



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO PROFESSOR MARIANO DA SILVA NETO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)

ANTÔNIO FRANCISCO FONTES SILVA

MODOS DE INFORMAR: OS CONTRATOS DE LEITURA DE
QUATRO RADIOJORNAIS MATUTINOS TERESINENSES
EM UMA SOCIEDADE EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO

TERESINA - PI

2019

ANTÔNIO FRANCISCO FONTES SILVA

**MODOS DE INFORMAR: OS CONTRATOS DE LEITURA DE
QUATRO RADIOJORNALS MATUTINOS TERESINENSES
EM UMA SOCIEDADE EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Piauí (UFPI) como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. O trabalho foi realizado sob a orientação do Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes.

TERESINA - PI

2019

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco
Serviço de Processamento Técnico

S586m Silva, Antônio Francisco Fontes.
Modos de informar : os contratos de leitura de quatro
radiojornais matutinos teresinenses em uma sociedade em
vias de midiatização / Antônio Francisco Fontes Silva. –
2019.
189 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) –
Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2019.
“Orientador: Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho
Lopes”.

1. Contrato de leitura. 2. Midiatização. 3. Rádio.
4. Radiojornalismo. I. Título.

ANTÔNIO FRANCISCO FONTES SILVA

MODOS DE INFORMAR: OS CONTRATOS DE LEITURA DE QUATRO
REDIOJORNALIS MATUTINOS TERESINENSES EM UMA SOCIEDADE EM
VIAS DE MEDIATEZACÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Federal do Piauí, em
cumprimento às exigências para obtenção do
título de Mestre em Comunicação


PROF. DR. PAULO FERNANDO DE CARVALHO LOPES
Presidente


PROF. DR. MARCELO KISCHINHEVSKY
Examinador


PROFA. DRA. CRISTIANE PORTELA DE CARVALHO
Examinadora

*À minha mãe Cecília, a meu pai Pedro, a
meu sobrinho Álvaro, todos in memoriam; à
minha esposa Adriana; aos meus amores,
Paloma e Lara e às minhas irmãs, Reijane e
Rosana.*

AGRADECIMENTOS

[Técnica] ZYK 219 Rádio Grau Mestre

[Loc.]

Olá / A partir de agora você confere os
agradecimentos desta pesquisa de Mestrado /
Conto com sua companhia pelas
páginas da Rádio Grau Mestre //

Por vezes, / a trajetória pela pós-graduação é percorrida
quase de forma solitária // Como companheiros
temos o computador e os livros //

Mas, / em outros momentos / contamos com a
presença de inúmeras pessoas que auxiliam para
que o percurso seja menos árduo.

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

Agradeço a minha mãe, Cecília Fontes (*in memorian*),
pelo modelo de força, dedicação e humildade /
aos quais sempre manteve vivo os esforços para me oportunizar
acesso aos estudos // Igualmente a meu pai, Pedro (*in memorian*),
a quem observando, adquiri a paixão pelo rádio //

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

Gratidão a minha esposa Adriana Coutinho, /
pela companhia, pelo apoio e carinho incondicionais. //
Por compreender minhas ausências, meus medos, minhas
angústias e meus dilemas // Sem você eu não teria chegado ao fim! //

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

A todos os amigos e familiares que de perto
ou de longe torcem por mim! //
À Maria por vibrar comigo a cada conquista; //
Agradeço aos ex-colegas da Rádio FM Universitária (UFPI),
onde reafirmei minha paixão pelo rádio e fiz grandes amigos //
Em especial sou grato à Elenita Carla, sempre com
palavras atenciosas carinhosas e de incentivo //

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

Muita gente, né?! Mas segura aí que não terminou!
Aqui dedico meus agradecimentos mais que especiais
ao meu orientador, professor Paulo Fernando //
Obrigado por ter acreditado em mim e me acompanhado

com tanto carinho e dedicação por essa jornada //
Obrigado pela paciência, pelo estímulo, pelas conversas
e conselhos que me propiciaram a reflexão e o crescimento //

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

Agradeço também aos colegas de pesquisa do JORDIS /
Grupo de Jornalismo, Rádio e Discursos // Aos demais professores, colaboradores e
funcionários do PPGCOM/UFPI, onde fui tão bem acolhido //

[Técnica] sobe BG

[Loc.]

