como é possível notar a seguir.

Gosto demais de rádio. (...) Rádio é companheiro fiel. É um amigo íntimo, inseparável. Eu mais o rádio é companhia inseparável. (...) Dia de domingo, eu mais rádio é igual namorada, meu filho. Não tem jeito. É inseparável mesmo, é igual arroz e feijão, não tem jeito, não fico sem ele. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

E esse radiozinho é meu companheiro de todas as horas e todos os dias. (...) Então, eu tenho o rádio como um companheiro de serviço, das horas tristes, das horas de alegria. Então, pra mim, eu falo aqui com os meninos no serviço aqui que é o amigão que eu tenho do peito é o meu rádio. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

E ele é meu professor, ele é meu confidente, ele é meu amigo, o rádio é tudo isso pra mim. Então, minha filha, eu acho que esse rádio me fez eu uma rainha (risos). (...) É o rádio é meu companheiro. O rádio é meu amigo, meu companheiro, é meu confidente, é tudo isso, né? (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

Em primeiro, em primeiro plano está minha família, né, minha família, aí depois vem o rádio. (...) É meu companheiro da noite, em cima do travesseiro. (Marlene, 70 anos, dona de casa)

A adjetivação feita pelos entrevistados demonstra o carinho e afeição pelo rádio. Para esses ouvintes, bem mais do que um aparelho, o rádio personifica uma companhia muito prezada. Encarado como “amigo”, “confidente”, “companheiro” e até “namorada”, representa um ente pelo qual se demonstra afeto. Com ele, vive-se uma relação de proximidade, considerada de grande importância pelos ouvintes.

O caráter de “companheiro” atribuído ao rádio pelos entrevistados não se limita a uma percepção deste grupo, como também não é fato restrito à atualidade. “Desde os grandes aparelhos no centro da sala com a família ao redor, até os pequenos radinhos presos ao ouvido, a figura do rádio sempre foi associada ao companheirismo” (PRATA, 2004, p. 72).

As peculiaridades da relação rádio/ouvinte, com a marca da afetividade, já foram observadas em estudos anteriores. Salomão (2003, p. 29), ao constatar o sentimento declarado por aqueles que têm o hábito da escuta radiofônica, relata: “é curioso que os ouvintes assíduos falam não só sobre sua paixão por determinada emissora ou programa. Falam de sua paixão pelo rádio – o rádio como meio de comunicação”.

Paiva (1995, p. 18) ressalta que “mais do que os outros receptores, os ouvintes de rádio falam da relação que estabelecem com esse veículo como de um ato de intimidade”.

Nessa relação, o rádio é percebido com um sentido de alteridade, é o outro com quem se convive. Não é visto pelos ouvintes como um mero eletrodoméstico ou portátil e sim como a personificação de um “companheiro”.

Por outro lado, para os comunicadores de rádio, o ouvinte é o outro, é para quem falam, a quem dirigem a comunicação. Dá-se, portanto, um processo de caráter relacional, dialógico.

O rádio é um veículo de comunicação de massa que apresenta o sentido midiático da alteridade (...). O outro, sujeito invariavelmente oculto, é, portanto, alvo das considerações que entram no contexto cognitivo do

compartilhamento de ideias em situação mediada: é o ouvinte por excelência, cujo imaginário reveste-se de singular aspecto ao se engajar no ato da escuta. O “eu” que fala e o “outro” que ouve mantêm, assim, estreita relação midiática, tendo a mensagem como ponto de concentração no qual irá se inscrever o processo de revelação dos sentidos (GOMES, 2006, p. 1).

Por essas características da comunicação radiofônica, Paiva considera que é preciso “olhar o rádio a partir da relação que produz e constitui sua ação”. A autora defende que a relação rádio/ouvinte se apresenta como central no processo.

Tanto para o profissional do rádio como para o ouvinte a presença do interlocutor, do outro, aparece envolta por uma proximidade que designa uma forma de intimidade. É necessário, então, buscar no interior dessa relação os sinais de construção do fato comunicativo (PAIVA, 1995, p. 19).

Os demais aspectos da relação rádio/ouvinte analisados nesta pesquisa (com destaque para emoção e identificação) ajudam a compreender melhor a construção dos laços de afetividade entre ouvintes assíduos e o rádio, bem como as sensações de companhia e companheirismo proporcionadas pela comunicação radiofônica.

4.1.2 Emoção

Para os entrevistados, o rádio tem a capacidade de influenciar o humor, o estado de espírito de quem ouve. A transmissão radiofônica pode afetar as emoções dos ouvintes, proporcionando alegria, entusiasmo ou, por outro lado, tristeza, abatimento.

Há quem considere que o hábito da escuta, por si só, configura-se como um ingrediente responsável por aumentar o ânimo, provocar descontração e contentamento. Para essas pessoas, a “companhia” do rádio alegria o dia a dia, ajuda a passar o tempo, seja durante o cumprimento de tarefas ou em momentos de descanso. A escuta radiofônica mexe com os sentimentos e tem o potencial de colaborar com a melhoria do humor e a superação de tristezas e irritações. Tal percepção pode ser constatada nas declarações que se seguem.

Nossa, pra gente quando tá assim meio, com o astral assim muito ruim é só ligar o rádio que fica assim elevado. (...) Pra mim, é muito importante porque rádio hoje ele traz muitas felicidade pra gente, né? A gente pode tá brigado, mal humorado assim, a gente ouvindo o rádio a gente fica com o astral muito melhor no dia de hoje. (Gilberto, 47 anos, operário rural)

Às vezes eu uso o rádio pra me distrair, eu esquecer de alguma coisa que tá me chateando, (...) eu acho que o rádio, com raríssimas exceções, eu utilizo ele pra divertimento mesmo, pra esquecer de alguma coisa que possa tá me aborrecendo, pra divertimento mesmo. (Renato, 34 anos, jornalista)

Aí no momento de tristeza, você tá ali escutando uma música romântica, passa, né? (...) [O rádio] emociona e muito. As músicas. A gente lembra, né, do momento que a gente era jovem, dos namoro, do que passou, né, a gente tem saudade da família da gente foi... (...) É muito bom a gente escutar música. Música sadia, né, que música que não é sadia né bom não. (...) Distrai a cabeça da gente, né. A vida tá tão complicada, então se você ficar sem escutar música, só quieta no canto, pra aqui e pra ali, cê adocece. (Marlene, 70 anos, dona de casa)

A capacidade de provocar bem estar atribuída ao rádio pelos ouvintes já foi alvo de estudos anteriores. Gomes (2006) avalia que essa sensação pode ser provocada pelo conteúdo da transmissão acompanhada ou pelo hábito da escuta radiofônica e a noção proporcionada de que se tem uma companhia.

Admitimos que o ato da escuta radiofônica é catártico no momento em que o ouvinte sente prazer por algo que o impactou através de processo de sincronia emocional, isto é, o objeto de percepção sonora causa-lhe uma sensação de bem estar: quer seja de uma música, de um drama radiofônico, de uma notícia, quer seja do próprio momento instantâneo de ouvir rádio, possibilitando uma espécie de “companhia” nos instantes de solidão (GOMES, 2006, p. 5).

Ao tentar compreender a percepção dos ouvintes assíduos, durante uma das entrevistas realizadas, a partir de declarações da ouvinte, foi perguntado se, para ela, o rádio ajuda a ficar com o astral melhor. A resposta dada revelou a importância atribuída ao conteúdo da transmissão.

Ocê sabendo escutar os programas bons, né, que se ocê for escutar programa ruim cê fica é pior. Então a gente tem que saber escolher, né. (Marlene, 70 anos, dona de casa)

Assim como a ouvinte citada, muitos dos entrevistados avaliam que o conteúdo da programação acompanhada pode afetar de forma positiva ou negativa as emoções. Por isso, preferem evitar escutar ou pensar muito em notícias consideradas ruins, geralmente sobre violência, tragédias, corrupção e injustiças. Tais ouvintes consideram que esse tipo de programação acaba por influenciar o estado de espírito, provocando sensações de tristeza, desânimo e até estresse. A percepção demonstrada é de que os fatos negativos noticiados, muitas vezes, impregnam pensamentos e emoções.

Tem muitas rádios que dão só notícias más, notícias ruins. Essas rádios, depende do dia a dia, a gente tem que excluir. Pra gente não entrar naquele foco de... do que tá acontecendo, sempre procurar notícias boas pra gente poder desenvolver o trabalho. (Eustáquio, 46 anos, laboratorista)

Aí conforme o horário a gente tem que ouvir mais uma programação mais calma, aquele trem, não ouvir assim, placar de de de... de briga, de morte, tem hora que a gente até sai dela pra não ficar no dia a dia, né, ficar estressado, aí você corre

pra uma música, né, pra você ficar.... Aquele trem que abala a gente no dia a dia não dá não. Você quer ouvir notícia melhor, música, fica mais agradável o dia, né.

P.: Quando é notícia ruim você acha que abala?

Ah, fica parece que fica estressado o dia, né, uma coisa ruim que você fica no dia a dia que é melhor a gente ouvir uma coisa melhor, né. Sempre que eu vou no esporte que é melhor, né? (Marcos André, 51 anos, operário rural)

Porque eu gosto de ouvir só coisa boa, não é? Porque se você ouve coisa ruim aquilo fica impregnado, não é? E você fica triste, dá tristeza na gente de ver lá fora como é que tá, né. Então é melhor não ouvir, né. Eu acho que se as pessoas ouvir só coisa boa, a gente só transmite pras pessoas coisas boas. Porque eu vou ouvir coisa ruim, chegar aqui e perguntar pra você: "ah, aconteceu uma notícia ruim, eu vi no rádio". Num é? Aquilo vai alastrando e não é bom. Num é? Então o que é bom a gente tem que guardar, o que é ruim joga fora, não é? (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

Mais uma vez, pode-se refletir sobre o potencial emotivo do rádio, a capacidade deste meio de proporcionar aos ouvintes sensações diversas e provocar emoções relacionadas ao conteúdo transmitido. Vale destacar que as programações não afetam o público de maneira uniforme. As sensações vivenciadas relacionam-se ao contexto e à história de vida de cada ouvinte. Esses fatores exercem influência sobre a reação emocional do ouvinte, como também sobre a atenção dada a determinados temas e sobre a produção de sentidos a partir de certas notícias.

Eu acho que a coisa que mais mexe é quando a gente ouve falar de um crime que envolve, principalmente, criança, né, que hoje em dia tá muito comum. Igual eu te falei que é pedofilismo. Quando a gente ouve falar que tem uma criança envolvida num tráfico de droga, isso é uma coisa que mexe demais com a gente porque, igual eu te falei, como a gente é pai, você fica totalmente mobilizado com aquilo. Porque é uma coisa que realmente mexe com a gente mesmo e deixa bastante triste. (Almir, 43 anos, tratorista)

Deixa a gente mais tranquilo e outra hora, outra hora nervoso, né. Essa reportagem, por exemplo, das, das falcatruas dos deputados e senadores, agora, por exemplo, essa questão do... dos aposentados. Então deixa a gente nervoso, porque, assim, a gente trabalha é querendo um futuro melhor, né, e na realidade são coisas que num, num, vota hoje não vota, vota amanhã não vota. Então, assim, deixa. Tem algumas reportagens que deixa tranquilo e tem algumas que deixa nervoso, tipo essa, por exemplo, é uma que deixa a gente nervoso, né? (...) A gente ouve as reportagens boas, a gente comenta com os colegas, né, e as reportagens ruins a gente... Eu, eu, por exemplo, faço assim: eu procuro deletar, porque reportagem ruim, ruindade tá tendo todos os dias. (Célio, 43 anos, vigilante)

Como é possível perceber, um entrevistado que tem filhos ainda pequenos sente-se mais tocado por notícias que envolvem crimes com crianças, enquanto outro ouvinte relata sua irritação com a postura dos políticos frente à votação das normas para reajuste de aposentadorias, o que afetará sua vida num futuro próximo. Ou seja, cada um

sente-se implicado em determinado assunto conforme sua realidade de vida e tem uma reação emocional relacionada com sua situação. O contexto também influencia a identificação e a criação de imagens para o que se ouve, como será visto nos próximos tópicos.

Ora, se é correto dizer que nos envolvemos emocionalmente durante os eventos com os quais nos identificamos, de igual modo será legítimo afirmar que a escuta radiofônica permite um envolvimento decorrente das sensações experimentadas na sucessão dos eventos de audição (GOMES, 2006, p. 5-6).

Portanto, durante a escuta radiofônica, ouvintes têm contato com conteúdos e experimentam emoções. Muitas das vezes, sentem-se tocados pela programação transmitida. E, nesse sentido, demonstram optar por programas que proporcionem o bom humor e evitam o que consideram estressante, ruim. Isto é, não recebem conteúdos passivamente e, assim, são afetados. Demonstram fazer escolhas e, a partir de suas intenções, sintonizam programas de acordo com o estado de espírito que querem alcançar ou manter. Esse aspecto emotivo aparece como um dos traços característicos da relação rádio/ouvinte e foi observado em outras pesquisas.

Constatou-se que o rádio, independentemente do período analisado, possui uma característica que lhe é peculiar. A emoção ganha destaque no lugar de uma presumível demonstração. A comunicação radiofônica, tida como o lugar da informação objetiva dos acontecimentos, aparece, através das entrevistas feitas com os ouvintes de rádio, como o reino da emoção. A voz tem um papel determinante nessa relação. As entonações, a melodia e o ritmo traduzem um conjunto de índices que ultrapassam o discurso nele mesmo. A voz carrega o imaginário na sua expressão e produz elementos de significação que nenhuma imagem concreta consegue descaracterizar (PAIVA, 1995, p. 21).

Percebe-se que, além do conteúdo transmitido pelo rádio, a linguagem do meio também é responsável pelo cunho emotivo da comunicação proporcionada. A linguagem oral, suas nuances e o poder da fala interferem nas sensações experimentadas pelos ouvintes.

Ao discorrer sobre o “sentido afetivo” da escuta de rádio, Grisa (2003) recorre a Bakhtin e Bachelard para analisar o potencial dessa escuta de proporcionar emoção e introspecção.

À força da voz radiofônica vêm ainda ao encontro as ideias de Bakhtin (1992), que afirma ser algo externo ao corpo o que se vê, enquanto que o que se ouve ressoa dentro do indivíduo, e de Bachelard (1993), para quem a ausência da imagem no rádio facilita a penetração no mundo interior do ouvinte (GRISA, 2003, p. 244).

O rádio chega ao seu público por um único sentido: a audição. Essa característica já foi apontada como limitação por muitos estudiosos, entretanto, revela-se, a partir da análise de falas dos ouvintes, como um grande potencial. É justamente a unicidade

do som que permite ao rádio proporcionar a seus ouvintes experimentar sensações de grande riqueza emotiva.

Por ser apenas áudio, o rádio é um convite constante à imaginação e é exatamente essa disponibilidade exclusiva do som que faz do ouvir rádio uma experiência mágica, de respostas imediatas e emoções sucessivas (SALOMÃO, 2003, p. 70).

Kaplún (2008), apesar de considerar a “unisensorialidade” como a primeira limitação do rádio, reconhece o potencial afetivo da audição.

