
GÊNEROS RADIOFÔNICOS EM PROGRAMAS MATINAIS: UMA ANÁLISE DE QUATRO RÁDIOS TERESINENSES ¹

Antônio FONTES²

Paulo Fernando de Carvalho LOPES³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

O presente artigo discute aspectos do gênero propostos em Bakhtin (1997), Barbosa Filho (2009) e Nunes (2000) para compreender seu significado e conseqüentemente exercer uma aplicabilidade a partir dos gêneros radiofônicos, tomando como corpus os programas matinais de Teresina: Jornal da Clube (Rádio FM Clube – 99,1 FM), Notícias da Boa (Rádio Jornal Meio Norte – 90,3 FM), Jornal da Teresina 1ª Edição (Rádio Teresina FM – 91,9 FM) e o programa Acorda Piauí (Rádio Cidade Verde – 105,3 FM), veiculados de segunda a sexta-feira, na faixa de horário compreendida entre 6h e 9h. A análise centra-se nos estudos de Barbosa Filho (2009) a partir de uma classificação dos gêneros e formatos radiofônicos propostas pelo autor. O objetivo é investigar quais os gêneros e formatos radiofônicos postos em circulação nas quatro emissoras, as estruturas empregadas e os gêneros predominantes em cada programa.

PALAVRAS-CHAVE: Gêneros Radiofônicos; Programas Matinais; Radiojornalismo; Rádios Teresinenses.

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), da Universidade Federal do Piauí. Membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Discursos (JORDIS). E-mail: comfontes@gmail.com

³ Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). Professor da linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Membro efetivo do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Jornalismo (NUJOC). Coordenador do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Discursos (JORDIS). E-mail: pafecalo@ufpi.edu.br

O RÁDIO CADA VEZ MAIS VIVO E ATIVO

Este artigo é um recorte da pesquisa de mestrado desenvolvida na linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI) sobre os radiojornais de Teresina de primeira hora. Por primeira hora entende-se os programas que vão ao ar das 06:00h às 8:00h. O radiojornalismo possui abordagens e formatos próprios que seguem enquadramentos, escolhas e estratégias pertinentes a sua área de atuação. Nele também estão presentes, os valores notícia que transportam os materiais jornalísticos, utilizados no cotidiano e que conduzem o trabalho nas redações. Estes valores oferecem um suporte para a cobertura radiofônica a partir de bases para a escolha das pautas, além de destacar a importância que o radiojornalismo possui para a sociedade. Para avançar nesta compreensão é necessário pensar no gênero como um indicador de produção de sentidos e incorporá-lo como um ponto de partida para a análise da sua presença do radiojornalismo no cotidiano.

Não é de hoje que o rádio desafia e enfrenta previsões apocalípticas sobre seu fim. Mesmo com o avanço tecnológico, dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (PBM), chamam atenção para a forma como o ouvinte consome rádio a partir de aparelhos comuns, como receptores que trabalham utilizando as frequências hertzianas. Os números da PBM, que tem como intuito mostrar os hábitos de consumo de mídia da população, ressaltam sobre a frequência e assiduidade desta atividade, a plataforma utilizada para ouvir rádio, o tipo de emissora e o nível de confiança nas informações recebidas. O desenho amostral evidencia a PBM como uma das maiores pesquisas de opinião do país, com amostra de mais de 15 mil casos.

A partir da popularização da internet no Brasil, ocorrida em meados de 1990, o rádio passou por diversas mudanças pautadas pela adoção de tecnologias digitais. Porém, mesmo com o mais antigo meio eletrônico de comunicação em processo de transformação e experimentação de novas ferramentas e dispositivos, mais de 60% dos entrevistados da pesquisa da PBM afirmaram escutar rádio nos aparelhos tradicionais; 17% disseram ouvir por meio do telefone celular e 14% ouvem no carro. O público escuta o rádio também em aparelhos de MP3 (4%) e por meio do computador (2%). No Piauí, os números apontam que o rádio desponta na terceira colocação como mídia mais consumida (9%), maior do

que o índice médio nacional (7%). Ainda sobre os números no estado, o veículo está atrás da TV (70%) e da Internet (17%). As possibilidades de integração com as plataformas digitais incitam discussões sobre um “novo rádio”, cada vez mais vivo e com inúmeras possibilidades para o ouvinte.