Preciso agradecer ainda, de coração, aos colegas
que estiveram comigo durante esse percurso //
Sou grato imensamente à Hosana Tenório, Vanessa Soromo
Rute Dâmares, Isadora Nascimento e Marcela Pachêco //

Obrigado, meninas! / Poder compartilhar e sorrir das angústias
com vocês é sempre um alento em dias difíceis. //
Em vocês encontrei o incentivo necessário para
acreditar em mim e superar as adversidades //

Grato igualmente à CAPES – Demanda Social (DS)
que financiou esta pesquisa por meio de bolsa de estudos e me
permitiu dedicação exclusiva durante o processo //

Sou imensamente grato a Deus, / por ser minha fortaleza,
meu refúgio, meu ponto de equilíbrio e meu porto seguro //

Muito obrigado! //

Eu não sou um homem, sou um campo de batalha.

Friedrich Nietzsche

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O grupo de rádio da INTERCOM teve denominações diferentes de acordo com as diretrizes da entidade.....	43
Figura 2 - Percentual de aparelhos e usuários projetados pela GSMA até 2025.....	49
Figura 3 - Dados do tempo médio de escuta de rádio por dia.....	76
Figura 4 - Lista do Ranking ConnectMix das músicas mais tocadas em 2017 nas rádios.....	96
Figura 5 – Avaliação do governo Temer (2017)	97
Figura 6 - Banner do Perfil da Rádio FM Clube de Teresina no Facebook.....	139
Figura 7 - Banner do Perfil da Rádio Teresina FM no Facebook.....	141
Figura 8 - Banner do Perfil da Rádio Cidade Verde no Facebook.....	143
Figura 9 - Banner do Perfil da Rádio Jornal Meio Norte no Facebook.....	145

LISTA DE SIGLAS/ABREVIATURAS

AD	– Análise de Discursos
ALCAR	– Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
AM	– Amplitude Modulada
CAPES	– Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEPRO	– Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí
DAB	– <i>Digital Audio Broadcasting</i>
DRM	– <i>Digital Radio Mondiale</i>
EBC	– Empresa Brasil de Comunicação
FM	– Frequência Modulada
GP	– Grupo de Pesquisa
GSMA	– <i>Global System for Mobile Communications</i>
INTERCOM	– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
JORDIS	– Grupo de Pesquisa Jornalismo, Rádio e Discursos
ISDB-Tsb	– <i>Integrated Services Digital Broadcasting, Terrestrial Segmented Band</i>
LTDA	– Limitada: termo jurídico que se refere ao tipo de empresa organizada por cotas
MPB	– Música Popular Brasileira
MP3	– <i>MPEG Audio Layer-3</i>
OAB-PI	– Ordem dos Advogados do Piauí
PBM	– Pesquisa Brasileira de Mídia
PC's	– <i>Personal Computer</i>
PPGCOM	– Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí
SBPJOR	– Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
TIC	– Tecnologias da Informação e Comunicação
UIT	– União Internacional de Telecomunicações
VHF	– <i>Very High Frequency</i>

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Descrição de testemunhal presente de forma diferenciada no Acorda Piauí.....	117
Quadro 2 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Acorda Piauí.....	120
Quadro 3 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Jornal da Clube.....	120
Quadro 4 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Jornal da Teresina 1ª Edição.....	121
Quadro 5 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Notícias da Boa.....	121

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Pesquisas produzidas no Brasil sobre radiofonia e mídia sonora (1998-2018)	45
Tabela 2 – Formatos de rádio digital.....	53
Tabela 3 - Lista de músicas nacionais que foram destaque em 1993.....	91
Tabela 4 - Lista de músicas internacionais que foram destaque em 2006.....	94
Tabela 5 - Classificação das emissoras em função de seus requisitos máximos (incluída pela Resolução nº 546) de acordo com ANATEL (2010)	99