Se é certo que o rádio atua sobre um único sentido, a psicologia nos dá um dado muito relevante: esse sentido auditivo a que chega o rádio é o mais ligado às vivências afetivas do homem. (...) O ouvido é o sentido da comunicação humana por excelência; e a nível neurofisiológico, o órgão mais sensível da esfera afetiva do ser humano (KAPLÚN, 2008, p. 88).

O autor ainda destaca a relevância da oralidade e aponta a importância do ingrediente emotivo na comunicação radiofônica.

A palavra falada – e nisto se diferencia da escrita – não só contém um ingrediente semântico e conceitual como carrega uma rica carga imaginativa e afetiva. (...)

A autêntica comunicação radiofônica deve ter um componente afetivo além do conceitual; deve mobilizar não somente a área pensante do ouvinte como também sua área emocional (KAPLÚN, 2008, p. 88).

Também Paiva ressalta como a emoção é fundamental para que os profissionais do rádio possam comunicar-se com os ouvintes, possam atingir o público, já que não contam com elementos visuais.

Falar no rádio é bem mais, pois, o discurso que chega ao seu destinatário sem os referentes proporcionados pelo olhar, pelos gestos e todas as outras formas de expressividade, não pode prescindir de uma via de acesso capaz de tocar fundo os interlocutores: a emoção (PAIVA, 1995, p. 22).

Nesse sentido, os entrevistados demonstram estabelecer preferências por locutores a partir do estilo de comunicação de cada um. O tipo de mensagens abordadas é considerado, como também a maneira de falar, de se expressar ao tratar dos diversos conteúdos.

Eu gosto. Por exemplo, na rádio evangélica mesmo eu gosto muito do William Jorge, porque você aprende muita coisa com ele, sabe? É um homem de Deus. Outro também é o pastor Ciro aqui em Sete Lagoas, também eu gosto muito da apresentação dele. E, às 13 horas na Itatiaia, eu gosto do Eduardo Costa, que ele é muito carismático, entendeu? Ele brinca, além de dar a notícia, ele brinca com a notícia eu me divirto muito. Agora às 17 horas que é o Laudívio Carvalho já fica sabendo de coisas mais sérias, né? O que tá acontecendo no seu estado, as coisas que acontecem, notícias policiais. Ele é bastante competente na notícia. Às 20 horas já gosto muito de ouvir esporte com o Emanuel Carneiro, o Lélvio Gustavo. Agora às 20 horas, Bastidores com João Victor Xavier. São pessoas que entendem de esporte mesmo. Eu gosto bastante. Sou torcedor do Atlético, né? Gosto muito de saber notícia do meu time. E eles sabem realmente trazer aquela notícia pra gente pro dia a dia, sabe? Como é que tá o time, como

é que tá o país em termos de futebol. Eu gosto demais desse pessoal. (...) Gosto muito. Eles são bastante claros naquilo que eles falam. Tudo que eles falam pra mim eu gravo, eu gosto muito. São bastante, são competentes. Tudo que eles falam pra mim ali é verdade. Mesmo que eles brincam com a notícia assim eu acredito. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Eu adoro o Laudívio, porque ele faz da... mesmo dum drama ele faz uma coisa normal e faz uma crítica em cima daquilo que é muito importante pra gente ouvir. Ele faz, ele deixa uma notícia triste ela não deixa ele tão triste e faz uma crítica muito grande nos meios de... nas áreas policiais e tudo. Eu acho muito importante ele. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

Olha, o Carlos Viana, eu escuto ele porque minha mãe também escuta, mas não sou muito... eu sou mais do Carneiro, que é mais, sei lá, é mais centrado, é mais calmo. O Viana tem hora que ela dá uns ataques dele lá aí eu não curto, mas eu sou mais o Carneiro mesmo porque eu sou doida com futebol, então é por causa do futebol que eu escuto ele. (...) Da BH, eu gosto do Bel, do Marquinhos e do Flavinho. E tem uma tal de Rose lá que eu não sei o nome dela, Rose num sei do quê. Ela é meio exagerada e eu não gosto dela não, mas... Eu escuto a BH desde o tal de, ai gente... desde o Jordan. Desde o tempo dele. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

A mobilização da área emocional citada pelos autores que realizaram estudos sobre rádio aparece nos relatos dos entrevistados nesta pesquisa. As programações acompanhadas não são apenas fontes de informações, mas também de emoções que perpassam a relação rádio/ouvinte.

No rádio, ao serem tocados pelo sentimento que a narração de um fato lhes induz, os ouvintes conseguem, contraditoriamente, anular essa distância que foi necessária à compreensão para, então, mergulhar na narrativa como se se tratasse de uma história de suas próprias vidas (PAIVA, 1995, p. 20).

Pode-se relacionar o mergulho na narrativa à importância atribuída pelos ouvintes de optarem por programas que não abordem fatos percebidos como ruins, tristes. O envolvimento emotivo proporcionado pela escuta radiofônica permite que conteúdos considerados negativos causem nos ouvintes a sensação de ficarem impregnados com emoções também negativas.

O aspecto emotivo da relação rádio/ouvinte, além de estar implicado na comunicação radiofônica, sendo importante para a compreensão de conteúdos, também está diretamente relacionado ao compartilhamento de experiências, o que faz o ouvinte ultrapassar seu isolamento e sentir que não está só.

O sentir torna possível a compreensão do mundo. E, através dessa via, pode-se falar de uma experiência que ultrapassa a apreensão individual de um objeto e se constrói como conhecimento compartilhado. (...) O sentimento vai além do restrito, do individual, e funda a compreensão como espaço de experimentação de emoções comuns. A percepção está, portanto, diretamente ligada à sensibilidade; o que provoca e desperta o sentimento se instaura como coisa percebida. (PAIVA, 1997, p. 560).

Também é possível refletir sobre a escuta radiofônica a partir dos tipos de ação social definidos por Weber, a saber: ação racional com relação a fins, ação racional com relação a valores, ação tradicional e ação afetiva, sendo esta última a que mais se encaixa ao hábito de ouvir rádio de acordo com as descrições feitas por ouvintes.

Para Weber, ação é toda conduta humana dotada de um significado subjetivo dado por quem a executa e a orienta. Se essa orientação tem em vista a ação de um outro ou de outros agentes, a ação passa a ser definida como social.

A ação racional com relação a fins é aquela em que um indivíduo, para atingir um objetivo previamente definido, lança mão dos meios necessários ou adequados. A ação racional com relação a valores ocorre quando o agente orienta-se por princípios e age a serviço de suas convicções. A ação tradicional se dá em função de hábitos ou costumes arraigados. Já a ação afetiva é inspirada em emoções imediatas, orientada por paixões.

Weber considera importante compreender o sentido que um indivíduo atribui à sua ação. O sociólogo alerta que “raras vezes a ação, especialmente a social, está exclusivamente orientada por um ou outro destes tipos” (WEBER [1984?] citado por QUINTANEIRO et al., 2009, p. 117). Geralmente, as ações sofrem mais de um condicionamento, mas podem ser classificadas com base naquele que seja predominante.

Nesse sentido, podemos analisar a escuta radiofônica como uma ação predominantemente afetiva, já que apresenta forte cunho emotivo. Os entrevistados ouvem rádio porque essa prática os faz sentirem-se bem.

Outros fatores podem também condicionar a escuta radiofônica, como o hábito, que se relaciona à ação tradicional. Ainda é possível notar um aspecto de cálculo para determinada finalidade, ou seja, ação racional com relação a fins. Os ouvintes demonstram estar cientes sobre a capacidade do rádio de provocar sensações, afetar o humor de forma positiva ou negativa, e relatam fazer suas escolhas em busca de bem-estar.

Mas, de acordo com os relatos dos entrevistados, mostra-se como traço mais marcante o afetivo. Ouvintes assíduos têm uma relação com o rádio que traz características de paixão. Não escutam simplesmente por terem adquirido o costume, nem mesmo apenas para buscar conteúdos determinados, mas por sentirem prazer com essa ação e encararem o rádio como um ente querido.

4.1.3 Identificação

Os ouvintes experimentam a sensação de identificação de diversas formas a partir da escuta radiofônica. Temas ligados à sua realidade, questões locais ou de interesse

de grupos a que pertencem provocam essa sensação. Ao identificar-se com determinado assunto, o ouvinte dá maior atenção, envolve-se mais ativamente no ato da escuta.

Normalmente as, as reportagens, é, a gente seleciona algumas, né. Hoje em dia mais é tragédia, né, que tem as reportagens. Mas a gente olha mais aquelas que interessam mais a gente, tipo um comercial de uma escola, uma coisa assim, pros filhos da gente, próxima. (Célio, 43 anos, vigilante)

O que fala da cidade de Sete Lagoas é bom a gente ouvir pra gente ficar sabendo. (Eustáquio, 46 anos, laboratorista)

Tem notícias que você não dá muita importância porque muitas das vezes você não acha que aquilo é importante pra você. Mas quando tem uma notícia de mais proximidade, que aconteceu um fato aqui na cidade ou na cidade vizinha aí você pra ouvir, presta mais atenção pra saber o que que tá acontecendo. (Marcelo, 30 anos, jornalista)

A Antena 1 de vez em quando também fala coisas da Embrapa, né, fala muita coisa de agricultura, né, muitos informativos do governo. Então é uma fonte de informação pra gente sempre. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

O ato da escuta possibilita identificação com o produto radiofônico quando aquilo que é comunicado estabelece um sentido com os “horizontes de expectativas” do ouvinte (GOMES, 2006, p. 5).

Quando as pessoas escutam rádio, entram em jogo mecanismos psíquicos fundamentais como o da identificação. O público se identifica com determinados locutores, com determinados artistas, com determinadas personagens, com determinados programas e estabelece com eles uma relação afetiva especial (KAPLÚN, 2008, p. 89).

Segundo Kaplún (2008, p. 90), esta possibilidade de identificação depende da capacidade de empatia da transmissão radiofônica. Se esta tiver qualidade empática, se souber se inserir na realidade, no mundo, nas vivências e aspirações dos ouvintes, eles se sentirão consubstanciados na programação e estabelecerão com ela uma relação positiva de identificação.

É importante notar que há múltiplas identificações possíveis para cada ouvinte. Os temas de interesse, os assuntos com os quais cada um se identifica são variados, assim como os grupos de pertencimento, as várias facetas de identidade da pessoa. Um ouvinte pode se reconhecer de diversas formas: homem, funcionário público, cidadão pacífico, morador de Sete Lagoas-MG, torcedor do Atlético Mineiro. Tem, portanto, identificações variadas com diferentes conteúdos.

Como destaca Hall (1999, p. 39), em vez de falar de identidade como uma coisa acabada, deve-se falar de identificação e vê-la como um processo em andamento.

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (...) O sujeito assume

identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente (HALL, 1999, p. 13).

Ao abordar este tema, Thompson (2008) utiliza a noção de *self*, que, segundo o autor, é um projeto que o indivíduo constrói ativamente com os materiais simbólicos disponíveis. Com esses materiais, a pessoa tece uma narrativa da própria identidade.

“Esta é uma narrativa que vai se modificando com o tempo, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo a sua identidade no curso da trajetória de sua vida” (THOMPSON, 2008, p. 183).

A partir da sensação de identificação, surge também a sensação de pertencimento. Ao reconhecer semelhanças em outros, o indivíduo se identifica como membro de um grupo ou comunidade.

De maneira inconsciente, sentimo-nos “ligados” ao Outro, e assim participamos de uma comunidade de destino. É assim que podemos entender os espantosos mimetismos que tendem a prevalecer em tudo. Não mais a distinção, mas a indistinção. Correspondemo-nos com o espírito comum da tribo, e também com a animalidade comum à espécie (MAFFESOLI, 2007, p. 120).

Durante as entrevistas, foram feitos dois relatos de casos específicos, em que havia uma relação de fatos transmitidos pelo rádio com pessoas próximas aos ouvintes.

Eu lembro uma vez que eu tava uma vez na casa da minha tia, eu tava morando lá, morava lá, eu lembro que eu tava lavando vasilha, e na Itatiaia aparece um notícia assim é... Em Unaí, foi... auditores fiscais foram executados e o motorista saiu com a camionete ileso... é fugiu, entendeu? Foi a chacina de Unaí. E eu lembro quando eu tava ouvindo, falei assim: gente, como é que acontece. Pessoa foi, aliás, foi uma emboscada que armaram pra eles e eles caíram, né? E o motorista fugiu. E eu só lembro que ouvi isso. Aí mais tarde na hora que eu fui saber quem era, era um motorista da minha cidade, de Prudente de Moraes. Era o rapaz que foi assassinado, era o Ailton Oliveira, Ailton Oliveira, o Pitoco, né? Foi em 2004, em janeiro de 2004. Eu ouvi essa notícia no rádio. E na hora que eu fui ver era realidade, era uma pessoa do meu município, da minha cidade. Aí isso aí me marcou, viu? Eu ouvi, não fiquei sabendo através de pessoas da minha cidade, eu fiquei sabendo através do rádio, mas eu não imaginava quem era. Depois eu fui saber que era uma pessoa que eu conhecia, entendeu? Que eu tinha até amizade com ela. Que eu trabalhava num bar de balconista, ela ia muito lá de vez em quando. Aí eu falei: gente, nunca passei, nunca pensei em imaginar ouvir uma coisa que eu achava que era bem longe de mim era bem perto da minha pessoa, né? (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Você tá ouvindo alguma coisa que não tem nada a ver, aí entra um plantão de notícia. Às vezes eu não presto atenção depois chama a atenção aí eu paro pra ouvir o que que aconteceu. Igual aquele acidente lá na... aquele acidente que teve agora na semana...

P.: Esta semana? Na Nossa Senhora do Carmo?

É, isso. Eu tô assim “gente, acidente tem toda hora”. Aí quando falou: “arrastou um motoqueiro...” na hora eu parei e falei “meu Deus”. Aí a Delaine trabalha pra lá. Aí eu falei “meu Deus do céu”. “Tem um tanto de carro”, aí eu falei “ai ai ai...”.

Aí eu prestei atenção pra saber o que que era, aí eu liguei pra Delaine e a Delaine “não Graça, já tô sabendo, mas tô aqui ainda, não saí ainda não”. Aí esses trem assim que passa, dá um trem assim que me interessa, eu paro. Mas se não, continuo, tocando a vida. Continuo minha vida, fazendo o que tem de fazer, mas ouvindo o radinho, eu vou ouvindo. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

É possível perceber, a partir dos depoimentos, que a proximidade dos acontecimentos narrados pelo rádio atrai a atenção do ouvinte. O envolvimento ou possível envolvimento de pessoa conhecida no fato noticiado engaja o ouvinte de maneira diferenciada na escuta. Ele se percebe implicado na narrativa por reconhecer elementos bem próximos de sua realidade na transmissão, o que causa sensações emotivas, seja espanto, preocupação ou outra. O fato mexe com o ouvinte e “fica marcado”.

No primeiro relato, após ter escutado a notícia, o entrevistado soube quem era o motorista e se sentiu impressionado por ter tomado conhecimento pelo rádio de um acontecimento com uma pessoa de sua convivência. No segundo caso, a localização do acidente noticiado chamou a atenção da ouvinte e causou preocupação devido à possibilidade de envolvimento de sua patroa.

“A interpenetração entre a vida cotidiana do ouvinte e a realidade mostra o rádio como um lugar de aproximação dos receptores e de compartilhamento de seus sentimentos” (PAIVA, 1995, p. 22).