Com mais de cem anos de história, o rádio como meio de informação eletrônica mais antigo, a forma de consumi-lo está sempre em constante transformação e nunca houve uma verdade absoluta ou fórmula concreta para gerar audiência e atrair anunciantes. O rádio se reinventa constantemente e, para desvendar tendências e entender cada vez mais os verdadeiros consumidores do produto, as pesquisas sobre hábitos de consumo do meio são importantes para entender estas dinâmicas e consequentemente contribuir para a manutenção do veículo.

De acordo com outra pesquisa, a Kantar IBOPE Media⁴, o rádio continua a desempenhar um papel fundamental no dia a dia da população. Dados da pesquisa sobre o meio, realizada entre janeiro e maio de 2017, apontam que o tempo médio diário dedicado pelo brasileiro à atividade de ouvir rádio é de 4 horas e 40 minutos. Os números da pesquisa, mais uma vez, comprovam o quanto o veículo permanece relevante para o ouvinte e, consequentemente, para os anunciantes.

⁴ A empresa é líder no mercado de pesquisa de mídia na América Latina e, após a aquisição em 2015, faz parte da Kantar Media, líder global em inteligência, fornecendo aos clientes informações importantes para a tomada de decisões sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia.

E está presente em todos os locais durante todo o dia, acompanhando a jornada diária dos ouvintes

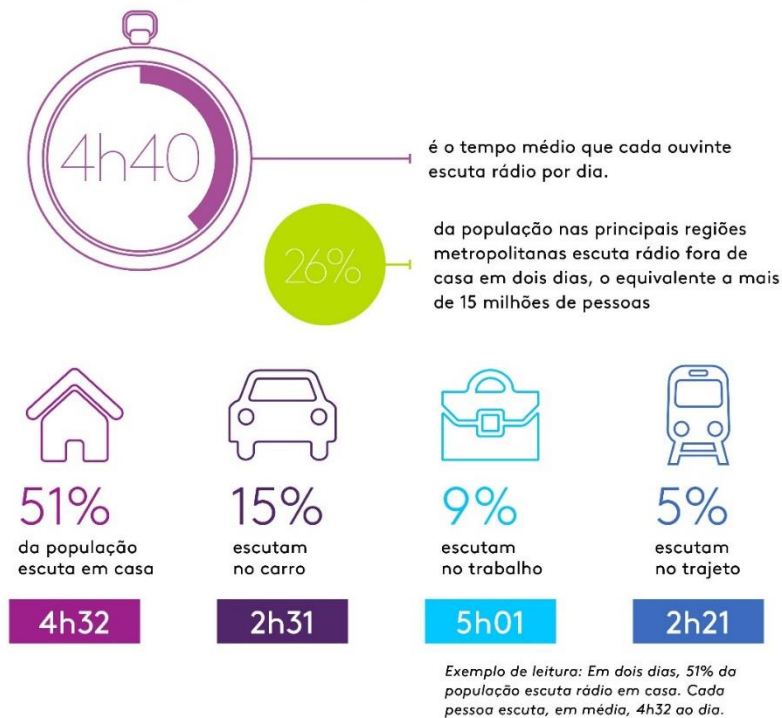


Figura 1- Fonte: Kantar IBOPE Media

A evolução tecnológica, aliás, antes assinalada como possível responsável pelo fim do rádio, é uma das principais ferramentas para democratizar a veiculação de conteúdo sonoro nas mais diversas plataformas e formatos. Não à toa, nas 13 regiões metropolitanas onde a pesquisa Kantar IBOPE Media foi realizada, o alcance do meio atingiu 87% da população. A pesquisa também evidencia um panorama do perfil e dos hábitos do ouvinte, consumo do rádio em diferentes locais e plataformas, assim como os principais setores de anunciantes no meio. Seja pela busca de informação, entretenimento ou como companhia, a mídia que já nasceu móvel, permite que o ouvinte o carregue para onde for e o escute a qualquer momento.