RESUMO

Ao configurar-se em uma espécie de sujeito dos processos e das dinâmicas que envolvem as interações sociais em uma sociedade em vias de midiatização, o radiojornalismo se torna um dispositivo complexo devido às mudanças técnicas e tecnológicas que a sociedade contemporânea vive. Consequentemente, este processo altera as gramáticas de produção, regras e estratégias enunciativas dos programas radiojornalísticos. Do mesmo modo, as operações autorreferenciais constituídas estruturam novas possibilidades de interpretação dos enunciados e conteúdos produzidos e postos em circulação por meio dos contratos de leitura. Assim, esta dissertação tem por objetivo analisar o contrato de leitura e as marcas da midiatização em quatro radiojornais das primeiras horas da manhã na cidade de Teresina (PI): Jornal da Clube (FM Clube Teresina 99,1), Jornal da Teresina 1ª Edição (Teresina FM 91,9), Acorda Piauí (Rádio Cidade Verde 105,3) e Notícias da Boa (Rádio Jornal Meio Norte 90,3). A amostra para estudo totaliza 20 programas veiculados entre 10 julho e 11 de agosto de 2017. O aporte teórico-metodológico utilizado se fundamenta no contrato de leitura (VERÓN, 2004, 2013), a noção de discurso advinda da Teoria dos Discursos Sociais (PINTO, 1999, 2004), o conceito de midiatização de Hjarvard (2012), Fausto Neto (2008), dentre outros. Nos estudos de rádio propostos por inúmeros autores, a exemplo de Kroth (2010), Kischinhevsky (2009, 2012, 2016) e outros. Esta pesquisa também tem aporte no conceito de jornalismo, postulados em Lopes (2004), enquanto práticas discursivas produzidas que circulam e são consumidas sob a lógica de um processo dinâmico e articulatório. Ao final, pode-se afirmar que, em primeiro lugar, os programas matinais teresinenses já operam sob lógicas de uma sociedade em vias de midiatização fazendo o uso das mídias sociais digitais para ampliar os regimes de visibilidade e, em segundo lugar, que o cenário radiofônico contemporâneo matinal teresinense redefine as fronteiras do espaço de configuração para o compartilhamento de informações e a transformação das práticas e lógicas produtivas do radiojornalismo teresinense.

Palavras-Chave: Contrato de leitura. Midiatização. Rádio. Radiojornalismo.

ABSTRACT

As it configures itself into some sort of subject to the procedures and dynamics that involve social interactions in a society on its way to mediatization, radio journalism becomes a complex device due to technical and technological changes that contemporary society lives. Consequently, this process alters radio journalistic programs' production grammars, rules and enunciative strategies. Likewise, constituted self-referenced operations structure new possibilities to interpret statements and contents produced and put into circulation through reading contracts. This dissertation aims to analyze the reading contract and the mediatization marks in four early-morning all-news radio programs in Teresina, State of Piauí: "Jornal da Clube" (at FM Clube Teresina 99,1), "Jornal da Teresina 1ª Edição" (at Teresina FM 91,9), "Acorda Piauí" (at Rádio Cidade Verde 105,3) and "Notícias da Boa" (at Rádio Jornal Meio Norte 90,3). The sample used in the study is made of twenty programs that aired between 10th of July and August 11h, 2017. The theoretical-methodological approach used is based on the reading contract (Verón, 2004, 2013), on the notion of discourse from the Social Discourse Theory (Pinto, 1999, 2004), the mediatization concept in Hjvard (2012) and Fausto Neto (2008), among others, and on the radio studies proposed by many authors, such as Kroth (2010), Kischinhevsky (2009, 2012, 2016) and others. This research also uses the concept of journalisms, postulated in Lopes (2004), as produced discursive practices that circulate and are consumed under the logic of a dynamic and articulatory process. As final considerations one can affirm, first, that Teresina's morning programs already run under logics of a society in the process of mediatization, using digital social media visibility to broaden visibility regimes; and second, that Teresina's contemporary matinal radio scenario redefines the boundaries of the configuration space for sharing information and the transformation of productive practices and logics of Teresina's radiojournalism.