É possível perceber que a identificação aproxima pessoas. Em caso de notícias sobre situações semelhantes a algumas já vivenciadas por ouvintes, há uma empatia pelos personagens dos fatos ocorridos.

Eu fecho os olhos e fico pensando, me pondo no lugar daquelas pessoas. (...) Eu sei, a gente sabe que a gente tem família, de vez em quando a gente passa por alguns momentos que a gente passa por isso. E a gente vê que realmente a gente tem de pôr sim. Acho que todo ser humano tem de pôr no lugar de outras pessoas, porque se todos seres humanos posse um pouquinho no lugar das outras pessoas, talvez a gente viveria num mundo bem melhor. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

É possível refletir sobre a declaração acima a partir da análise feita por Salomão (2003), para quem, o rádio cumpre um papel de preenchimento e a lógica da identificação – de caráter coletivo – significa para o ouvinte uma alternativa de compartilhamento de experiências e emoções.

Existem ainda fatores pessoais que promovem a identificação não apenas com conteúdos transmitidos, mas com o rádio em si, com o meio e suas características. Este é o caso de um dos entrevistados, que é deficiente visual.

Desde pequeno eu gostei muito de rádio. Acho que é um mal de cego, né? Acho que como a gente não enxerga, o cego se identifica muito com rádio, diretamente com o rádio porque é um veículo que utiliza somente a audição, né. Então desde pequeno eu sempre gostei de rádio. (Renato, 34 anos, jornalista)

O rádio também atua como um elo, um meio de ligação entre ouvintes que têm vínculos pessoais entre si, mas estão distantes fisicamente. Para sentir-se próximo, o ouvinte procura acompanhar a programação seguida por um ente querido ou escutar o que lembra aquela pessoa.

A Liberdade eu ouço por causa da minha mãe, porque a minha mãe gosta de sertanejo. Então, de vez em quando, pra me lembrar da minha mãe, que eu fico longe dela, eu escuto. Eu pergunto: “mãe, que que a senhora tá ouvindo?” e ela “eu tô na Liberdade”, aí eu escuto. Mas também só quando ela tá que eu ligo pra ela aí eu “tá?” “tá”, “então eu vou ouvir”, “então tá”, mas é só. (...)

P.: Você falou assim que o rádio preenche um vazio, você sabe que tipo de vazio que é esse?

Eu acho que é por causa do meu pai, que meu pai vivia com o rádio. Ele morreu com o rádio na mão. Minha mãe fala, “Graça, você ouve rádio mais é por causa do seu pai”. (...) Ela mora em Santa Luzia. Aí, como se diz... agorinha mesmo ela falou assim: “o jogo vai começar oito e meia, né?” Não, seis e meia, né. Aí ela falou: “você sabe em qual?” Como é que ela falou? “Em qual rádio que você vai ouvir” eu falei “mãe, eu vou ouvir na Itatiaia”, que eu não gosto das outras rádios não. “Então tá”, “então tá”, “quando você tiver ouvindo aí eu tô ouvindo cá”, eu falei, “então tá bom”. E é assim que a gente fica. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

Eu morava em Brasília e lá tinha uma rádio Planalto, de Brasília, e tinha um horário, que começava de dez até meia noite, aquelas músicas de recordações. E como a gente morava sozinho, né, a gente lembrava muito de papai e mamãe, principalmente porque tinha um programa que era de Roberto Carlos, né, e que falava aquelas canções. Então, às vezes, tem hora que chegava de noite, da escola e deitava lá com o radinho pequenininho, e ficava lembrando, né, de muita coisa. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

É curioso notar como o rádio desempenha, nesses casos, um papel diferente da função normalmente atribuída ao meio, que é de oferecer notícias e entretenimento ao público. Os entrevistados relatam empregar o rádio em busca da sensação de ter algo em comum com os familiares. Isso pode se dar pelo compartilhamento de uma mesma programação ou pela escuta de canções que remetem aos entes queridos.

Conferir sentido é necessariamente ultrapassar o mundo interior individual a partir de um sentimento social que se espelha através do ato. Em outras palavras, os atos humanos, como ações orientadas pelo sentimento, referem-se sempre ao *outro* saindo assim do mundo isolado do individual. É através da intencionalidade que a ação humana se inscreve como ação subjetiva vivida por sujeitos e integrada pelo sentimento.

Assim, a ação comunicativa radiofônica ou a rede de relações, vivida através do rádio, se constrói em torno de um sentir comum, de uma experiência compartilhada e, nesse sentido, ela se institui a partir daquilo que se apresenta como o mais banal, o mais vulgar – as coisas efêmeras e

momentâneas. É o cotidiano, os fatos comuns da vida, que constroem essa multiplicidade de “alianças” que fazem a sociedade (PAIVA, 1997, p. 562).

Para além das declarações dos ouvintes, pode-se também voltar a atenção para características do rádio que auxiliam na sensação de identificação proporcionada. Além dos assuntos abordados, sincronia de tempo e linguagem são alguns dos elementos que fazem o ouvinte perceber a transmissão como parte de sua vida e se perceber implicado na transmissão.

A começar pela fala utilizada no rádio, podemos notar que, atualmente, as emissoras optam por aproximar o estilo das locuções da coloquialidade. O tom formal e contido, que era adotado por apresentadores nos primeiros anos do rádio, no decorrer da história, cedeu lugar a um modo mais descontraído, a uma “espontaneidade planejada” (MEDITSCH, 1997).

A mudança foi importante para o meio. Como destaca Salomão (2003, p. 29), “para o rádio, mudar significou continuar existindo”. E a maneira de falar ao microfone buscou se aproximar da forma de conversar do público. O rádio adotou uma forma peculiar de apropriar-se e contar o mundo que passou a tomar como base o modo de falar da comunidade (SALOMÃO, 2003).

Além de se aproximar do ouvinte pela linguagem adotada, o rádio utiliza o cotidiano de seu público como matéria-prima para suas mensagens. O rádio fala do trânsito, dos acontecimentos da cidade, de fatos presentes na vida dos ouvintes. Essa abordagem atribui legitimidade, conforme explica Paiva:

Para os ouvintes, essa legitimidade conferida ao rádio nasce através da restituição da dignidade que o veículo faz questão de atribuir à vida cotidiana dos homens comuns. Tornando possível uma identificação dos ouvintes com a mensagem veiculada, o rádio reconcilia a vida de cada dia com os grandes acontecimentos dignos de serem notificados (PAIVA, 1995, p. 22-23).

A identificação não só permite a sensação de proximidade do ouvinte com as mensagens e maior envolvimento no processo comunicativo, como também cumpre um papel relativo à dimensão existencial.

Ao evocar os acontecimentos da vida cotidiana o rádio permite ao ouvinte o reconhecimento da ligação homem-mundo que dá ao sujeito a dimensão de sua existência. A realidade do mundo aparece a cada vez que os homens reconhecem os fatos como acontecimentos reais que eles compartilham com os outros (PAIVA, 1997, p. 567).

Outro aspecto que também proporciona identificação é a simultaneidade entre a emissão radiofônica e a recepção pelo ouvinte. A mensagem é recebida no momento de sua transmissão. A “hora certa”, informada frequentemente, permite ao ouvinte perceber a sincronia entre o seu tempo e o da emissora.

A radiodifusão distingue-se da imprensa por sua condição ao vivo, o que provoca um forte efeito de realidade e, através dele, a empatia do público (MEDITSCH, 1997, p. 8). Atualmente, embora muitos programas sejam gravados, a produção é feita de forma a simular uma apresentação em tempo real. A simultaneidade aproxima, provoca a identificação. “O rádio transmite sempre no presente individual de seu ouvinte e no presente social em que está inserido, ou seja, num contexto temporal compartilhado entre emissor e receptor: o tempo real” (MEDITSCH, 1997, p. 10).

Além da sincronia dos tempos de emissão e recepção, o rádio proporciona a presentificação de acontecimentos. Ao falar sobre fatos ocorridos, estes são reinventados, atualizam-se na relação com os sujeitos do processo comunicativo.

O contar é uma presentificação do ato do qual se fala. No rádio, esse contar não é feito como uma representação do acontecimento mas, muito mais, como uma (re) invenção do ato. (...) Pelo ato mesmo de contar (re) instaura-se o fato recriando-o no presente (PAIVA, 1995, p. 20).

O ouvinte opta, então, por determinada emissora ou programa de acordo com seus interesses e maneira de ser. Ele escolhe o conteúdo com que mais se identifica, bem como o estilo de apresentação. Assim, se pretende ouvir notícias, sintoniza a programação jornalística que mais o agrada, tendo em vista vários aspectos, como os temas tratados, a abordagem que é feita, e até mesmo a voz e maneira de falar do locutor.

4.1.4 Imaginação

O poder do rádio de suscitar a imaginação foi destacado por muitos dos entrevistados. A partir da sonoridade, seja em músicas ou mensagens faladas, os ouvintes criam imagens mentais e lidam com fantasias.

Ao abordar este tópico, destaca-se, primeiramente, o depoimento de uma ouvinte, que, aos 84 anos de idade, relatou como foi a sensação de ver, pela primeira vez, um aparelho de rádio funcionando. O fato ocorreu quando ela tinha oito anos, na época em que o rádio começava a se disseminar pelo Brasil.

A minha tia era fazendeira, e foi naquela época, quando começou o rádio, sabe, quando começou o rádio, então eles eram um casal muito feliz, eles viveram 70 anos casado. Minha tia ela era irmã da minha mãe, né, e fizeram boda de diamante. Naquela época não usava rádio, então quando aconteceu de ouvir o rádio, a minha tia comprou um rádio, então aqueles funcionários dela, os agregados lá da fazenda, eles ficava no curral, logo que terminava o serviço, eles ficava no curral, sabe? tudo com as enxada, as foice, os machado, pra escutar. E chegava em casa, comentava com os filhos, com as esposas, nós tamo lá, que o rádio era um caixote de madeira, e era na Inconfidência que eles

escutavam o rádio, porque naquela época era na Inconfidência. (...) Nessa época, ocê vê, eu tô com 84 anos, eu era criança, então aquilo me despertou aquela loucura pro rádio, sabe, porque eu fui na casa da minha tia ver o que era aquele caixote que falava, não é? (...)

P.: E a senhora lembra o que achou quando viu o tal caixote que falava?

Fiquei muito emocionada, porque eu imaginava assim aonde que o homem ficava pra falar, como é que aquele homem falava dentro daquele caixote, né. Mas ninguém me explicou, eu fiquei curiosa, eu fiquei com aquela pergunta dentro de mim, não é, sem saber o que eu ia falar, como é que era, aquele caixote falando, né, eu não sabia o que que era aquilo, eu era muito criança ainda, mas eu tinha essa coisa. E fiquei com aquilo na cabecinha, porque a gente guarda, né, de criança. (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

O depoimento acima se mostra bastante rico ao revelar o tipo de estranhamento e fascínio causado pelo rádio em seus primeiros anos de existência. Ao mesmo tempo, aponta uma característica do meio que continua a se fazer presente ainda nos dias de hoje: o potencial de despertar a imaginação.

A capacidade apresentada pelo “caixote que falava” de proporcionar fantasias à garota de oito anos não se limita a mentes de crianças ou aos primórdios do rádio. Relatos de outros ouvintes demonstram como também adultos, nos dias atuais, criam imagens de locais, situações e experimentam “viagens” mentais a partir da escuta radiofônica.

A gente imagina, né? Por exemplo, igual aquelas músicas, quando você vê músicas sertanejas, igual nas músicas gospel também, a gente vê aquelas... imagina uma paisagem linda numa fazenda, né, em cima daqueles morros, naquelas, naquelas cachoeiras, né, naquelas serras, a gente fica imaginando quem tá lá naquele lugar assim. É lindo. (Antônio Reis, 49 anos, operário rural)

A gente passa, né, tipo um filme na cabeça, sobre a notícia que a gente vai, coisa, a gente imagina e passa na cabeça da gente como seria aquilo no dia a dia da gente.

P.: E você lembra, assim, de alguma coisa que você já se pegou pensando?

Lembro, é, tipo assim, uma reportagem de uma faculdade, aí eu imagino meus filhos na faculdade, formando, né, uma faculdade que a gente nota assim uma alegria, né, pra... tanto pra gente quanto pra comunidade em geral. (Célio, 43 anos, vigilante)

Percebe-se que tanto músicas como notícias servem para provocar a imaginação e levar ouvintes a pensar em situações que não são reais no momento, que se configuram como desejos de futuro ou fantasias que podem causar boas sensações. Salomão (2003, p. 26) destaca que o ouvinte faz essa busca por “mensagens que o levem a experiências diversas – que o façam sentir-se integrado ao mundo, mas que também se traduzam em um *start* no imaginário de cada um”.

Moragas Spa (2008) destaca o potencial do rádio de provocar a imaginação a partir das características próprias de sua linguagem.

O rádio, somente com a força simbólica de sua linguagem, pode criar espaços imaginários. Melhor dizendo, o rádio pode situar o receptor em um lugar e em uma situação determinados que não tenha nada a ver com sua própria situação real. Com suas próprias condições reais de existência. Com o rádio, vivemos um sonho permanente. O caráter pessoal do qual é investido nos arrasta e nos leva dali para onde quer (MORAGAS SPA, 2008, p. 287).

Ocorre também a imaginação do que se ouve, a criação de imagens mentais para fatos relatados pelo rádio. Nesse sentido, a partir da escuta, as pessoas completam a mensagem transmitida com suas ideias e pensamentos. A partir de simbolizações, de experiências próprias e de sentidos compartilhados socialmente, os ouvintes visualizam o que é descrito em transmissões radiofônicas.

Então, quando tem alguma coisa desses crimes bárbaros ali assim eu fico imaginando sempre quando eles contam, ficam contando lá como é que tá. Eles tão entrevistando uma pessoa lá eu fico imaginando como que tá um pai de um filho assassinado. Um acidente gravíssimo, onde tem pessoas que estão lá desesperadas. Eu fico realmente. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

No caso do futebol, acontece um lance de perigo o repórter vai lá e fala: “o chute passou à esquerda do gol, perto da trave”, aí já vem a imagem assim o gol, a bola passando pertinho da trave, no caso ele fala, aquilo que eu disse, com riqueza de detalhes: “a bola foi rasteira”, “passou perto da trave”, “foi à meia altura”. Aí tudo isso te ajuda a visualizar um campo de futebol. E também, em determinado caso de noticiário, por exemplo: “aconteceu um acidente na esquina da rua Jacuí com Silviano Brandão. O carro de cor tal, de placa tal, bateu na altura tal”. Aí tudo aquilo, esse conjunto de elementos, te faz visualizar como aconteceu o acidente, não só no futebol, mas também em determinada área que você escuta no rádio você, pelo menos eu, busco sempre visualizar o que aconteceu pra também entender melhor o que a pessoa tá dizendo naquela hora. (Marcelo, 30 anos, jornalista)

Uai, a gente imagina o que eles falam né? Assim, vêm as imagens, né, principalmente quando tá narrando o jogo, né, a gente vê quando o cara, quando tem perigo de gol, né, pensa que bola vai pra dentro do gol, ela vai pra fora... é aquela sensação que a gente tem. (Marcos André, 51 anos, operário rural)

Se eu tô escutando uma carta, por exemplo, uma ouvinte contando uma carta, “Ah, que meu irmão foi ali, meu irmão tava no restaurante, e eu fui lá atrás...”, eu imagino aquela cena, um lugar cheio, ela indo atrás. Uma notícia, alguma coisa que eu escuto, eu imagino aquela cena. (Renato, 34 anos, jornalista)

A partir da sonoridade, o rádio impulsiona a imaginação dos ouvintes. O meio não oferece imagens prontas. Essas são criadas pela mente de quem escuta. O público completa cenas e cenários. Conforme destaca Salomão (2003, p. 26), “o rádio é um convite permanente à imaginação, ao envolvimento e, mesmo, à cumplicidade na realização do processo enunciativo”.