O meio rádio atinge **87%** da população nas 13 regiões metropolitanas do Brasil, em trinta dias.

Ele alcança pessoas de todas as idades

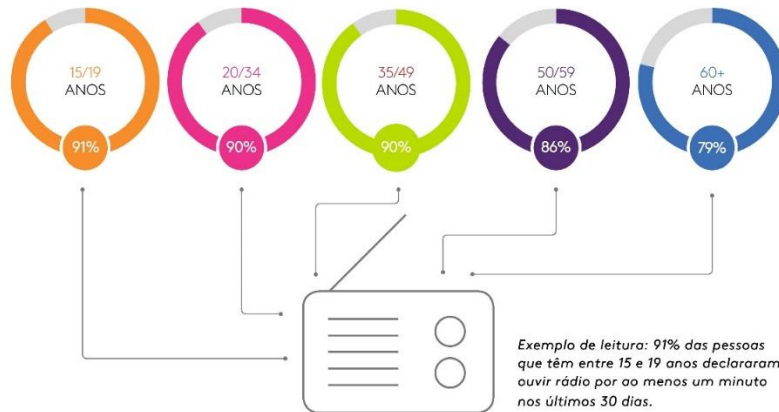


Figura 2- Fonte: Kantar IBOPE Media

A classificação dos gêneros radiofônicos que norteia este artigo e que serve como ponto de partida para este artigo é baseada em Barbosa Filho (2009). Ele trabalha a questão do gênero no rádio. Como ponto de partida na concepção de categorizar alguns gêneros radiofônicos contidos dentro destes, aponta as diferenças entre comunicação e informação, para posteriormente chegar a uma descrição sobre a descrição e análise dos formatos contidos na dinâmica do rádio. Quanto aos formatos, considera-se a partir das proposições de Barbosa Filho (2009) os tipos de emissões que caracterizam determinado gênero, correspondendo a critérios de estilo, conteúdo e estrutura. Ao mesmo tempo que também pode ser sinônimo de estratégia de programação de determinada emissora de rádio.

Quanto ao corpus e os instrumentos de análise, a amostra é constituída de quatro programas matinais veiculados no dia 10 de julho de 2017 em quatro emissoras locais: Jornal da Clube (das 6h40 às 8h15), o Notícias da Boa (das 6h03 às 8h03), Jornal da Teresina 1ª Edição (das 7h03 às 9h04), Acorda Piauí (das 6h32 às 8h34), totalizando ao quase oito horas de gravação das quatro edições.

Para realizar a análise o procedimento foi empregado dois tipos de atividades: a descritivas e a analítica. Em um primeiro momento, o interesse parte da conceituação de gênero para efetivamente adentrar nos gêneros radiofônicos. Esta atividade incluiu uma

revisão bibliográfica. Em um segundo momento foi realizada a análise dos gêneros e formatos radiofônicos de cada radiojornal matutino teresinenses.

PERSPECTIVAS PARA COMPREENDER OS GÊNEROS RADIOJORNALÍSTICOS

Antes de elencar as possibilidades de classificações do tema tratado neste tópico, é importante lembrar e contextualizar a definição de gêneros. Desta forma, ampara-se na definição Bakhtin (1997), Barbosa Filho (2009) e Nunes (2000) para compreender o significado de gêneros e conseqüentemente os gêneros radiofônicos. Quanto aos formatos, considera-se os mesmos como configurações que assinalam determinado gênero radiojornalístico, obedecendo a critérios de estilo, conteúdo e estrutura. Ao mesmo tempo, também podem ser sinônimo de estratégia de programação de determinada emissora.