Keywords: Reading contract; Mediatization; Radio; Radiojournalism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	16
2. O RÁDIO CADA VEZ MAIS VIVO E ATIVO.....	25
2.1. Rádio: um projeto em comum, “vários inventores” e infinitas possibilidades.....	25
2.2. Rádio, ciência e sociedade.....	27
2.3. O lugar do rádio no campo da Comunicação.....	32
2.4. Estudos e pesquisas em rádio: reflexões e investigações no Brasil.....	41
2.5. A morte do rádio: as (des)informações continuam exageradas.....	47
3. RÁDIO, JORNALISMO E CONTRATOS DE LEITURA EM UMA SOCIEDADE EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO.....	55
3.1. O rádio na contemporaneidade.....	55
3.2. Rádio: as relações entre mediação e a midiatização.....	61
3.3. Adaptações e reconfigurações radiofônicas na sociedade em vias de midiatização....	68
3.4. O contrato de leitura: instâncias de vínculos entre o rádio e público.....	71
3.5. Recursos expressivos da linguagem radiofônica.....	73
3.6. Jornalismo: tendências e perspectivas para pensar o rádio.....	79
4. O CENÁRIO RADIOFÔNICO TERESINENSE.....	85
4.1. A manhã é nobre: a disputa de poder pelo horário nos matinais teresinenses.....	85
4.2. O contexto da inauguração das rádios teresinenses: modos de entender.....	89
4.2.1. Contexto das rádios: modos de organização da composição no dial.....	89
4.2.1.1. Rádio Clube.....	89
4.2.1.2. Rádio Teresina FM.....	92
4.2.1.3. Rádio Cidade Verde.....	95
4.2.1.4. Rádio Jornal Meio Norte.....	98
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS PARA ANÁLISE DOS PROGRAMAS MATINAIS TERESINENSES.....	100
5.1. Conhecendo os programas jornalísticos das quatro rádios teresinenses.....	106
5.1.1. Jornal da Clube.....	107
5.1.2. Jornal da Teresina1ª Edição.....	108
5.1.3. Acorda Piauí.....	109
5.1.4. Notícias da Boa.....	110
5.2. Construindo contratos de leitura.....	111
5.2.1. Formas de enunciar: características e peculiaridades de cada um dos radiojornais	

matutinos.....	111
5.2.1.1. Jornal da Clube.....	113
5.2.1.2. Jornal da Teresina 1ª Edição.....	114
5.2.1.3. Acorda Piauí.....	116
5.2.1.4. Notícias da Boa.....	118
5.2.2. Diversidade dos formatos de entrevistas.....	122
5.2.3. A participação dos ouvintes e os tipos de informação veiculados no rádio matinal.....	125
5.2.4. Os comunicadores-estrela nos programas matinais.....	127
5.2.5. Aspectos da linguagem radiofônica nos radiojornalísticos matinais.....	129
6. O CENÁRIO RADIOFÔNICO MATINAL TERESINENSE PARA ALÉM DAS ONDAS HERTZIANAS.....	136
6.1. Rádio FM Clube.....	139
6.2. Rádio Teresina FM.....	141
6.3. Rádio Cidade Verde.....	143
6.4. Rádio Jornal Meio Norte.....	144
7. ENTENDENDO A MUDIATIZAÇÃO NOS PROGRAMAS MATINAIS DAS QUATRO EMISSORAS TERESINENSES.....	147
7.1. Jornal da Clube.....	148
7.2. Jornal da Teresina – 1ª Edição.....	156
7.3. Acorda Piauí.....	161
7.4. Notícias da Boa.....	165
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	171
REFERÊNCIAS.....	179

1. INTRODUÇÃO

Pensar a transformação do lugar de enunciador no radiojornalismo e, conseqüentemente, os contratos de leitura em uma sociedade em vias de midiatização pressupõe considerar a alteração das relações entre sociedade, práticas jornalísticas, fazeres radiofônicos e sistema de mídia, em específico, emissoras de rádio.