Portanto, o ouvinte participa ativamente da produção da mensagem, que não chega pronta para ser apenas assimilada. Ao acompanhar determinada transmissão, o ouvinte atribui sentido ao que escuta a partir de suas vivências, seu contexto. Por isso mesmo, pessoas diferentes têm percepções variadas e imaginam também de forma diversa a partir da escuta de uma mesma programação.

A imagem mental que o ouvinte deve construir não se reduz a uma cópia ou uma reprodução exata da mensagem falada. Ela faz parte da cena e exige simultaneidade na estruturação do sentido. Em outras palavras, o dizer inclui as sensações que permitem ao outro a formação de imagens e, através delas, a experiência do sentir. (...) pode-se dizer que a imagem mental, complemento da linguagem radiofônica, se estrutura como um jogo em que a existência de regras não restringe as articulações possíveis no domínio de uma racionalidade lógica. Ao contrário, o jogo abre várias significações, pois é uma representação que, podendo estar enraizada no mágico ou no místico, ou ainda, no terreno do não-lógico, não se constitui como algo irreal ou irracional (PAIVA, 1997, p. 569).

Percebe-se que os pensamentos propiciados pelas mensagens radiofônicas não se prendem ao raciocínio lógico. As imagens criadas pelos ouvintes relacionam-se a simbolizações.

Dessa forma, ao ouvir uma transmissão, o ouvinte não recebe a informação como produto acabado, transferido de um local para outro e, então, captado. Portanto, não é algo com um sentido fixo, imutável. A informação manifesta-se como uma representação produzida pela mente criadora dos homens. Na sua articulação, são considerados os elementos fornecidos pelo contexto social em que o sujeito está inserido, experiências do sujeito e a natureza dos processos de significação envolvidos (MOURA, 2007, p. 67). Assim, pessoas diferentes, embora compartilhem socialmente códigos que permitem a comunicação, criam sentidos diversos para os fatos vivenciados. Ouvintes sintonizados em uma mesma programação percebem de forma diversificada o que escutam.

É preciso atentar também para o caráter dinâmico da informação. “A informação que buscamos (e nós mesmos, aliás) nunca fica paradinha, à nossa espera (apesar de acharmos que basta documentar, gravar, ou registrar essa informação para congelá-la, isto é, deter seu movimento de produção de sentido)” (PINTO, 1996 citado por MOURA, 2007, p. 67).

Thompson (2008) também defende que as maneiras de compreender os produtos da mídia variam de um indivíduo ou grupo de indivíduos para outro e de acordo com o contexto sócio-histórico.

Como acontece com todas as formas simbólicas, o ‘significado’ de uma mensagem transmitida pela mídia não é um fenômeno estático, permanentemente fixo e transparente para todos. Antes, o significado ou sentido de uma mensagem deve ser visto como um fenômeno complexo e mutável, continuamente renovado (...). O significado que uma mensagem tem para um indivíduo dependerá em certa medida da estrutura que ele ou ela traz para o sustentar (THOMPSON, 2008, p. 44-45).

A presença da imaginação do ouvinte na comunicação se faz mais forte no rádio do que em outras mídias. “Como em nenhum outro meio, os dados provenientes da imaginação do receptor formam parte da mensagem” (MORAGAS SPA, 2008, p. 287). O poder do rádio de provocar nos ouvintes essa espécie de “diálogo mental” foi também assinalado por Salomão, que indica as possibilidades assim surgidas de produção de emoções e aprendizado:

É instigante o poder que o rádio tem de mobilizar as pessoas e levá-las ao exercício da imaginação, da recriação das mensagens recebidas e, mais ainda, da transformação de uma mera emissão sonora em campo de produção de emoções e de sentido, de conhecimento e cultura (SALOMÃO, 2003, p. 69).

Poderia, neste ponto, ser suscitada uma comparação entre escuta e leitura. Também leitores que não dispõem de fotografias ou figuras tendem a imaginar aquilo que é relatado e descrito no texto. No entanto, é importante destacar que o estímulo para a imaginação, quando feito pelo som e, principalmente, pela voz humana, difere-se daquele produzido por uma leitura. A voz, com suas nuances e entonações, desperta sensações, revela intenções e provoca sentidos que interferem na visualização do que se ouve.

Ora, a linguagem radiofônica se funda sobre um elemento único – o som. Uma relação que se materializa através do som; palavras ditas, músicas, silêncios, captados na forma de um discurso expressando um sentido. O rádio intermediando palavras ditas parece alterar a “força” dessas palavras. A palavra dita tem seu contexto traduzido na modulação do som e na forma de pronunciar a mensagem. Na história podemos encontrar exemplos de utilização do rádio que mostram que o texto pronunciado constrói uma nova ordem de densidade para o discurso. A voz coloca “em cena” todos os elementos daquilo que ela descreve (PAIVA, 1997, p. 568).

Para Paiva, “a sonoridade da fala, articulada pela entonação da voz, é o ‘gestual’ que compõe o discurso radiofônico” (PAIVA, 1997, p. 569-570). A autora trabalha com a diferenciação da palavra oral a partir dos processos de significação que esta promove e chama a atenção para o caráter social de tais processos.

(...) é possível dizer que a palavra oral cresce em sua construção significante. Ela não traz a fixidez do signo escrito e, nessa flexibilidade própria à construção sonora se inscreve sua densidade. O discurso falado é capaz de emocionar, pelo seu tom consternado e de proibir através de um tom ameaçador. O som tornado gesto pela entonação e a imaginação que completa a mensagem radiofônica são construções sociais e se nutrem em um imaginário coletivo. A imaginação, que compõe com o texto o discurso radiofônico, se enraíza nessa interseção que funda os sonhos, as fantasias, e também as condições de se localizar no mundo e de se produzir a vida (PAIVA, 1997, p. 570).

Segundo Gomes (2006), na ausência de imagens eletrônicas, o rádio passa a evocar situações próprias do imaginário do ouvinte.

A linguagem, por si só, apresenta a noção de incompletude, convocando os sujeitos a preencher ou completar as lacunas quase sempre permitidas no

ato comunicacional. É no imaginário, portanto, onde as relações de sentidos se complementam. (...) E exatamente porque rádio é só audição, o ouvinte vai preencher os elementos de indeterminação provocados pela linguagem radiofônica (GOMES, 2006, p. 2).

É importante ressaltar o que Gomes entende por imaginário: “o processo de cognição que decorre da capacidade de fantasiar, criar e representar imagens mentais”. Para o autor, “o imaginário é, por natureza, a faculdade que evoca situações ausentes ou distantes, reais ou fictícias, presentificando-as no universo mental do sujeito” (GOMES, 2006, p. 1).

A definição apresentada assemelha-se à noção de imaginação adotada no presente trabalho, a saber: a capacidade da consciência de fazer surgir os objetos imaginários ou objetos-em-imagem (CHAUÍ, 1997, p. 144). Nesta mesma linha de raciocínio, pode-se entender imaginário como “um tecido de imagens, isto é, muitas imagens presas umas nas outras formando uma realidade imaginária” (CHAUÍ, 1997, p. 147). É também possível distinguir modalidades de imaginação a partir do tipo de objeto a que ela se refere, havendo imaginação reprodutora e criadora.

Apesar de irreal e *justamente por ser irreal*, a imagem é dotada de um atributo especial: ela tem o poder de tornar presente ou de presentificar algo ausente, seja porque esse algo existe e não se encontra onde estamos, seja porque é inexistente. No primeiro caso, a imagem ou o análogo é *testemunha* irreal de alguma coisa existente; no segundo, é a criação de uma realidade imaginária, ou seja, de algo que existe apenas em imagem ou como imagem (CHAUÍ, 1997, p. 146).

Outro aspecto interessante ligado à imaginação provocada pelo rádio é a criação de imagens para os “donos das vozes”. Os ouvintes relatam imaginar como são os locutores, fazendo criações mentais de tipos físicos para os apresentadores. Muitas vezes, surgem expectativas de determinada aparências a partir do timbre de voz e estilos de fala de um comunicador.

Então, a gente fica imaginando do lado de cá como são as pessoas. Aí fala com a mulher, a mulher com uma voz muito bonita uma repórter aí a gente fica imaginando como que essa mulher será. De vez em quando, eu fico assim conversando com a turma aqui falo assim: “será que essa mulher é bonita, será que ela feia, como que ela é? É gorda?” Então tem sim, tem essa curiosidade, mas é uma curiosidade boa, mesmo a gente não conhecendo, a gente passa a admirar sem mesmo conhecer. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

A gente pensa que porque a voz que é linda a gente pensa que ele é lindo. O Bel, que é da BH, eu era louca com o Bel. Aí depois quando eu vi o Bel eu falei “meu Deus do céu...” (Graça, 45 anos, doméstica)

Ah isso é muito legal, porque quando você não conhece a pessoa, você só escuta no rádio, você imagina “nó como é que é essa pessoa, né?”. A voz dela assim, às vezes, você acha que a pessoa é alta, mais forte assim pelo tipo de timbre de voz que ela tem. (...) Porque, tipo assim, você visualiza um tipo de

peessoa, você acha que ela é alta, e ela não é nada daquilo que você imaginou e isso é muito legal no rádio também por causa disso, porque também te aguça a imaginar como seria aquela pessoa que tá falando com você naquele momento. (Marcelo, 30 anos, jornalista)

Percebe-se, a partir dos relatos, que agrada aos ouvintes imaginar como são os locutores que acompanham. Para muitos, é divertido fantasiar sobre a aparência dos comunicadores. Existe um certo mistério em torno da voz sem a imagem visual de quem a emite. E o conhecimento da figura de um locutor que não coincide com a imagem criada pela mente do ouvinte pode causar até mesmo desapontamento.

Como destaca Paiva (1997, p. 571), a “imagem imaginada” que o ouvinte constrói provém de simbolizações e a voz abre possibilidades de significações suplementares que guardam um forte valor emocional.

4.1.5 Aprendizado

Na visão dos entrevistados, o rádio também proporciona aprendizado, auxilia na apreensão e análise dos fatos. A escuta de alguns programas informativos colabora com a compreensão de situações, cenários sociopolíticos, acontecimentos relacionados à realidade do ouvinte.

O rádio, além de você aprender com ele, te ensina muita coisa, sabe? No dia a dia, como é que tá a lei, né, no país, os políticos, como é que tá a situação política no mundo, no país, em nosso Brasil mesmo. Cê aprende muita coisa, cê tira muita, assim cê aprende, né, como assim analisar melhor em quem você vai votar na próxima eleição, como é que tá a eleição ali do seu país, as leis que tão pra vim, pra ser aprovadas. Além de ser um companheiro, rádio também é educação, educação. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Essa característica destacada pelo entrevistado demonstra que o rádio não se restringe a um meio superficial, que precisa se limitar a noticiar rápida e sucintamente os fatos. Por contar apenas com a sonoridade, o rádio já foi considerado por estudiosos como um instrumento que deveria ater-se a notas informativas breves. No entanto, percebe-se a existência de um amplo leque de abordagens jornalísticas que podem ser exploradas pelo rádio e que agradam a ouvintes assíduos.

O papel do rádio como meio informativo não está, de qualquer forma, limitado a dar a primeira notícia. (...) O rádio como meio informativo pode fazer um papel muito diferente. Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da explicação e análise. (...) Assim, frente à brevidade enunciativa da notícia radiofônica se situa a reportagem, a entrevista, a mesa-redonda,

a explicação; em definitivo: o *rádio em profundidade* (PRADO, 1989, p. 27-28).

Muitos ouvintes consideram que o rádio, ao abordar fatos do cotidiano, alerta as pessoas para cuidados importantes a serem tomados para a prevenção contra doenças, crimes etc. O rádio trabalha com as ocorrências do dia a dia e permite aos ouvintes perceberem a proximidade dos fatos noticiados e, por conseguinte, a importância de evitarem algumas situações.

Eu acho que é de grande proveito, porque é das coisas ruins que a gente tira, a gente acaba aprendendo algumas coisas boas também.(...) E acompanhado as reportagens acho que isso desperta mais cuidado por parte da gente porque quando a gente pensa que tá longe demais, também tá perto. Então, a gente ouvindo no dia a dia, eu acho que a gente tem que tomar os devidos cuidados pra que, a gente não quer que aconteça com ninguém, principalmente com a gente. (Almir, 43 anos, tratorista)

O rádio te alerta pro mundo. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

Os ouvintes notam a interpenetração entre seu cotidiano e as situações abordadas no rádio. Isso facilita a compreensão da realidade e também a percepção que o ouvinte elabora sobre sua inserção na sociedade.

O rádio fala do real vivido, da existência. Falando da existência o rádio transforma a vida de todos os dias em matéria de sua reflexão e de sua representação e dinamiza a compreensão do mundo, dotando-o de um movimento que é próprio ao do tempo presente (PAIVA, 1995, p. 20).

Ao analisar os sentidos da escuta radiofônica, Grisa (2003) define como pedagógico o sentido do “aprender” com o rádio.

É um “aprendizado da vida”, do cotidiano, através do meio. O sentido pedagógico não se realiza apenas com as notícias, enquanto utilidade pública, veiculadas pela rádio. É um aprender da “totalidade”, que pode ligar-se tanto a uma informação específica quanto a um conhecimento e conscientização mais amplos, conectando-se à possibilidade de situar o ouvinte no ambiente onde vive (GRISA, 2003, p. 259).

O rádio também aparece como instrumento educativo para pessoas que não tiveram condições de estudar e encontraram nesse meio uma oportunidade de ampliar conhecimentos.

Através do rádio, eu conheci muitas pessoas, fiz muita amizade, e através do rádio, minha filha, que o rádio pra mim é um professor, né, porque foi no rádio que eu aprendi muita coisa, porque eu gosto muito de entrevista, eu gosto muito de ouvir crônica. (...) E através do rádio, pra mim, foi muito importante que eu aprendi, que eu sou uma analfabeta, eu nunca fui na escola, não é? Eu nunca fui, eu não estudei, nem no jardim de infância, não fiz nem o primeiro ano, né, mas eu aprendi a ler com o meu esforço, aprendi a escrever alguma coisa, né, e através do rádio é que eu... E ele é meu professor (...) porque o rádio é muito,

muito bom, se a gente souber ouvir, não é, se a gente souber ouvir o rádio é muito bom, porque daquilo que você escuta, você tira proveito das coisas boas, e o que é ruim você joga fora, não é isso? Então o rádio pra mim é muito importante, né? Talvez eu deixo a televisão e vou ouvir o rádio porque eu quero aprender mais com ele, né. (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

A gente aprende muita coisa. Mesmo que a gente não tenha estudo feito em colégio, ou em faculdade, qualquer coisa, a gente aprende muita coisa. É convivendo que você aprende, entendeu? (Marlene, 70 anos, dona de casa)

Nota-se, a partir das falas relatadas, uma função social que pode ser desempenhada pelo rádio. É importante observar a possibilidade de programações radiofônicas terem um papel educativo e atingirem um público amplo, muitas vezes, carente de conteúdo informativo e de oportunidades para sua formação.