Bakhtin (1997) situa o conceito de gênero explicando que é como “a utilização da língua se efetua em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana” (p.279). Compreende-se que o caráter linguístico ou funcional é o estilo de um gênero característico a uma determinada esfera da atividade e da comunicação humana, em que se reconhece os gêneros correspondentes à sua especificidade. Na proposta bakhtiana é a concepção de gêneros é expandida, pois até então reservada a textos literários e retóricos. O teórico ressalta que a diversidade dos gêneros é a mesma que dificulta a estas características comuns. Portanto, as pesquisas cujo os objetos são enunciados concretos (escritos ou orais), que se relacionam com diferentes esferas sociais, não podem prescindir de uma concepção clara de gêneros.

Bakhtin (1997) destaca que cada uma das esferas da comunicação verbal, suscitam um dado gênero, ou seja, um acarretam em um determinado tipo de enunciado. Embora todo enunciado seja composto por um conteúdo temático e pode ser denominado gênero discursivo, o uso da língua numa conversa informal entre amigos, por exemplo, não pode ser analisado a partir dos mesmos parâmetros. Deste modo, o autor propõe que a ideia é que cada gênero deve ser estudado conforme características próprias. Esta concepção é importante para estabelecer as diferenças delimitadoras que permearão a análise feita

adiante, principalmente quanto a conceituação do gênero radiofônico, pois no estudo dos gêneros há certas diferenças basilares a serem esclarecidas.

Adentrando na concepção do entendimento do gênero radiofônico Nunes (2000) explica que a maneira como os gêneros são trabalhados no rádio é diversificada. Portanto, estudar o conceito de gênero permite uma análise sociológica e histórica que favorece interpretar as relações sociais que estabelecem e implicam numa organização social, assim, os saberes não são absolutos, mas sim, relativos para cada conceituação.

Entende-se por gênero radiofônico uma estrutura que se repete sempre, enfatizando determinadas temáticas como a musical, os esportes, a política, os acontecimentos policiais, variedades (prestação de serviços), entre outras, com seções padronizadas ou não, onde os elementos da linguagem radiofônica recebem um tratamento especial, de acordo com os conteúdos que cada formato se dispõe a transmitir (NUNES, 2000, p.93).

A partir das características gerais de um tipo específico de programa de rádio são definidos o formato e o gênero, assim como mencionado anteriormente. O formato é o padrão dos programas, enquanto o gênero é definido como um modelo delimitado pelo modo de produção das mensagens.

Ao tomar como ponto de partida o radiojornalismo como pertencente ao campo da Comunicação, percebe-se o mesmo como uma prática social configurado por um conjunto de normas, regras e dentre ela encontra-se o gênero, expressado sob distintas formas, como explicado por Barbosa Filho (2009)

Os gêneros são, ainda, unidades que se podem descrever os dois pontos de vista diferentes: o da *observação empírica* e o da *análise abstrata*. O primeiro – o da *observação empírica* – refere-se às “propriedades discursivas” que tornam um texto diferente ou igual a outro; e o segundo – o da *análise empírica* – tem a ver com a conceituação dessas propriedades. (BARBOSA FILHO, 2009, p.57)

Cada programa radiofônico é, desse modo, dotado de especificidades que o fazem único. O gênero radiofônico envolve e aglutina nuances devido as posições socio-discursivas materializadas no universo da produção sonora. Avalia-se, portanto, que os formatos orais foram por muito tempo subestimados e não foi vista sua complexidade significativa, entretanto, aos poucos vem ganhando lugar de notoriedade nos estudos aplicados ao rádio.

A tabela a seguir, configura a forma como Barbosa Filho (2009) condiciona e estrutura os gêneros radiofônicos com seus respectivos formatos.

| Gêneros | Formatos |
|------------------------------|---|
| 1. Gênero Jornalístico | nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica |
| 2. Gênero Educativo-cultural | programa instrucional, audiobiografia, documentário educativo cultural e programa temático. |
| 3. Gênero de Entretenimento | programa musical, programação musical, programa ficcional, programete artístico, evento artístico e programa interativo de entretenimento |
| 4. Gênero Publicitário | espote, jingle, testemunhal e peça de promoção |
| 5. Gênero Propagandístico | peça radiofônica de ação pública, programas eleitorais e programa religioso |
| 6. Gênero de Serviço | notas de utilidade pública, programete de serviço e programa de serviço |
| 7. Gênero Especial | programa infantil e programa de variedades |

Fonte: BARBOSA FILHO, André. Gêneros Radiofônicos. São Paulo: Paulinas, 2009.