As tecnologias têm gradativamente afetado as práticas dos sistemas sociais possibilitando novos processos de interação e, desse modo, uma maior produção informacional sobre o que acontece no mundo. Isto significa uma maior disputa pelo lugar legítimo de enunciar. Os modos de informar das mídias tradicionais não concorrem apenas entre si, mas a partir da complexidade de uma cadeia formada por todo um universo do digital.

Ao conferir ao jornalismo o papel de um importante ator político nas atuais sociedades democráticas, é significativo dispor de um olhar em que estão envoltas questões estruturais no jornalismo. Seja pelas práticas, rotinas e/ou públicos configurados, o jornalismo, nas suas relações com a estrutura social e no processo histórico específico nos quais está circunscrito “com seus visíveis e impactantes avanços, disputam, no mercado simbólico científico, a hegemonia dos discursos lutando para deter a última palavra e construir o real” (LOPES, 2004, p.15).

A expansão das tecnologias digitais modificou profundamente as práticas jornalísticas. Assim, produção e circulação de informações não podem ser percebidas como extremos da comunicação. Utilizando como metáfora a *cloud computing*¹ - a partir da lógica de produção, armazenamento e compartilhamento de dados -, as práticas diárias e conseqüentes do jornalismo partem, portanto, de uma lógica de interconexão em uma mesma “nuvem”, que expande e multiplica a informação. Hjarvard (2012) explica que os meios de comunicação se manifestam como importante instituição da sociedade, ao mesmo tempo em que se associam ao próprio tecido da vida social e cultural.

Essa prerrogativa, pensada e articulada para entender o radiojornalismo, versa para analisá-lo como espaço das disputas pelo poder a partir dos processos de construção e propagação de sentidos, principalmente nos programas matinais de Teresina – fruto desta investigação de mestrado.

Compreende-se, portanto, que o radiojornalismo se relaciona com o meio social como

¹ O conceito de computação em nuvem (em inglês, *cloud computing*) refere-se à utilização da memória e das capacidades de armazenamento e cálculo de computadores e servidores compartilhados e interligados por meio da Internet, seguindo o princípio da computação em grade.

um importante campo para o estudo de muitas dimensões, ou seja, chave para a percepção e entendimento de mudanças sociais. Reflexões sobre uma série de questões, seja de fronteiras ou de caminhos para os estudos e práticas, surgem, a partir do aprofundamento de pesquisas, problemáticas e objetos empíricos, com abordagens e lugares diferentes.

Analisar os distintos contextos comunicacionais no radiojornalismo atual favorece a percepção de um espaço dedicado à discussão sobre a presença e a participação de diferentes atores sociais. Partindo do estudo do escopo de atuação do jornalismo para, especificamente, adentrar ao radiojornalismo, considera-se os pressupostos de Lopes (2004), que favorece depreender sobre o quão importante as várias problemáticas e objetos empíricos, com diferentes abordagens nas pesquisas, permitem ao pesquisador fazer novas perguntas e favorece o “rompimento” de abordagens pré-concebidas.

Assim, refletir a partir destas questões, principalmente, quando Lopes (2004) propõe uma multiplicidade de jornalismo e estes como articuladores de sentidos instigam a pensar o radiojornalismo, analisar e “desconstruir” e “reconstruir” aspectos, sobretudo, de estudos recorrentes sobre o universo radiofônico.

Tais propostas são pensadas especificamente na prática radiojornalística matinal articuladas em Martínez-Costa Pérez e Herrera Damas (2007). O trabalho das autoras é basilar para a proposta desta dissertação e se relaciona com os fundamentos de elementos dos programas de rádio matinais teresinenses no que diz respeito à organização, produção e circulação do produto radiojornalístico. No mais, o propósito das autoras, em diagnosticar a situação da narrativa das rádios espanholas no horário matinal, fornece a este trabalho uma visão geral atualizada do que é apresentado como tratamentos narrativos do horário nobre informativo do rádio teresinense, compreendido entre 6h e 9h.