Para Prado (1989, p. 28), essa é uma das características que conferem importância ao rádio: “sua capacidade de se comunicar com um público que não necessita uma formação específica para decodificar a mensagem”.

De modo geral, o hábito da escuta radiofônica faz parte da formação dos ouvintes assíduos. Tais pessoas ouvem cotidianamente programações que as tocam de maneira racional e também emocionalmente. As informações transmitidas, as reflexões e sensações provocadas interferem no desenvolvimento pessoal de cada um. Nesse sentido, Thompson oferece uma importante contribuição para a reflexão sobre os aprendizados proporcionados pelos produtos de mídia.

Nós estamos constantemente modelando e remodelando nossas habilidades e nosso cabedal de conhecimento, testando nossos sentimentos e gostos e expandindo os horizontes de nossa experiência. Nós estamos ativamente nos modificando *por meio de* mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia (entre outras coisas). Este processo de transformação pessoal não é um acontecimento súbito e singular. Ele acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano. É um processo no qual algumas mensagens são retidas e outras são esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, tópico de conversação entre amigos, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo e refluxo de imagens e ideias. Dizer que a apropriação das mensagens da mídia se tornou um meio de autoformação no mundo moderno não é dizer que ele é o *único* meio: claramente não é. Há muitas outras formas de interação social, como as existentes entre pais e filhos, entre professores e alunos, entre pares, que continuarão a desempenhar um papel fundamental na formação pessoal e social. (...) Mas não devemos perder de vista o fato de que, num mundo cada vez mais bombardeado por produtos das indústrias da mídia, uma nova e maior arena foi criada para o processo de autoformação. É uma arena livre das limitações espaço-temporais da interação face a face e (...) se torna cada vez mais acessível aos indivíduos em todo o mundo (THOMPSON, 2008, p. 46).

Percebe-se, nesse sentido, que a informação radiofônica pode manifestar-se como uma forma de apropriação de conhecimento. E, conforme lembra McGarry (1999, p. 46), “sabemos que o conhecimento muda; e muda, em grande parte, devido às mudanças

que se verificam em nossas percepções da realidade. Sabemos que acumulamos novos fatos sobre a sociedade, o mundo físico e o mundo da consciência individual”. Para os ouvintes assíduos, uma das formas de ter contato com novos fatos e ampliar o cabedal de conhecimentos é a escuta radiofônica.

4.1.6 Interação

Nas entrevistas realizadas, ouvintes demonstram um gosto por ouvir rádio para estar a par dos acontecimentos, não por interesse em um conteúdo específico de que precisem para tomar alguma decisão ou realizar tarefas. A partir de perguntas sobre a percepção que têm das informações transmitidas e o tipo de conteúdo que buscavam ouvir, os entrevistados relataram uma vontade de acompanhar, de maneira geral, o que se passa no mundo. O rádio, assim, pode atuar como um elo entre o ouvinte e o contexto social. Serve para que o ouvinte sinta-se conectado aos fatos da realidade que o cerca.

Igual notícia mesmo, igual na Itatiaia mesmo às 13 horas tem um programa que eu gosto de assistir, de ouvir, né? É do... sobre notícia, as coisas em geral, sabe? Do Brasil, do mundo, sobre violência, essas coisas. Eu gosto de acompanhar bastante, gosto de estar bem por dentro da notícia. (...) Eu gosto de tá sendo informado não tem jeito. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Geralmente a gente fica.... ouve as notícias, né, fica sabendo o que está acontecendo em Minas e no Brasil e no mundo, né? Geralmente, toda hora tem aqueles intervalos que dá as notícias do Brasil e do mundo. Então é bom que a gente fica informado, né, sempre. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

Eu gosto de ouvir a Itatiaia porque, assim, ela nos deixa a par de todas as notícias, né, do mundo inteiro. E... É o noticiário esportivo, notícia em geral, né? (...) e depois que te traz é assim o noticiário do mundo, né, pra você saber o que tá passando. (Célio, 43 anos, vigilante)

Quando se perguntava aos entrevistados sobre alguma notícia que tivessem ouvido recentemente, eles apresentavam dificuldade para se lembrar. Afirmavam escutar informações gerais, para “estar por dentro” dos acontecimentos, mas não conseguiam citar notícias específicas.

Gomes (2006) aborda a importância da sensação de inserção em determinado contexto, de ligação com a sociedade e seus membros. “Ouve-se rádio como uma fonte de informação relevante ao conhecimento de mundo do ouvinte e por se querer estar inserido nesse mundo, onde os acontecimentos pautam sua vida, sem o qual é possível manifestar uma situação de alheamento da realidade” (GOMES, 2006, p. 11-12).

Grisa (2003, p. 262) considera que há um sentido de “comunhão” na escuta radiofônica, que cumpre um papel de integração social. “É a ideia de que estar informado é comungar, participar de uma unidade comum”.

Ao falarem de ouvir rádio para acompanhar o que se passa, os entrevistados demonstram uma relação com o meio inserida também no campo da sociabilidade. Nesse sentido, “os indivíduos se comprazem em estabelecer laços, e esses laços têm em si mesmos sua razão de ser” (FRANÇA, 1995, p. 60).

Para deixar mais clara a noção de sociabilidade, é válido refletir sobre a análise de Simmel acerca de diferentes formas de comunicação humana de acordo com objetivos e contextos. O autor apresenta a sociabilidade como a forma lúdica da socialização.

(...) nos momentos sérios de sua vida, os homens falam em função do conteúdo que eles querem comunicar ou sobre o qual eles querem ouvir; na sociabilidade, ao contrário, o discurso torna-se seu próprio fim, não no sentido naturalista da tagarelice, mas no sentido da arte da conversação, com suas próprias leis artísticas (SIMMEL, 1991, p. 131 citado por FRANÇA, 1995, p. 60).

Acompanhando esta linha de pensamento, pode-se inferir que o sentido da escuta radiofônica relaciona-se mais à vontade de estar em contato com o mundo, com os outros membros da sociedade, do que à necessidade de uma comunicação utilitária.

França (1995) aborda a sociabilidade como uma das inúmeras formas através das quais os indivíduos se associam. Mas, diferentemente de outras, ela é marcada pela inexistência de fins práticos. “Nem conteúdo, nem resultado; no seu extremo, a noção de sociabilidade significaria a forma pura – uma relação que de certa maneira não quer senão existir como relação” (FRANÇA, 1995, p. 60).

Segundo Paiva (1995, p. 22), “sentir-se próximo, compartilhar emoções, mesmo em uma ligação momentânea e instável, permite ao rádio construir uma espécie de sociabilidade virtual, onde o sentir-se próximo é consequência da ausência de imagens”.

Para Maffesoli (2007, p. 129), é cada vez mais visível “o sentimento de vinculação que dá ênfase às emoções compartilhadas e ao prazer/desejo de estar-junto por estar-junto”.

Nesse sentido, o rádio também impulsiona novos contatos. O hábito da escuta pode proporcionar a criação de laços de amizade entre pessoas antes desconhecidas e mesmo alimentar a comunicação entre pessoas que convivem.

A gente fez um grupo de amizade maravilhoso, sabe, foi aí que eu comecei a conhecer muitas pessoas, fiz muita amizade, sabe, com esse grupo de amizade que chamava é... Família, não como é que é, Clube da Amizade. (...) Agora tá Família Eldorado, que a gente tem lá. Então, através do rádio, eu conheci muitas pessoas, fiz muita amizade. (...) Através do rádio, ele me chama de Vovó Rita, aqui na cidade, eu tenho esse apelido, né? Então várias pessoas liga pra lá e

fala que quer conhecer a Vovó Rita. Então com isso, com as amizades vai crescendo, né, num é importante? Muito importante, né, eu tenho duas amigas que eu conheço elas pelo telefone, pela voz. Olha pra você ver que importância que tem o rádio. (...) Através do rádio, eu não sei quantas família que a gente ficou amiga, que a gente ajudou as pessoas, não é? E através do rádio, que o rádio é uma comunicação, um meio de comunicação fácil da gente poder, né, conversar, que a gente pode ligar pra lá, pode pedir, pode, pode receber, não é? Então não é importante? O rádio é muito importante, não é? (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

A gente ouve as reportagens boas, a gente comenta com os colegas, né. (...) Sim, é, a gente imagina, né, que são as pessoas às vezes que comentam com a gente que gostam de ouvir, que gostam de ouvir as notícias, gostam também de ouvir as notícias e tal, a gente imagina, e quando a gente chega próximo, né, das pessoas fala: “cê ouviu aquilo, aquela notícia, aquela notícia que deu hoje e tal?”. Aí de repente a pessoa não ouviu também, aí a gente passa pra ele, ele passa pra gente de repente. Então, assim, é uma troca, né. (Célio, 43 anos, vigilante)

Percebe-se que a escuta radiofônica proporciona socialização entre ouvintes, aproxima pessoas, promove diálogos, alimenta convívios. “Firmando a audiência radiofônica como um hábito e transformando essa audiência em uma ponte para o ‘mundo lá fora’, ou seja, uma projeção para o – ‘mundo exterior’ –, o ouvinte envolve-se em um diverso modo de socialização” (SALOMÃO, 2003, p. 40).

Portanto, o rádio oferece também essa possibilidade: são feitos contatos, surgem laços e as pessoas convivem, estabelecem relações. Essas relações referem-se à força vital da agregação existente na sociedade, à atração pelo outro, conforme noções trabalhadas por Maffesoli.

Os ouvintes não ligam o rádio em busca de um conteúdo específico de que precisem para o desempenho de atividades ou tomada de decisões. Em nenhuma das entrevistas, esse tipo de atitude foi relatado. Pelo contrário, sempre os ouvintes descrevem uma vontade de estar a par dos acontecimentos, de acompanhar o que se passa, de maneira geral. Em certos casos, há preferência por determinados assuntos, como esportes, por exemplo. Alguns relataram que começaram a ouvir noticiários específicos e depois o leque de interesses se ampliou.

Eu gostava do esporte, mas hoje eu tenho tudo. Eu quero saber as notícias de policiais, notícias do governo. Então eu escuto tudo que o rádio passa ali pra mim. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

Comecei pra ouvir notícia do Cruzeiro, depois foi despertando o interesse de ouvir notícias dos outros times do Brasil tudo e, apesar de eu gostar de ouvir música também, mas basicamente no rádio pra mim, toda matéria de esporte que tem no rádio eu interesse de ficar sabendo. (...) Oh, tirando esporte que é uma coisa que desperta a curiosidade de todo mundo, quando a gente ouve, por exemplo, crime que envolve criança, por exemplo, mesmo porque eu sou pai e

tem amigos meus que têm filhos pequenos, tenho irmão também que tem, quando a gente ouve falar, por exemplo, num pedofilismo, esse tipo de coisa, sequestro, eu acho que isso ajuda a gente... (Almir, 43 anos, tratorista)

Os ouvintes assíduos demonstram gostar de obter informações pelo rádio. Entre os meios de comunicação disponíveis, é feita a opção pelo rádio como instrumento preferencial. As razões para esta escolha são variadas e algumas pessoas não chegam a ter clareza sobre as motivações para a preferência pelo rádio.

Mas, assim, por exemplo, a televisão mesmo é... eu já não perco tempo muito com televisão, não sou muito de assistir televisão não. Eu já sou mais de ouvir rádio, entendeu? (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

Bom, eu pra falar a verdade jornal... eu leio jornal, mas bem menos do que o rádio. Eu acho que esse pode até ser um defeito de alguma pessoa que tem preguiça de ler. Não é meu caso, que eu não tenho preguiça de ler, mas eu acho que entre ler e ouvir, se a notícia vai ser a mesma, eu prefiro ouvir. (Almir, 43 anos, tratorista)

Eu prefiro ouvir rádio do que ver televisão.

P.: É? Por que, Graça?

Olha, eu não sei porque, não sei te explicar porque não. (...) Olha.... Eu acho que o rádio preenche um vazio que a televisão não preenche. Não sei, não sei porque. Eles falam: “o que você prefere, rádio ou televisão?” Eu? Rádio. Porque que rádio... porque a televisão tem aquele negócio, aquele programa. Pra você ver, eu vejo novela, acabou a novela. Mas tem vez que eu vejo novela ouvindo o rádio. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

P.: Entre ver na televisão ou ler o jornal então você prefere acompanhar as informações pelo rádio?

Pelo rádio. Tudo que eu falei pra você, tudo pelo rádio, pra mim... o que eu ouço muito é o rádio porque rádio me traz toda felicidade, né, os noticiário, então, pra mim, eu prefiro o rádio. (Gilberto, 47 anos, operário rural)

A preferência pelo rádio demonstra a opção por um determinado tipo de comunicação que se estabelece entre o meio e o ouvinte. O processo informacional que ocorre pelo rádio apresenta características próprias que podem motivar o hábito da escuta.

Conforme afirma Salomão (2003, p. 55), “a simples opção por ouvir rádio já revela uma postura do sujeito frente ao universo da informação. (...) O ouvinte percebe-se um coagente da emissão radiofônica. (...) o rádio possui formas bem peculiares de mediação, representação e reconhecimento”.

Pelas características da linguagem do rádio, o ouvinte participa ativamente da construção das mensagens. Ele imagina, atribui sentido, completa a informação com seu repertório pessoal de vivências e com estruturas de conceitos e valores compartilhadas socialmente.

O rádio – uma comunicação baseada na sensorialidade e oralidade – oferece ao consumidor da mensagem (seja ela uma notícia, uma música,

um efeito sonoro qualquer) condições de assimilação que fazem do receptor um agente privilegiado em seu ato de processar e, muitas vezes, reinventar a informação recebida a partir de suas próprias experiências numa sucessão permanente de estímulos e readequação de formas e discursos (SALOMÃO, 2003, p. 69-70).

Percebe-se que a comunicação radiofônica tem caráter dialógico, relacional. Locutor e ouvinte estabelecem uma espécie de cooperação, uma parceria na construção das mensagens. Como explica Paiva (1995, p. 20), o rádio é um espaço de compartilhamento, de interação, onde o discurso¹ é o resultado da relação e não do encadeamento de palavras carregadas de sentidos preestabelecidos.

Nesse processo, que envolve os atos de contar e de escutar, entram em jogo as intenções comunicativas e o repertório de informações de ambas as partes (locutor e ouvinte), gerando, assim, contato para fins de engajamento e atribuição de sentidos à mensagem veiculada (GOMES, 2006, p. 5).

Para Prado (1989, p. 18), o rádio, em sua organização tradicional, utiliza o esquema comunicativo clássico: emissor-meio-receptor. O autor argumenta que “este esquema é unidirecional, vertical e hierárquico, características estas que impedem a comunicação”. Segundo Prado (1989), um meio organizado sob este esquema não é um meio de comunicação, mas um canal de distribuição de mensagens-mercadoria. Mesmo com tal leitura, o autor destaca características positivas do rádio para a transmissão de fatos:

Não obstante, inclusive nesta estruturação, o veículo possui características como instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez. Todas elas contribuem assim para fazer do rádio o melhor e mais eficaz meio a serviço da transmissão de fatos atuais. Em vista de tudo isso, é fácil concluir que o rádio é o meio informativo mais adequado (PRADO, 1989, p. 18).