Antes de proceder a classificação entre os mesmos, é indispensável explicitar que esses dois aspectos fazem parte da vasta esfera que compõe o universo radiofônico. Embora o objeto de estudo do presente trabalho esteja ligado ao gênero radiofônico a linguagem radiofônica é mais ampla, e somente é possível analisá-lo de forma crítica se observar o processo que envolve a produção e circulação da mensagem radiofônica.

Um olhar sobre manuais de produção radiofônica oferece a impressão que o conteúdo é praticamente idêntico nas diversas emissoras do mundo. Todavia, sabe-se que, mesmo com múltiplos pontos em comum, os resultados são diferentes, pois eles vão depender de uma série de questões articuladas e desenvolvidas por cada emissora, pois os efeitos sonoros, as músicas/trilhas sonoras, o silêncio, são recursos que dinamizam a produção e estão presentes no universo radiofônico. A partir da observação dos programas jornalísticos matinais em Teresina constata-se na composição dos mesmos três gêneros específicos: **jornalístico**, **publicitário** e de **serviço**, os quais serão utilizados para análise.

PROCEDENDO A ANÁLISE

Não obstante as dificuldades em suscitar consenso sobre o conceito de gêneros e formatos no universo radiofônico, alguns dos formatos que serão apresentados a seguir na classificação proposta podem aparecer de forma diferente. Por exemplo, a entrevista pode servir de suporte para o repórter conseguir uma informação e pode, em outro espaço, constituir um espaço delimitado dentro do programa em si. Observa-se também o “entrelaçamento” dos formatos a partir, por exemplo, da inserção de notícias que antecedem a entrevista e são complementadas com comentários.

Acorda Piauí

Duração: 2h03min

Embora nesta amostra o percentual das entrevistas (em estúdio e por telefone) correspondam a 29% do programa, o Acorda Piauí tem uma estrutura centrada basicamente nos comentários dos apresentadores Joelson Jordani e Felon Rocha sobre os temas abordados durante o programa. Destes, aproximadamente 25% são de apenas de comentários, sem contar a participação dos apresentadores na intermediação das entrevistas e inserções nos quadros de política e esportes, conduzidos pelos jornalistas Elivaldo Barbosa e Fábio Lima, respectivamente. A partir da inserção de uma nota, notícia, entrevista por telefone ou em estúdio, o contexto que predomina a irradiação do programa sucede também no formato de debate (contido no gênero jornalístico) acerca dos assuntos abordados. Para a publicidade é destinado em média 11% do tempo do programa convertido em intervalos comerciais. Os demais 35% estão divididos entre as participações dos quadros *A Política em Detalhes*, *Cidade Verde Esportiva* e o Boletim com a participação da jornalista Carol Santana.

Convém observar que, na amostra estudada, se percebeu que algumas editorias se encontram diversificadas em determinados horários. Assim, por exemplo, entre 6h32 min e 6h58min se notou uma maior incidência de temas da área policial. O formato da notícia é trabalhado antes de adentrar no formato da entrevista (por telefone), com a participação do coronel do 2º Batalhão de Engenharia de Construção (2º BEC), Alessandro da Silva, sobre um acidente envolvendo um caminhão da corporação que transportava mais de 20 soldados acarretando no óbito de um militar. Já das 7h02min às 7h20min houve uma predominância de temas da área da política local com entrevista em estúdio do deputado

federal pelo Piauí, Júlio Cesar, enquanto no horário das 7h27min às 7h42min destacaram-se os assuntos da editoria de política nacional. A partir de 7h50 até 8h02 prossegue com a editoria de polícia sobre a tentativa de fraude no concurso da Polícia Militar do Piauí, a partir de entrevista em estúdio com o comandante da PM/PI, Carlos Augusto. Retomam a editoria de política com a participação do jornalista de política, Elivaldo Barbosa. Entre 8h17min até 8h34min complementa e finaliza a edição do programa com a editoria de esportes.