Ao surgir no início de um século efervescente, o rádio usufruiu, inicialmente, de um entusiasmo, impulsionado por uma ideia de progresso e desenvolvimento de instrumentos mecânicos e, posteriormente, pela inovação eletrônica e digital. Da mesma forma, o veículo foi protagonista de movimentos culturais que sacudiram e auxiliaram para caracterizar a primeira metade do século XX um período marcado pelo dinamismo e novidades. A citar, o rádio foi interlocutor de duas guerras mundiais.

Em termos de resultados promissores e frente aos resultados obtidos nas pesquisas sobre o universo radiofônico, aliadas ao cenário de forte crescimento global das investigações sobre o meio têm marcado fortemente o desempenho dos estudos do rádio brasileiro. Esse sucesso na diversificação de temas e alavancamento de pesquisas sobre o radiojornalismo se deve ao forte crescimento e engajamento de pesquisadores, sobretudo, aos associados ao Grupo de Pesquisa

Rádio e Mídia Sonora².

Desde a descoberta das ondas de rádio por Heinrich Hertz³, em 1887, o rádio tem passado por significativas transformações, tanto pelos aspectos tecnológicos quanto pela atuação e produções discursivas desenvolvidas no e pelo meio. É importante ressaltar a diversidade e multiplicidade de assuntos que podem ser abordados no suporte.

Contrariando previsões apocalípticas de seu fim, o rádio mantém-se como importante instrumento de produção e circulação de informações, ao passo que continua a promover a imaginação, artifícios criativos/interpretativos dos conteúdos produzidos.

Cada vez mais a sociedade se depara com novidades e procedimentos tecnológicos que, de uma forma ou de outra, modificam o fazer radiojornalístico e alteram aspectos da vida individual e coletiva. É pertinente, portanto, observar e compreender as relações que os múltiplos processos apropriados ao universo radiofônico afetam diretamente na esfera da produção e circulação das mensagens propagadas.

Dessa forma, é necessário pensar as relações humanas e isto presume a busca pela observação para um número de variáveis praticamente incalculáveis. Metáforas, ruídos, silêncios, imaginários, entre outros, despertam o pensamento sobre os enunciados⁴ e para além deles. Ponderar sobre os modos comunicativos particulares requer observação e escuta sobre as ações e o que as direciona, ou seja, o desenvolvimento técnico e os contextos sociais. Em cena, encontram-se formas comunicativas que redefinem as fronteiras do espaço, da experiência coletiva, da participação individual e dos vínculos⁵ sociais.

Em decorrência disso, torna-se imprescindível observar e refletir sobre os modos e as estratégias de interação, as formas de dizer dos indivíduos envolvidos no processo e a capacidade técnica do rádio, como implicações sobre os vínculos que legitimam uma realidade objetiva, comum, particular e coletiva.

É possível perceber que uma sociedade em vias de midiaticização, além de imersa e

² Detalhes sobre o grupo e dados aprofundados sobre as pesquisas serão abordados mais a frente.

³ Heinrich Rudolf Hertz foi um físico alemão que demonstrou a existência da radiação eletromagnética, criando aparelhos emissores e detectores de ondas de rádio.

⁴ Conceito adotado a partir dos estudos de Milton José Pinto (1999), pois o autor assinala que é na superfície dos textos que podem ser encontradas as pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos que o analista deve/pode interpretar.

⁵ O termo é utilizado a partir das proposições de Eliseo Verón (2004) que envolvem as transformações dos contratos de leitura do ambiente e das manifestações jornalísticas. Como resultado da complexificação da matéria significativa, consequente do intenso processo de midiaticização da sociedade que reorganiza a conformação e a interação entre produtores e receptores de discursos.

envolta em múltiplos processos sociais, participa de uma composição de visibilidade, de compartilhamento, de significações e de sentidos, que redimensionam as experiências do indivíduo e da coletividade da qual faz parte.