Em sentido oposto, Paiva (1997, p. 552) defende que “a ação radiofônica, materializada na voz de um locutor e recebida através de um único sentido, não se reduz ao conteúdo do acontecimento que é o seu objeto”. A ação se faz dentro de um processo de transmissão que inclui o ato de contar e o ato escutar como coisas interdependentes e complementares, ainda que vividas por sujeitos situados em espaços distintos e determinados.

Dessa forma, “o rádio se redefine como um *ponto intermediário*, um meio de ligação. Um lugar simbólico e enquanto tal, um espaço de *imanência*” (PAIVA, 1997, p. 558).

Segundo a autora, as transmissões radiofônicas, por exigirem uma complementação por parte do ouvinte o colocam como aquele que funda a compreensão da mensagem, como um coprodutor da informação. Ou seja, o ouvinte não é receptor passivo,

¹ A autora esclarece que usa a palavra ‘discurso’ em seu trabalho para designar o resultado de uma relação interlocutiva entre duas ou mais pessoas, produzindo significado.

nem mesmo um mero consumidor de mensagens-mercadoria. Ele é também agente do processo de produção da informação e, por isso, estabelece uma relação com o rádio que vai além da recepção e assimilação de conteúdos prontos, acabados.

Por essas razões, o rádio pode ser considerado um meio de comunicação que supera a visão de simples veículo para transmitir fatos. O rádio é também um meio de ligação entre sujeitos, de partilha de experiências e emoções, proporciona um processo comunicativo e informacional de caráter relacional, dialógico. E talvez resida aí parte relevante do fascínio exercido por este meio. “O rádio seduz por privilegiar essa comunicação de caráter acima de tudo relacional” (SALOMÃO, 2003, p. 27). E, dessa forma, a força do rádio permanece atual e se renova na relação com os ouvintes.

Aparentemente ocultado pelo brilho da televisão o rádio soube reconstruir seu espaço nas sociedades contemporâneas voltando-se, sobretudo, para os problemas do cotidiano de seus ouvintes. Tendo o dia a dia como matéria de seu discurso, o rádio se materializa através de uma maneira de “dizer” a sociedade. Um processo que se inscreve no tempo e no espaço de sua ocorrência e que redefine a relação entre os interlocutores do ato (emissores e receptores). Uma relação de “compartilhamento” onde fazer “em-comum” é o único caminho possível de acesso à produção de sentido (PAIVA, 1995, p. 18).

4.1.7 Mobilidade & agilidade

Duas características do rádio apontadas pelos ouvintes estão inter-relacionadas e influenciam o hábito da escuta radiofônica. Agilidade e mobilidade são percebidas como vantagens do rádio em relação a outros meios e como benefícios que facilitam a escuta.

Que a televisão você tem hora pra assistir e o rádio não. Você estando com o rádio ali você acompanha a notícia. As notícias são mais rápidas. Eu acho que as notícias do rádio são bem mais rápidas do que as de televisão. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

A gente fica sabendo das notícias do mundo inteiro na hora que acontece. (Célio, 43 anos, vigilante)

Porque hoje em dia, com relação a jornal impresso, a notícia que você pega no outro dia você já tá sabendo ela desde a noite anterior, jornal hoje em dia já tá mais velho. Aí no rádio você vai ouvindo a notícia da hora o tempo todo, sempre atualizando. (Marcelo, 30 anos, jornalista)

O rádio é mais conveniente assim, durante o dia, né, pra gente que... você não tem que ficar mexendo muito. Você liga ali e deixa e vai embora. Toca o serviço ouvindo as suas músicas sempre. (...) Acho que o rádio é mais rápido, né, os lances passa rápido no rádio. E quando você imagina já passou no rádio, aí que

você vai ver ele passando. A televisão é mais lenta um pouco. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

Os entrevistados destacam a agilidade ou imediatismo (como classifica Ortriwano, 1985) da transmissão de notícias. Características próprias do rádio, como a sonoridade, e o aparato técnico utilizado na produção de radiojornalismo garantem essa rapidez.

No entanto, é importante notar que a agilidade é vista como relevante de acordo com o contexto dos ouvintes. Os entrevistados revelam que, no seu dia a dia, tem oportunidade de ficar sabendo dos fatos em tempo real pelo rádio, porque dispõem deste instrumento durante horários de trabalho, de deslocamento, e também por terem uma preferência por este meio. O relato de um caso específico ilustra bem esse fato. Um dos entrevistados contou como soube do atentado ocorrido nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001, enquanto estava no trabalho.

Notícias, por exemplo, daquele acidente, né, das torres gêmeas dos Estados Unidos, nós ficamos sabendo aqui foi através do rádio. Antes da gente chega em casa pra ver pela televisão, a gente já sabia o que que tinha acontecido pelo rádio. (Almir, 43 anos, tratorista)

Os ouvintes também demonstram interesse pela agilidade quando acompanham transmissões esportivas. Durante jogos de futebol, “o rádio chega antes” e, por isso, mesmo vendo a partida pela TV, há entrevistados que preferem ouvir a narração pelo rádio. O dinamismo das locuções dá um tom mais animado e emocionante às transmissões.

Você sabe que tem uma coisa muito engraçada: quando eu tô em casa assistindo um jogo o som da minha televisão não existe, só do rádio. (...) Enquanto sai o gol lá na televisão, no rádio a bola já tá saindo de novo já. (Gilberto, 47 anos, operário rural)

Olha, quando eu vejo um jogo assim que me interessa mesmo eu vejo a televisão e escuto no rádio (risos)

P.: É? Por que que você deixa o som do rádio?

Porque o rádio é mais emocionante (risos). Fica mais emocionante o jogo porque a gente vendo é uma coisa, escutando é outra, né. Porque a gente fica olhando pra televisão, suponhamos, quando o cara pensa em chutar a bola no gol no rádio ele gritou gol há muito tempo. (risos) Ah, chega muito antes. Quando você vê a imagem é uma coisa, né, quando você escuta o som é mais rápido, porque chega a ser, através do som, o som chega mais rápido do que a imagem. Aí eu escuto no rádio primeiro e quando é a falta ou o gol lá no rádio já gritou há muito tempo. (Marcos André, 51 anos, operário rural)

A mobilidade do rádio garante que ele possa “acompanhar” os ouvintes em diferentes situações. Os entrevistados demonstram o gosto por não terem que se colocar à

disposição do meio. Podem seguir com suas atividades diárias e levar com eles o “companheiro”.

Porque o rádio você pode carregar ele pra onde você quiser, entendeu? Ele é um... ele é um... igual celular hoje facilita muito. Você tá trabalhando, depende do lugar que você trabalha, dá pra você ouvir um rádio. Você pode ir ali na esquina, você pode levar o rádio, através de um fone, num bolso ou na mão mesmo. A televisão não tem como transportar, né? A maioria das pessoas hoje trabalhadoras não tem como carregar a televisão pro serviço, então tem um radinho. Às vezes, a pessoa não tá ouvindo o radinho no fone, mas tem um radinho lá do lado do computador, na sala. É um companheiro que é inseparável. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços de gerais)

Eu tô no carro, vou daqui pra Sete Lagoas no carro, vou pro Mineirão pra assistir meu jogo, eu tô ouvindo o rádio. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

O rádio chega primeiro, as notícias do rádio chegam primeiro. E o problema da televisão é que você tá vendo, você tá ouvindo e vendo, mas só que pra você ver a televisão você tem que tá no local onde ela tá, o rádio não. Ele tá onde que você tá. (Eustáquio, 46 anos, laboratorista)

Levo, levo ele [o rádio]. Eu ia sempre em Aparecida do Norte e levava ele. (Marlene, 70 anos, dona de casa)

Ortriwano (1985, p. 78) considera que, “dos meios de comunicação de massa, o rádio é o mais privilegiado, por suas características intrínsecas”. Entre elas, cita o imediatismo e a mobilidade, que estão relacionados.

A mobilidade é abordada sob dois pontos de vista: do emissor e do receptor. Em relação ao primeiro, sendo menos complexo tecnicamente do que a televisão, o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente. Se comparado aos veículos impressos, o rádio leva vantagens muito grandes. Suas mensagens podem ser elaboradas enquanto estão sendo transmitidas, além de se eliminar o aspecto crucial da distribuição (quem estiver ouvindo rádio estará apto a receber a informação).

Quanto ao receptor, o ouvinte de rádio está livre de fios e tomadas e não precisa ficar em casa, ao lado do aparelho. O rádio hoje está em todo lugar, eliminando também o hiato de audiência durante o tempo de locomoção de um lugar para outro. Seu tamanho, que é variável, muitas vezes pequeno, torna-o facilmente transportável, permitindo, inclusive, recepção individualizada nos lugares públicos (ORTRIWANO, 1985, p. 79).

O imediatismo é diretamente atrelado à mobilidade do emissor. Garante que os fatos possam ser transmitidos no instante em que ocorrem.

O aparato técnico para a transmissão é menos complexo do que o da televisão e não exige a elaboração necessária aos impressos para que a mensagem possa ser divulgada. O rádio permite “trazer” o mundo ao

ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando (ORTRIWANO, 1985, p. 80).

Mobilidade e agilidade são percebidas pelos ouvintes como características positivas do rádio. São fatores que influem tanto na percepção que as pessoas têm do meio como também na relação que com ele estabelecem.

O rádio desfruta das propriedades dos seres imaginários e novelescos, invisíveis. Nos movemos de lugar e o rádio segue a nos acompanhar. Vou comer no campo e, embaixo de uma árvore, o rádio segue tocando igualmente, atravessa paredes, entra na ducha, no dormitório, vai à praia. O rádio supera toda a exigência corpórea (MORAGAS SPA, 2008, p. 287).

Portanto, o rádio atua com a sonoridade e as características deste meio, entre elas mobilidade e agilidade, moldam sua interface com os ouvintes. A partir das propriedades do rádio, configuram-se as atitudes de seus usuários. Estes podem deslocar-se de um ambiente para outro e se manter na escuta radiofônica. Podem executar tarefas e, ao mesmo tempo, acompanhar programações. Podem saber rapidamente de fatos ocorridos sem precisar interromper outras atividades que estejam desempenhando. Ou mesmo podem se dedicar unicamente durante certos momentos a ouvir rádio. Neste leque de possibilidades, fazem suas escolhas.

É possível refletir sobre essas questões a partir da contribuição de Thompson (2008, p. 25), que caracterizou a “comunicação como um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”.

Segundo o autor, na produção e transmissão de formas simbólicas, os indivíduos geralmente empregam um meio técnico. Isto é, um elemento material com que, ou por meio do qual, o conteúdo simbólico é transmitido. “Mas a natureza do meio técnico pode variar grandemente de um tipo de produção simbólica (e intercâmbio) para outro, e as propriedades dos diferentes meios técnicos facilitam e circunscrevem os tipos de produção simbólica e de intercâmbio possíveis” (THOMPSON, 2008, p. 26).

Ou seja, diferentes meios técnicos têm diferentes atributos e isso implica em diversas formas de comunicação. Essas diferenças podem ser percebidas a partir das atitudes possíveis aos usuários de cada meio.

Como lembra Moragas Spa (2008, p. 281), “um leitor de jornal pode comprar um periódico pela manhã e pode adiar sua leitura até após o almoço. Uma vez disposto a ler, seleciona os grupos e subgrupos que mais lhe interessam. Pode inclusive recortar, arquivar, classificar”. Já o rádio exige uma simultaneidade no acompanhamento das transmissões. Os assuntos não apresentam uma fixação, aparecem num intervalo de tempo.

O rádio participa das características próprias de toda a matéria significativa que se dirige ao ouvido. De todo o sistema expressivo constituído unicamente por aquele tipo de elementos materiais captados pelo ouvido.

(...) Todo o som e a linguagem falada por ele, se ordena em uma cadeia linear-temporal (MORAGAS SPA, 2008, p. 285).

Ou seja, a sonoridade impõe traços à relação que se desenvolve entre ouvintes e o rádio. Assim como há a necessidade de simultaneidade, proporciona-se também a agilidade de transmissão, a mobilidade durante a escuta. “O uso dos meios técnicos dá aos indivíduos novas maneiras de organizar e controlar o espaço e o tempo, e novas maneiras de usar o tempo e o espaço para os próprios fins” (THOMPSON, 2008, p. 29).

Mobilidade e agilidade, características do rádio percebidas pelos entrevistados em sua relação com o meio, influenciam a inserção da escuta radiofônica no dia a dia dos ouvintes. A visão das pessoas sobre esses atributos do meio e sobre a própria vida relaciona-se às atitudes envolvidas na prática diária de ouvir rádio.

4.1.8 Hábito

Entre ouvintes assíduos, o hábito da escuta radiofônica ganha uma dimensão tão grande que alguns chegam a considerá-lo um vício. Muitos dos entrevistados afirmam que não conseguem ficar sem o rádio. A escuta é diária, faz parte do cotidiano de cada um de diferentes formas.

Como analisam Berger e Luckmann (2008, p. 77), “toda atividade humana está sujeita ao hábito”. Conforme relatam alguns entrevistados, a escuta começou aos poucos e ganhou espaço no dia a dia. Nesse sentido, uma das declarações é emblemática:

Ah entrou na minha vida devagarzinho. Comecei... por exemplo, esporte mesmo eu comecei a ter mais ligação com esporte através do rádio. (...) Então, eu passei a gostar muito de rádio. Eu acho que eu sou até um pouco viciado, muito, eu sou muito viciado em rádio, sabe? Apaixonadinho com rádio. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

O hábito surge com a repetição e se incorpora à vida das pessoas, passando a ser percebido por elas como algo natural, uma prática que faz parte do cotidiano. A atividade se integra à rotina e é seguida normalmente a cada dia.

Qualquer ação frequentemente repetida torna-se moldada em um padrão, que pode em seguida ser reproduzido com economia de esforço e que, *ipso facto*, é apreendido pelo executante *como* tal padrão. O hábito implica além disso que a ação em questão pode ser novamente executada no futuro da mesma maneira e com o mesmo esforço econômico. (...) As ações tornadas habituais, está claro, conservam seu caráter plenamente significativo para o indivíduo, embora o significado em questão se torne incluído como rotina em seu acervo geral de conhecimentos, admitido como certos por ele e sempre à mão para os projetos futuros (BERGER; LUCKMANN, 2008, p. 77-78).

Há aqueles que escutam rádio enquanto trabalham. Para eles, o rádio acompanha os momentos de serviço, entretém, ajuda a passar o tempo, facilita o desempenho das atividades.