Quadro de avaliação do Acorda Piauí
Edição: 10 de julho de 2017

| GÊNERO JORNALÍSTICO | | GÊNERO PUBLICITÁRIO | | GÊNERO DE SERVIÇO | |
|---------------------|----|---------------------|----|-------------------|----|
| FORMATO | | FORMATO | | FORMATO | |
| Notas | 02 | Espote | 04 | Hora certa | 14 |
| Notícias | 09 | Jingle | 12 | | |
| Entrevistas | 03 | | | | |
| Boletim | 01 | | | | |

Jornal da Clube

Duração: 1h31min

Observa-se que da abertura do programa às 6h40min houve um destaque para escalada e destaques dos principais jornais impressos de circulação nacional (O Globo, Folha de São Paulo e O Estadão) com ênfase e destaque para as notícias da editoria de política. Entre 6h45min até as 7h12min predomina tema ligado à editoria de Geral, espaço no qual se enfocam notícias de interesse comum, abrangendo desde os pequenos problemas dos bairros até temas de âmbito nacional que tenham proximidade com o leitor. Neste aspecto específico, o programa trabalhou uma entrevista em estúdio com o presidente da empresa Águas de Teresina, Ítalo Jofrey, sobre a atuação da empresa responsável por adquirir recentemente a concessão para o gerenciamento dos serviços de águas e esgotos na capital. A entrevista, ocupou cerca de 32% do tempo do programa. Durante a condução da entrevista foi aberto espaço para a participação de ouvintes (dois por telefone e dois por mensagens de texto via *WhatsApp*).

Percebe-se que a resultante da entrevista busca tratar dos fatos que ocorrem dentro de uma comunidade/bairro específico ou que sejam de interesse para os moradores

daquela região. A partir das 7h17min, trabalha o aspecto do formato notícia sobre o acidente envolvendo um caminhão do Exército do Piauí que conduzia mais de 20 militares e sobre as prisões de suspeitos de tentar fraudar o concurso da Polícia Militar do Piauí. O programa prossegue com a participação de ouvintes sobre variados assuntos, complementados pelos comentários do apresentador Marcelo Magno. As participações dos ouvintes equivalem a aproximadamente 32% do tempo decorrido no programa. O tempo de publicidade equivale a aproximadamente 15% considerando os intervalos comerciais e os testemunhais. Posteriormente o tema da tentativa de fraude do concurso da Polícia Militar do Piauí e do acidente com o caminhão do Exército são retomados a partir da entrevista em estúdio com o comandante da PM/PI, Carlos Augusto e entrevista por telefone com o coronel do 2º Batalhão de Engenharia de Construção (2º BEC), Alessandro da Silva.

Quadro de avaliação do Jornal da Clube
Edição: 10 de julho de 2017

| GÊNERO JORNALÍSTICO | | GÊNERO PUBLICITÁRIO | | GÊNERO DE SERVIÇO | |
|---------------------|----|---------------------|----|-------------------|----|
| FORMATO | | FORMATO | | FORMATO | |
| Notas | 03 | Espote | 09 | Hora certa | 23 |
| Notícias | 13 | Jingle | 04 | | |
| Entrevistas | 03 | Testemunhal | 05 | | |
| Reportagem | 01 | Peça de promoção | 05 | | |

Notícias da Boa

Duração: 1h58

No programa Notícias da Boa existe uma predominância de notas, seguidas de comentários dos apresentadores Cinthia Lages e Efrém Ribeiro. Essa também é uma mostra de que o recurso é amplamente usado pelos profissionais que buscam em meios como a internet, informação para o complemento às informações ou mesmo se acercam das mesmas para repassar determinados temas aos ouvintes. Na maioria dos casos evidenciados na produção se dá com uma fonte única. O tempo destinado as notas seguidas de comentários correspondem a cerca de 60% do tempo do programa. O número de reportagens retiradas de agências de notícias também demonstra a falta de profissionais para o trabalho do aprofundamento de alguns fatos, na coleta e apuração de informações que gerem debates sobre a sociedade. O somatório do tempo de veiculação das

