

O papel do locutor e da estética sonora no processo de fidelização do ouvinte de rádio

The role of radio presenter and sound aesthetics in the listener loyalty process

Nome do autor: Luís Alberto Ferreira Simões Loureiro

Orientadora: Prof. Sónia Sebastião

*Tese especialmente elaborada para obtenção do
grau de Doutor em Ciências da Comunicação
2022*

RESUMO

No caso da indústria da rádio, as emissoras privadas que procuram viabilizar o modelo de negócio perseguem planos estratégicos que garantam audiências significativas e atraiam anunciantes. Conquistar o ouvinte e fidelizá-lo a um produto radiofónico é o propósito da oferta mediática com a programação a ser definida, quase sempre, a partir da interpretação de dados quantitativos de audiência e de estudos de mercado relacionados com a música a difundir. Todavia, a relação de envolvimento produto radiofónico-ouvinte comporta dimensões de análise alternativas, tradicionalmente desvalorizadas pelas rotinas profissionais, que sugerem reequacionar a forma como as emissoras perseguem a intenção de fomentar hábitos de escuta assídua nos seus públicos.

Promovemos o estudo da influência do locutor e da estética sonora no processo de fidelização do ouvinte de rádio de forma integrada através de uma abordagem qualitativa com uma estratégia indutiva. Através de um estudo de caso baseado na interpretação, junto do público-alvo, dos elementos sonoplásticos e do texto oral resultante da locução radiofónica do programa Oceano Pacífico da emissora RFM, foram realizadas entrevistas a ouvintes assíduos do programa e a demais informadores qualificados, com o propósito de explorar, descrever e entender os factores que influenciam a escuta radiofónica.

Esta tese propõe ressignificar factores de natureza paralinguística na expressão oral, redesenhar o modelo tradicional dos elementos da linguagem radiofónica e compatibilizar as perspectivas da actividade industrial desenvolvida no sector da rádio com os aspectos de natureza comunicacional do produto radiofónico. A confirmação da influência da performance do locutor e da componente estético-sonora no processo de fidelização do ouvinte de rádio abre espaço para o futuro da investigação, nomeadamente,

para o desenvolvimento de novos modelos que permitam às emissoras estruturar a programação com maior eficácia, libertando-se da vertigem quantitativa e numérica que tem monopolizado os estudos que suportam as decisões de gestores e programadores.

Palavras-chave: Rádio, Audiência, Locutor, Estética sonora, Linguagem radiofónica, Fidelidade do ouvinte

ABSTRACT

In relation to radio industry, private broadcasters that seek to make their business model viable pursue strategic plans that ensure significant audiences and attract advertisers. To capture the listener's attention and loyalty to a radio product is the purpose of the offer, with programming being defined, almost always, based on the interpretation of audience ratings and market studies related to the music to be broadcasted. However, the relationship between radio offer and listener involves alternative dimensions of analysis, traditionally undervalued by professional routines, which suggest rethinking the way broadcasters pursue the intention of fostering regular listening habits in their audiences.

We promote the study of the influence of presenter's performance and sound aesthetics in radio listener loyalty process in an integrated way through a qualitative approach with an inductive strategy. Through a case study, based on the interpretation and impact on the target audience of sound elements and oral text spread by the programme Oceano Pacífico (RFM), interviews were conducted with assiduous listeners of the programme, as well as with other qualified informants, in order to explore, describe and understand the factors that influence radio listening.

This thesis proposes to re-signify factors of paralinguistic nature in the oral expression, to redesign the traditional model of radio language and to make the perspectives of the industrial activity developed in the radio sector compatible with the aspects of communicational nature of the radio product. The influence of presenter's performance and aesthetic-sound components in the process of radio listener loyalty opens space for future research, namely for the development of new models that allow broadcasters to structure programming more effectively, freeing themselves from the quantitative and numerical vertigo that has monopolized the studies that support the decisions of managers and programmers.

Keywords: Radio, Audience, Presenter, Sound aesthetics, Radio language, Listener loyalty