Principalmente, foi um hábito que eu peguei no serviço. Tem em torno de 22 anos quando eu passei para essa parte desse setor que eu trabalho da oficina. Aí tinha um companheiro que era muito amigo e ele fez pra mim uma adaptação de um radiozinho. E esse radiozinho é meu companheiro de todas as horas e todos os dias. (...) É com hábito eu gosto de música e de notícia, mas eu acompanho mais a rádio Itatiaia, porque ela é completa. Ela tem esportes, tem programa policial e tem música. Então, pra mim é a emissora que eu fico praticamente em torno de sete horas por dia nela. (Carlos Roberto, 52 anos, torneiro mecânico)

Mais é quando eu tô trabalhando. (...) Eu fico ligado direto na Itatiaia, mas eu gosto de ouvir música também, mas mais é Itatiaia. Agora quem quiser ouvir música assim melhor, por exemplo, quando eu não... Aqui, por exemplo, é Itatiaia. Quando eu tô em outro lugar eu gosto de ouvir a Liberdade, que eu acho que também é uma rádio boa em termo de música. Ela dá menos informação e mais música. A Itatiaia dá mais informação. (Célio, 43 anos, vigilante)

Para outros entrevistados, o rádio torna-se um companheiro em momentos de lazer e descanso. E alguns programas em horas livres incluem, necessariamente, a escuta radiofônica.

Igual eu tô lá em casa, dia de domingo mesmo por exemplo, dia de domingo eu amo jogar videogame com rádio do meu lado. (...) Meu dia é só rádio. (...) Dia de domingo, eu mais rádio é igual namorada, meu filho. Não tem jeito. (Alexandre, 26 anos, auxiliar de serviços gerais)

É, eu ouço mais em casa. Porque, mesmo porque o serviço que eu faço aqui na Embrapa é mais serviço com trator, então por causa do barulho não dá pra mim ouvir rádio. Mas em casa é infalível: eu ouço mesmo. (...) Também, na hora que eu, principalmente depois que a gente deita, quando eu deito, eu gosto de sempre tá ouvindo uma musiquinha, um programa esportivo, que à noite mais é isso. Então eu gosto de ouvir, até eu tenho um vício danado, agora até menos, mas antigamente, quando eu era solteiro, minha mãe ia lá e desligava o rádio, era a mesma coisa de tá me acordando. Dormindo eu ligava o rádio (risos). (...) E como eu gosto muito do rádio, praticamente o rádio lá em casa fica ligado a noite toda. (Almir, 43 anos, tratorista)

Há os entrevistados que relatam ter o hábito da escuta tanto no trabalho, como também em casa. Seja durante o serviço ou em horas vagas, ouvir rádio faz parte da rotina. Muitas vezes, os horários escolhidos para a escuta estão relacionados às programações preferidas.

Uai, no serviço é o dia inteiro, quando eu tô aqui, né. Agora em casa é... eu coloco no... os tempos que eu tô disponível lá o rádio tá ligado. (...) Nó, lá o rádio tá ligado o dia inteiro. Fica o dia inteiro ligado. Quando eles estão assistindo televisão, o rádio no fundo tá ligado. Aí quando eles tá mexendo em alguma coisa lá que atrapalha, lá na sala tá ligado. (Eustáquio, 46 anos, laboratorista)

É, hoje, cheguei aqui na Embrapa, ligo o rádio. (...) Eu tenho assim... eu adoro ouvir a Itatiaia, né, um programa à noite, Bastidores. Então, às vezes, eu tô assistindo televisão com o radinho ligado aqui no ouvido, entendeu, porque a parte de esporte eu sou bem ligado ao futebol, então, sempre eu tô, todos os dias eu faço isso. (Vieira, 49 anos, laboratorista)

Eu gostava muito de ouvir mais mesmo a hora do esporte, né, que é às seis da manhã, agora às 11 e 30, às 18 e 30 e às 23 horas da noite. Eu gosto mais de ouvir, que esses horários a gente ficava atento aos noticiários esportivos. Eu ouço muito também o Jornal da Itatiaia. (...) Sempre gosto de trabalhar com o radinho, né. (...) Em casa... nó. Só ouço rádio em casa nas horas vagas, né. Na hora que eu tô com minhas famílias assim eu ouço muito rádio e vejo muitos resultados de esporte. (...) Eu sou muito assim ligado hoje à Itatiaia, mas hoje assim, à noite é o programa do 102, também é muito bom.

P.: Você, ficar sem o radinho, você não fica não?

Não, de jeito nenhum, sem o radinho de espécie nenhuma. Portanto eu fico já esse é o terceiro rádio. Eu gasto uns dois, três rádios por ano. Porque cai muito no chão, quebra, eu vou trocando de rádio (risos). (Gilberto, 47 anos, operário rural)

Para alguns entrevistados, a relação com o rádio é bastante pessoal e tem caráter até mesmo intimista. Eles se sentem mais à vontade para ouvir os programas sozinhos, seja para buscar um conforto a partir de emissora religiosa ou para estar numa escuta que parece, de certa forma, exclusiva.

Quando eu tô aqui, no trabalho, quando eu tô aqui sozinho num cantinho, eu ligo o meu radinho eu fico ouvindo mais é a palavra de Deus, né, os hinos evangélicos e a palavra de Deus. (...) Todo dia. Todo dia aqui. Quando eu tô em casa eu não escuto não, eu só ligo nessas horas assim que eu vejo que eu tô precisando mesmo de ouvir, igual é na 107. Quando eu tô no meu trabalho, tranquilo, sozinho. Mas no meio da turma aqui a gente ouve é o que eles ligam lá. (Antônio, 49 anos, operário rural)

As rádios que eu escuto é BH Fm e a Itatiaia, as duas rádios que eu escuto. Mas, de vez em quando, a Liberdade, mas isso é raro. (...) Eu também gosto de ouvir de fone, não gosto de ouvir pra todo mundo ouvir não, eu só eu gosto de ouvir. Gosto de ouvir sozinha. (...)

Mas você gosta mais de ouvir sozinha é para os outros não tá com barulho ou por que você gosta mais do fone?

Eu não sei. Eu acho que eu sou meio egoísta, tem coisa que eu sou (risos). Tem vez que a Delaine chega na sala “quê que você tá rindo, Graça?”, “Não, é uma coisa que eu tô ouvindo aqui na rádio”, “mas o quê que é?”, aí eu falo “ouve”. Aí ela fala: “mas como é que eu vou ouvir se você tá com o trem no ouvido?”. Falo: vai lá e liga. Mas até ela ligar já passou. Aí ela tá assim, “mas o quê que é?”, aí que eu vou explicar o quê que é. Mas eu gosto de ouvir sozinha, não gosto de

ouvir com gente... sei lá. Minha mãe fala que é egoísmo, que o fone é egoísta. Que aí só eu escuto. (...)

Ele [Heleno, patrão] fala: “Graça, você tem um vício”, eu falei “que vício?”. Aí outro dia ele falou “Graça, você é viciada”. E eu falei “eu não fumo, eu não bebo, em quê que eu tô viciada?”, “no rádio. Não tem uma hora que eu não tô aqui que você não tá com o rádio no ouvido”. Ah então tá. Se tem um vício, é o rádio.

E esse fone, às vezes, dá uma ideia assim de uma coisa mais de intimidade, é?

Sei lá. Parece até que é quando você tá fazendo alguma coisa escondida, não parece? Porque é assim. Se tem uma pessoa do seu lado, ela não tá ouvindo o que você tá ouvindo, só você tá ouvindo. Não sei, não imagino, nunca me passou pela cabeça pensar o que que é não. (Graça, 45 anos, empregada doméstica)

Enquanto muitos dos entrevistados se atêm a uma ou duas emissoras de sua preferência, há ouvintes que procuram entre as estações a programação que mais agrada no momento.

Em casa, no carro. Às vezes quando eu vou andar assim, sair a pé, ponho o radinho na orelha e ando ouvindo pela rua afora. (...) Hoje em dia, mais frequentemente, à noite. Quando eu volto do serviço eu vou tomar banho eu ligo o rádio. Fico ouvindo rádio enquanto eu vou tomar banho. Vez ou outra quando eu vou dar uma caminhada eu vou com o fone no ouvido, ouvindo rádio. Sempre rádio. (...) Não sou fiel a uma emissora não. (Marcelo, 30 anos, jornalista)

Aonde que eu pego uma emissora que tá, que tá assim valendo pra mim, né, te fala as coisas boa, eu aproveito aquilo, né. (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

É interessante notar que, enquanto a maioria dos entrevistados concilia a escuta radiofônica com outras atividades, as duas ouvintes mais idosas do grupo pesquisado gostam de dar atenção exclusiva ao rádio. São pessoas que iniciaram esse hábito quando era costume entre as famílias reunir-se em torno do aparelho para acompanhar as programações.

Eu gosto mais do horário de madrugada porque é o horário que eu tô deitada. Porque eu gosto de escutar o rádio, eu gosto de escutar, ficar ali pra mim ouvir, prestar atenção no que fala, no que canta (...) Então a hora que eu tô deitada é que eu tô ouvindo o rádio, né. (Maria Rita, 84 anos, dona de casa)

Eu gosto de ficar ali prestando atenção. (...) Ah todo mundo gosta de rádio. Dia de domingo nós num sai pra lugar nenhum, quando num tá escutando rádio tá assistindo televisão. (...) E aí ligo o rádio, elas [as filhas] assiste televisão até tarde e eu fico com o rádio baixinho. Elas nem nota, aí tem hora que eu durmo, elas vai lá e desliga o rádio. Aí passa um mucadinho eu acordo e ligo ele, mas ligo baixo, pra elas num escutar, né, aí vai até o dia amanhecer. (Marlene, 70 anos, dona de casa)

Um único entrevistado demonstrou interesse não apenas pelo conteúdo dos programas e pelo prazer com o hábito da escuta, mas também pela forma das transmissões.

Ele busca conhecer várias emissoras e, como um “estudioso informal” (conforme se intitula), analisa o áudio, as criações das rádios, os trabalhos desenvolvidos.

Eu não passo um dia sem rodar o dial, como que... ver como que tá, e querer saber de novidades, e quando eu viajo eu visito rádios mesmo eu tando de férias... (...) eu sou mais de observar não são os programas em si; eu gosto muito de observar a plástica das rádios, a frequência das rádios, o prefixo das rádios, e tô muito ligado também em novidades de rádio. (...) Então eu nunca programo nada, o que que eu vou ouvir, eu ligo o rádio ali, é, aberto a qualquer surpresa, qualquer coisa que tiver ali no momento, exceto nessas horas que eu te falei, quando eu ligo pra ouvir o Delírio, quando eu ligo pra ouvir a carta do Eli Corrêa, quando eu ligo pra ouvir um programa de esporte que eu já sei o horário daquele programa. Fora isso eu ligo pra, como se diz na linguagem popular, pra fuçar mesmo. (...) O rádio, eu não saberia viver sem, se me tirasse da minha mão o rádio por um dia acho que eu já ficaria, tipo quem fuma, quem tem vício, sabe, de beber, é mais ou menos por aí. (Renato, 34 anos, jornalista)

Como é possível perceber pelos relatos acima, o hábito de ouvir rádio faz parte do dia a dia dos entrevistados. Entrelaçado a outras rotinas, integra o cotidiano dos ouvintes. E assume tamanha relevância na vida dessas pessoas que elas afirmam não conseguir ficar sem o rádio.

Thompson (2008) afirma que a recepção dos produtos da mídia deve ser vista como uma atividade situada. Isto é, não é algo passivo, mas uma prática. E é situada, já que as pessoas estão sempre inseridas em determinados contextos sócio-históricos.

A recepção dos produtos da mídia deveria ser vista, além disso, como uma atividade de rotina, no sentido de que é uma parte integrante das atividades constitutivas da vida diária. A recepção dos produtos da mídia se sobrepõe e imbrica a outras atividades nas formas mais complexas, e parte da importância que tipos particulares de recepção têm para indivíduos deriva das maneiras com que eles os relacionam a outros aspectos de suas vidas (THOMPSON, 2008, p. 43).

Ao falar da escuta de rádio como rotina, Grisa (2003) recorre ao conceito de rotinização de Anthony Giddens, que a compreende como “o caráter habitual e assente da maior parte das atividades da vida social cotidiana; a preponderância de estilos e formas de conduta familiares, sustentando e sendo sustentada por um senso de segurança ontológica” (GIDDENS, 1989, p. 304 citado por GRISA, 2003, p. 256-257).

Fato é que a escuta radiofônica constitui um hábito social, desenvolvido e vivenciado em sociedade, envolvendo códigos e sentidos compartilhados. A opção por ouvir rádio indica um pacto, ainda que temporário, com determinado tipo de comunicação e suas peculiaridades.

O canal escolhido como meio para produzir um fazer comunicativo (auditivo, em nosso caso) constitui bem mais que um simples transportador de sinais. Chega a ser um autêntico código de compreensão cultural, um modo convencional acordado entre emissores e receptores para estabelecer um tipo particular de reconhecimento (HAYE, 2005, p. 347).

Assim, um hábito que se insere de diversas formas na vida de diferentes sujeitos é compartilhado socialmente. A escuta radiofônica é uma prática social, que envolve muitos atores, os protagonistas da relação rádio/ouvinte.

4.2 Um olhar sobre as dimensões da relação

A partir dos vários fatores analisados, pode-se questionar o que, afinal, explica, na visão dos ouvintes assíduos, a relação que eles estabelecem com o rádio. Foi possível perceber com os depoimentos que se trata de uma relação afetiva. E, como tal, não tem uma razão de ser clara na percepção dos entrevistados.

Não se apresentam explicações elaboradas de maneira lógica e racional para o fato de se considerar alguém como amigo, companheiro. Assim como ocorre com as relações pessoais, a compreensão da relação rádio/ouvinte, passa pela análise de nuances, fatos e características que a configuram. Vale lembrar que o rádio não é visto pelos entrevistados como um simples aparelho, mas como a personificação de um companheiro.

Não é possível obter respostas elucidadas dos entrevistados, questionando o porquê da paixão pelo rádio. Tal motivação não se apresenta de forma racionalizada, clara. A reflexão, junto aos ouvintes, deu-se a partir das atitudes, sensações e percepções envolvidas no hábito da escuta.

Percebeu-se que diferentes dimensões da informação manifestam-se nesta relação entre ouvintes assíduos e o rádio. Uma dimensão afetiva e emocional perpassa a percepção do rádio como companhia e companheiro. Esta dimensão também está presente nas influências das transmissões acompanhadas sobre o estado de espírito dos ouvintes.

Há uma dimensão criativa, mais relacionada à mente, aos processos de pensamento dos ouvintes. Nesta dimensão, percebe-se claramente o papel ativo dos sujeitos, que criam imagens mentais para o que acompanham e atribuem sentidos.

Percebe-se também uma dimensão social, intersubjetiva. Os ouvintes estão inseridos e são influenciados por contextos socioculturais e histórias de vida. Eles reconhecem-se implicados na transmissão, apropriam-se de conhecimentos, estabelecem laços com os outros e com a realidade que os cerca.

A informação também apresenta uma dimensão existencial e se integra ao cotidiano dos ouvintes. Nesse sentido, a escuta configura-se como um hábito e, de acordo com as características do rádio, essa atividade agrega-se à rotina dos entrevistados e se entrelaça a outras vivências.

Dentre os vários aspectos da relação rádio/ouvinte, o caráter afetivo parece predominar. A vontade de sentir que se tem uma companhia, a percepção do rádio como uma presença que ameniza a solidão, “preenche um vazio” e o fato de considerá-lo um companheiro, um amigo são abordados de forma marcante nos vários depoimentos.

A motivação para ligar o rádio todos os dias aparece mais vinculada a essas sensações do que a qualquer necessidade de obtenção de conteúdos determinados. As transmissões radiofônicas também servem para informar sobre trajetos a seguir no trânsito, cotações de preços ou outros conteúdos de caráter utilitário. Mas não é em busca de tais conteúdos que os ouvintes assíduos ligam o rádio diariamente.