reportagens equivale a 17% do tempo do programa. Assim como nos programas analisados anteriormente, destaque para as entrevistas por telefone com o coronel do 2º Batalhão de Engenharia de Construção (2º BEC), Alessandro da Silva e o diretor do Hospital de Urgência de Teresina, Gilberto Albuquerque sobre o acidente que vitimou soldados do Exército na rodovia PI-133. Além disso o programa tratou de duas entrevistas em estúdio vinculadas a editoria de saúde: uma sobre acidentes com crianças no período das férias e a outra sobre a musicoterapia no tratamento de pessoas doentes.

Dos dados obtidos na análise do programa Notícias da Boa, refletem também a considerar os resultados proporcionados pela mensagem publicitária radiofônica ao ouvinte por meio do formato testemunhal, em que existe o predomínio dos textos corridos como mecanismo em que o/a apresentador(a) se coloca em cena como forma de persuasão. Trata-se, portanto, de uma estratégia extremamente simples e rápida, no que se refere à criação da mensagem e à produção sonora dos anúncios radiofônicos. Em virtude ao caráter de simplicidade, as emissoras acabam oferecendo aos anunciantes a criação e a produção de textos corridos como benefício pelo espaço publicitário comprado. Assim, foi possível observar que o conteúdo publicitário veiculado no programa equivale a aproximadamente 6.7% do tempo do programa.

Quadro de avaliação Notícias da Boa
Edição: 10 de julho de 2017

| GÊNERO JORNALÍSTICO | | GÊNERO PUBLICITÁRIO | | GÊNERO DE SERVIÇO | |
|---------------------|----|---------------------|----|-------------------|----|
| FORMATO | | FORMATO | | FORMATO | |
| Notas | 10 | Espote | 01 | Hora certa | 05 |
| Notícias | 04 | Jingle | 01 | | |
| Entrevistas | 04 | Testemunhal | 04 | | |
| Reportagem | 07 | | | | |
| Boletim | 02 | | | | |

Jornal da Teresina

Duração: 2h01min

Com aspectos particulares e peculiares, o Jornal da Teresina utiliza-se de estratégias pouco e não usuais se comparado aos demais programas analisados, ao optar por iniciar o programa com uma crônica, intitulada “Opinião com Chico Leal”. Pode-se

inferir a partir da análise que se trata de uma crônica argumentativa, pois, o apresentador expressa o seu ponto de vista em relação a uma problemática ou tema interligado à sociedade. Neste caso específico, a ironia e o sarcasmo são frequentemente usados como instrumento para transmitir a opinião ao abordar um determinado assunto. Logo, o acontecimento descrito é relatado sob a subjetividade de que conduz a narrativa. No caso desta edição em específica, a crítica recai sobre a viagem do governador do estado do Piauí, Wellington Dias ao Canadá para tratar de problemas do sistema carcerário estadual, correlacionando as forças de segurança que segundo o apresentador deixam a desejar. Logo a estratégia para transmitir a informação desempenha, dentro de um contexto das rádios locais, enquanto território propiciador para o confronto de argumentos sobre as questões locais.

Entre 7h08min até às 7h27min o programa se estrutura a partir das editorias Geral, Polícia e Destaques Nacionais. De 7h27 até às 8h02min a concentração de informações é por meio da participação do repórter Walcir Vieira, por telefone e comentários de apresentadores e ouvintes sobre os mais variados temas. No decorrer do programa, mais especificamente entre 8h08min às 8h45min o programa é centrado no formato entrevista, com a participação em estúdio da Conselheira Federal da OAB, Eduarda Miranda, que trata sobre a reforma trabalhista. Quanto ao gênero de serviços o programa utiliza do formato boletim para dá dicas de trânsito e saúde para os ouvintes. No decorrer do programa o recurso do “microfone aberto” gera a abertura da agenda do programa, permitindo que novos temas e novos protagonistas entrem na cena midiática. Ainda durante a edição deste programa é utilizado novamente o formato de entrevista, desta vez por telefone, concedendo o direito de resposta ao secretário de segurança do Piauí, Fábio Abreu, para esclarecimentos de uma agressão contra um profissional da imprensa que ocorreu diante dele, e que pelas primeiras informações obtidas o mesmo teria se omitido do caso.