O gosto por sentir que se pode contar com uma companhia que ajuda a passar o tempo, anima o dia; a vontade de sentir-se ligado aos outros e ao mundo, membro de um contexto de que se tem conhecimento; são essas sensações que falam mais alto. É a elas que os ouvintes mais se referem quando falam sobre sua convivência com o rádio.

Portanto, a visão dos entrevistados apresenta vários aspectos da relação com o rádio. São como várias faces de um mesmo cristal, todas interferem na configuração do raio de luz que por elas passa. Algumas, com maior intensidade, dão mais cor ao raio do que outras. Assim também ocorre na relação rádio/ouvinte, e os aspectos ligados ao universo das sensações, da afetividade e da emoção dão o tom mais forte.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da relação rádio/ouvinte, com um olhar compreensivo, em busca da perspectiva dos protagonistas desta relação, revelou a riqueza dos processos informacionais envolvidos.

Conhecer os vários aspectos que perpassam o hábito da escuta radiofônica foi de enorme valia. Ficou patente que ligar o rádio, a cada dia, representa para os ouvintes assíduos bem mais do que o gesto de girar um botão. Ligar o rádio é ir ao encontro de uma ligação com o mundo, com o contexto em que se está inserido. É ligar-se a uma companhia que acompanha e que se torna um companheiro.

Entender que essas sensações, na maioria das vezes, falam mais do alto do que o interesse por algum conteúdo determinado; perceber que as transmissões emocionam; reconhecer que ouvir rádio torna-se um hábito de tamanha força que é encarado como vício; tudo isso demonstra a enorme riqueza dos processos informacionais envolvidos na escuta radiofônica.

E, para analisar tais processos, há que se ter uma postura aberta à complexidade. Uma visão funcionalista responderia muito pouco diante do fenômeno estudado. Se a pesquisa se restringisse, por exemplo, a levantar os tipos de informações buscadas por ouvintes assíduos para seguirem com sucesso suas vidas, teria resultados escassos.

Nenhum dos ouvintes declarou ligar o rádio em busca de conteúdos utilitários para tomada de decisões ou para preenchimento de lacunas cognitivas. Pelo contrário, os entrevistados apresentaram dificuldades para lembrar informações específicas, mas falaram amplamente do contato com notícias gerais para estar por dentro do que se passa e relataram, principalmente, as sensações experimentadas com a “companhia” do rádio.

Para essas pessoas, o rádio é um elemento de grande importância no dia a dia. Encarado como companheiro, tem uma presença relevante no cotidiano dos ouvintes assíduos, que não cogitam abandonar o hábito da escuta radiofônica.

Torna-se evidente a importância da atenção aos aspectos humanos dos processos informacionais. E, para isso, os usuários da informação (neste caso, os ouvintes assíduos) não devem ser vistos como números, membros de perfis sociodemográficos ou indivíduos cognoscentes isolados. Não basta quantificar usos que eles façam de determinado meio ou inferir regularidades a partir de medições de taxas, como níveis de audiência. Também não se deve avaliar as ações dos sujeitos como construções exclusivamente individuais, desconsiderando o contexto sócio-histórico. Os usuários, atores

sociais que protagonizam a relação rádio/ouvinte, têm muito a revelar sobre suas experiências, sensações e pensamentos.

Torna-se clara a relevância da ampliação da agenda do campo de estudos de usuários da informação. Os estudos não podem se restringir a pesquisas da abordagem tradicional, com o pressuposto de que a informação é uma coisa tangível, de sentido fixo e imutável, que pode ser recuperada para atender à necessidade de um usuário. Também não cabe mais desconsiderar o caráter intersubjetivo da informação e a importância do contexto sócio-histórico, que configura as ações e relações sociais. Portanto, não basta analisar os sujeitos como seres isolados e a informação como uma construção mental individual, conforme se faz nas abordagens chamadas alternativas, de cunho cognitivo.

Acredita-se que os trabalhos de Ciência da Informação devem, cada vez mais, incluir os sujeitos dos processos informacionais em suas investigações. E não apenas as pesquisas funcionalistas, que buscam o desenvolvimento ou aprimoramento de sistemas ou serviços para melhor atender a seus usuários. Trabalhos sem esse perfil têm grande contribuição a oferecer à medida que busquem a compreensão dos vários aspectos implicados no processo informacional, pois este deve ser visto não apenas em sua dimensão utilitária, mas também em suas dimensões afetiva, social, criativa e existencial.

Nessa perspectiva, a informação é entendida como uma construção social que vai além do autor/produtor e insere-se num contexto sociopolítico, onde a figura do usuário tem grande importância, pois ele é entendido como sujeito que vivencia ativamente o processo informacional.

A proposta de uma abordagem atual ou 'emergente' no campo de estudos de usuários vem ao encontro dessa perspectiva. Dar voz aos usuários, buscar a compreensão dos porquês desses sujeitos para suas ações, analisar o fenômeno informacional em sua complexidade, adotar métodos que permitam uma pesquisa de caráter compreensivo: eis o que se pretende com a ampliação da agenda do campo.

Nesse sentido, alargam-se as possibilidades de investigação. Não se restringem as pesquisas a determinados grupos de usuários de sistemas ou serviços informacionais já existentes. Podem ser feitos os mais variados recortes. Abrem-se as portas para a compreensão do fenômeno informacional vivenciado por seus muitos usuários: os seres humanos em sua diversidade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Sobre os métodos e as técnicas de pesquisa: reflexões. In: VALENTIM, Marta Lúcia Pomim (Org.). **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005. p. 161-171.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. A ciência da informação como ciência social. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 32, n. 3, p. 21-27, set./dez. 2003.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários: uma abordagem na linha de ICS. In: CABRAL, Ana Maria Rezende; REIS, Alcenir Soares dos (Org.). **Informação, cultura e sociedade: interlocuções e perspectivas**. Belo Horizonte: Novatus, 2007. p. 81-100.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **Estudos de usuários: pluralidade teórica, diversidade de objetos**. São Paulo: GT 03-Mediação, Circulação e Uso da Informação, 2008.

AZEVEDO, Marco Antônio de. Informação e interpretação: uma leitura teórico-metodológica. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 122-133, jul./dez. 2004.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BERTAUX, Daniel. La perspectiva biográfica: validez metodológica y potencialidades. In: MARINAS, José Miguel; SANTAMARINA, Cristina (Org.). **La historia oral: métodos y experiencias**. Madrid: Debate, 1993.

BRECHT, Bertold. Teoría de la Radio (1927-1932). In: BASSETS, Lluís (Ed.). **De las ondas rojas a las radios libres**. Textos para la historia de la radio. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

CABRAL, Ana Maria Rezende. A ciência da informação, a cultura e a sociedade informacional. In: _____; REIS, Alcenir Soares dos (Org.). **Informação, cultura e sociedade: interlocuções e perspectivas**. Belo Horizonte: Novatus, 2007. p. 29-48.

CAPURRO, Rafael. Epistemology of Information Science. In: <http://v.hbistugart.de/~capurro/publi.htm>. _____. **What is information science for? A philosophical reflection**. In: Pertti Vakkari, Blaise Cronin (Ed.). **Conceptions of Library and Information Science. Historical, empirical and theoretical perspectives**. London: Taylor Graham, 1992. p. 82-98.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia y Ciencia de la Informacion. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ECI/UFMG, 2003.

CARDOSO, Ana Maria Pereira. Pós-modernidade e informação: conceitos complementares?. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 63-79, jan./jun. 1996.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. **Estudo de necessidade de informação**: dos paradigmas tradicionais à abordagem Sense-Making. Porto Alegre: UFRGS, 1997. (Documentos ABEBD, 2).

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell; FAUSTO NETO, Antônio (Org.). **A encenação dos sentidos**: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. p. 55-66.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 64-89.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte**. Covilhã, Portugal: BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2008.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. Dos estudos sociais da informação aos estudos do social desde o ponto de vista da informação. In: AQUINO, Mirian de Albuquerque (Org.). **O campo da ciência da informação**: gênese, conexões e especificidades. João Pessoa: Editora Universitária, 2002. p. 25-47.

GRISA, Jairo Angelo. **Histórias de ouvinte**: a audiência popular no rádio. Itajaí: Univali, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAYE, Ricardo. Sobre o discurso radiofônico. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005. v. I., p. 347-354.

HJØRLAND, Birger; ALBRECHTSEN, Hanne. Toward a new horizon in information science: domain-analysis. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 46, n. 6, p. 400-425, Jul. 1995.

INGWERSEN, P. Conceptions of Information Science. In: VAKKARI, Pertti; CRONIN, Blaise (Ed.). **Conceptions of library and information science**: historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992. p. 299-312.

JACOB, Elin K.; SHAW, Debora. Sociocognitive perspectives on representation. **Annual Review of Information Science & Technology**, v. 33, p. 131-185, 1998.

KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limitações e possibilidades do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2, p. 81-90.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MCGARRY, Kevin. **O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1999.

MEDITSCH, Eduardo. **A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual e eletrônico**. Santos: GT Rádio, 1997.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira. **Rádio e cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

MORAGAS SPA, Miguel de. Perspectiva semiótica da comunicação radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2, p. 281-288.

MOURA, Maria Aparecida. Signi-fica ou signi-vai?. As teorias da significação no campo da Ciência da Informação. In: CABRAL, Ana Maria Rezende; REIS, Alcenir Soares dos (Org.). **Informação, cultura e sociedade: interlocuções e perspectivas**. Belo Horizonte: Novatus, 2007. p. 61-79.

NASCIMENTO, Denise Morado. A abordagem sócio-cultural da informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.16, n. 2, p. 25-35, jul./dez. 2006.

ØROM, Anders. Information Science, historical changes and social aspects: a Nordic Outlook. **Journal of Documentation**, v. 56, n.1, p.12-26, Jan. 2000.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Falando de jornalismo... no rádio paulista. In: LOPES, Dirceu Fernandes; COELHO SOBRINHO, José; PROENÇA, José Luiz (Org.). **A evolução do jornalismo em São Paulo**. 2. ed. São Paulo: EDICON: ECA/USP, 1998. p. 162-172.

PAIVA, Vanessa. Uma comunidade de ouvintes: a sociabilidade proporcionada pelo rádio. **Geraes**, Belo Horizonte, n. 47, p. 18-23, 1995.

PAIVA, Vanessa. A mensagem radiofônica: o acontecimento (re) significado. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília, DF: Paralelo 15, 1997. p. 551-572.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Ciência da Informação: desdobramentos disciplinares, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade. In: GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide; ORRICO, Evelyn Goyannes Dill (Org.). **Políticas de memória e informação: reflexos na organização do conhecimento**. Natal: Editora Universitária da UFRN/EDUFRN, 2006. p. 111-141.

PINTO, Júlio. Semiótica e Informação. Belo Horizonte, **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, p. 87-92, jan./jun. 1996.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRATA, Nair. Na hora das estrelas: as ondas do rádio invadem a solidão dos ouvintes. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 72-89, 2004.

QUINTANEIRO, Tania; BARBOSA, Maria Ligia de Oliveira; OLIVEIRA, Márcia Gardênia. **Um toque de clássicos: Marx, Durkheim e Weber**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

RABELLO, Odília. **Análise do campo de conhecimento relativo a usuários de biblioteca**. 1980. Dissertação (Mestrado em Administração de Bibliotecas). Escola de Biblioteconomia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

ROSA, António Machuco. Elementos para uma teoria dos novos media. **Caleidoscópio - Revista de Comunicação e Cultura**, Lisboa, n. 8, p. 11-28, 2008. Disponível em: <<http://paginas.ulusofona.pt/p138/ArtigoNewMedia.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2009.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2003.

SHANNON, Claude; WEAVER, Warren. **Teoria matemática da comunicação**. São Paulo: Difel, 1975.

SIMMEL, Georg. **Sociologie et épistémologie**. Paris: PUF, 1991.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2008.

ZUCULOTO, Valci. Debatendo com Brecht e sua Teoria do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1, p. 47-60.

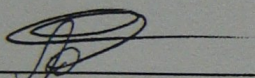
ANEXO – TERMOS DE AUTORIZAÇÃO**Autorização**

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 3 de agosto de 2010.

Nome legível:

Alexandre do Reis Torres



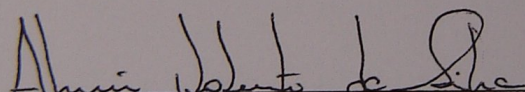
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 19 de julho de 2010.

Nome legível: Almir Roberto da Silva


Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 03 de agosto de 2010.

Nome legível: Antônio do Reis Fonseca

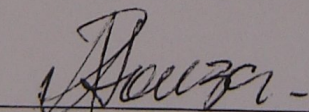
Antônio do Reis Fonseca
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "**A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva**", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 13 de JULHO de 2010.

Nome legível: ANTONIO DOS REIS VILVA DE SOUZA


Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 12 de ~~Julho~~ de 2010.

Nome legível: Carlos Roberto Lopes Pereira

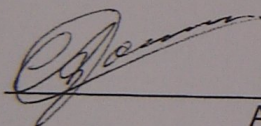
Carlos R. Pereira
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "**A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva abrangente**", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 12 de Julho de 2010.

Nome legível: Elcio de Almeida Junior



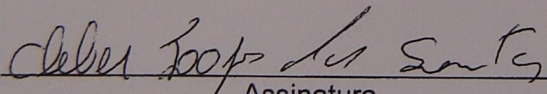
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 23 de julho de 2010.

Nome legível: CLEBER LOPES DOS SANTOS

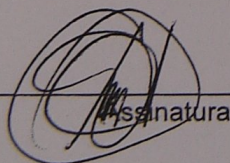

Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 12 de julho de 2010.

Nome legível: Estevão Francisco Souza de Oliveira

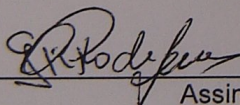

Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "**A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva abrangente**", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 12 de julho de 2010.

Nome legível: Gilberto Ribeiro Rodrigues



Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: **"A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva"**, apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 12 de julho de 2010.

Nome legível: Gracilda Bato de Sant

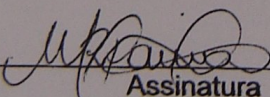
Gracilda Bato de Sant
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 11 de JULHO de 2010.

Nome legível: Upruelo Ribeiro de Paiva


Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "**A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva**", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 12 de julho de 2010.

Nome legível: Marcus André Teodoro

M. Teodoro
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 16 de julho de 2010.

Nome legível: Maria Rita Miranda Chamon

Maria Rita Miranda Chamon
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: "***A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva compreensiva***", apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sete Lagoas, 31 de julho de 2010.

Nome legível: Marlene de Jesus Costa

Marlene de Jesus Costa
Assinatura

Autorização

Autorizo a divulgação da entrevista concedida por mim a Marina Torres Pessoa e dos meus dados pessoais (nome, idade e profissão) na Dissertação de Mestrado intitulada: **"A Relação entre Ouvintes Assíduos e o Rádio: um estudo de usuários da informação a partir de uma perspectiva abrangente"**, apresentada por Marina Torres Pessoa ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 13 de JULHO de 2010.

Nome legível: RENATO LARA JUNIOR

Renato Lara Junior
Assinatura