Quadro de avaliação do Jornal da Teresina
Edição: 10 de julho de 2017

| GÊNERO JORNALÍSTICO | | GÊNERO PUBLICITÁRIO | | GÊNERO DE SERVIÇO | |
|---------------------|----|---------------------|----|-------------------|----|
| FORMATO | | FORMATO | | FORMATO | |
| Notas | 03 | Espote | 06 | Hora certa | 14 |

| | | | | | |
|-------------|----|------------------|----|--|--|
| Notícias | 03 | Jingle | 06 | | |
| Entrevistas | 03 | Testemunhal | 05 | | |
| Boletim | 02 | Peça de promoção | 02 | | |

CONSIDERAÇÕES

Chegar ao uso da linguagem no rádio, evidenciando cada gênero e formato apenas é possível quando se estuda os mesmos postos em circulação em cada suporte. O entendimento é que passos importantes estão sendo dados nas últimas décadas na direção dos estudos de gêneros no radiojornalismo. Percebe-se assim o quanto se faz importante analisar gêneros empregados à linguagem radiofônica, ou seja, observar a partir deste olhar como ocorre o seu funcionamento no rádio, permite compreender que embora a linguagem radiofônica possua características muito próprias, quando a mesma é observada pelo aspecto do gênero, evidencia a multiplicidade de formatos possíveis de serem produzidos nos programas de radiojornalismo teresinenses.

Pesquisar o universo radiofônico, apontando a relevância e a importância da utilização de gêneros e formatos específicos a esse meio, comparativamente, favorece perceber as semelhanças e diferenças existentes. Quanto aos aspectos do gênero, identifica-se na análise, a partir da proposta de Barbosa Filho (2009), a forte presença do gênero jornalístico com a manutenção de formatos recorrentes nos quatro programas de rádio, principalmente com o uso de *nota*, *entrevista* e forte utilização de *comentários* para fundamentar o fato narrado. Na prática, sob a análise dos quatro programas é difícil distinguir os aspectos que separam o formato da *nota* ao do *comentário*.

Pelo caráter essencialmente opinativo, os comentários dos apresentadores nos quatro programas matinais são colocados, muitas vezes, circunscrevendo o que é noticiado, pois os locutores se valem da informação que está a seu alcance naquele momento, sem a realização de um aprofundamento. Há uma escassez na produção de reportagens, em que no corpus observado, o Jornal da Clube faz uso de um conteúdo produzido para a TV, não se preocupando com a adequação para a linguagem radiofônica. O programa Notícias da Boa utiliza material de agências de notícias, inclusive suprimindo os créditos do repórter responsável pelo material e com a descontextualização de formatos. Exemplo disso pode ser observado na utilização do quadro Viva Maria – fruto

da grade de programação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) – em que a apresentadora Cinthia Lages o define como reportagem.

A partir dos dados verificados durante a análise dos quatro programas matinais teresinenses, percebe-se que as atuais classificações dos gêneros radiojornalísticos propostos não aparecem de forma idêntica a definição teórica. Foi possível perceber que há uma mistura de gêneros e formatos na prática jornalística teresinense.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Os gêneros do discurso. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 230 p.

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas de áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009. 158 p.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

IBOPE MEDIA, Kantar. **Book de Rádio**. [S.l.: s.n.], mai/2017 a jul/2017. 24 p.

MEDITSCH, E. **A nova era do rádio**: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. 1997. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditscheduardo-discursoradiojornalismo.html>>, acesso em 22 maio. 2018.

NUNES, M. V. **Rádio e Política**: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996). São Paulo, Editora Annablume, 2000. 376 p.

PBM. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>> Acesso em: 12 maio. 2018.

OTRIWANO, G. S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

SILVEIRA, M. I. M. **Análise de gênero textual**: concepção sócio-retórica. Alagoas: Edufal, 2005, p. 266.