A flexibilidade de aspectos da tecnologia presente na sociedade contemporânea leva em conta a velocidade, interatividade⁶ e descentralização da informação. Nesta vertente, disposições como participação, atuação ou acesso são utilizadas a partir de recursos que as instituições buscam para validar e “vender” suas ideias. As mudanças advindas com e por meio da expansão digital permitem inúmeras formas de sociabilidade e a aproximação de pessoas e localidades, assim como amplificam o fluxo e a troca de informações.

Nesta dissertação, são investigadas, ainda, como práticas de interação⁷ social por meio de uma analítica da mediação⁸, tendo por hora, Fausto Neto (2008), observando-se os modos de produção e circulação do material radiofônico nos programas radiojornalísticos matinais de Teresina.

Consequência de uma mediação social, a tecnologia interacional diversificada tem possibilitado, para além das ondas hertzianas, o compartilhamento de sons do cotidiano, de imagens e das expressões diversas do público, pelos modos de se apoderar e partilhar elementos do mundo.

Quanto à compreensão das intencionalidades das estratégias discursivas, é necessário analisar os modos como os organizadores dos programas de rádio constroem efeitos de sentidos de aproximação com os ouvintes e assim os contratos de leitura. A abordagem dos programas matinais permite perceber diferentes formas de relação entre os interlocutores, entendendo ora como uma totalidade integrada, ora como uma relação unidirecional. Ou seja, a participação popular se configura em um movimento complementar na produção discursiva dos radiojornalísticos.

Por estes pressupostos, entende-se que tais encadeamentos estão vinculados também à

⁶ Pelo aspecto redundante do conceito de interatividade, por vezes, ele, conseqüentemente, pode promover uma confusão quanto às noções de interação e participação. Para a reflexão proposta neste trabalho, está inserida a perspectiva de Klöckner (2011), direcionada à comunicação radiofônica, em que o autor conceitua a interatividade ligada à participação, exigindo do ouvinte a vontade de interagir e dispor de atenção ao que está sendo veiculado. Por outro lado, a participação para o autor não demanda a intenção de interagir, mas, por exemplo, na mera citação do nome do ouvinte em um determinado programa.

⁷ Na perspectiva Bakhtiniana, o termo remete a uma dimensão dialógica da linguagem e os mecanismos pelos quais os sujeitos interagem na vida social. Ou seja, estabelece um movimento característico de natureza dialógica que empreende a relação entre dois ou mais interlocutores socialmente organizados.

⁸ Nesta pesquisa, são abordadas premissas associadas aos estudos do conceito e às suas contribuições fundamentadas, principalmente, nos trabalhos de Eliseo Verón (2004), Fausto Neto (2008) e Stig Hjarvard (2015).

materialidade dos discursos radiofônicos. Isto é, precisa-se considerar diversos aspectos quanto ao universo radiofônico, a exemplo da oralidade, do silêncio, de recursos sonoros ou de combinações estabelecidas com tais aspectos que os vinculam a outros objetos/signos porque se entende o processo de mediação estabelecido dentro de estratégias pelas diversas mídias. A autorreferência desencadeada nos e pelos discursos estabelecidos nos programas matinais de Teresina se complementam em uma cadeia de sentidos e na imagem que os programas matutinos teresinenses constroem de si em seu discurso pelos modos como são enunciados.

Com base nessas inferências teóricas iniciais e do ponto de observação a partir deste cenário, suscita-se uma série de questionamentos entre eles e que norteiam esta dissertação: como as dinâmicas de produção e circulação em uma sociedade em vias de mediação engendram a construção sistêmica e discursiva nos programas matinais do rádio teresinense?

Partindo da questão central, tem-se como objetivo principal analisar como as dinâmicas discursivas nos programas de rádio matinais contribuem nas interações e influenciam o fazer radiojornalístico. De maneira específica, são estabelecidos os seguintes objetivos secundários: investigar a cadeia produtiva nos programas matinais com o intuito de compreender a complexidade do tecido discursivo que constitui cada radiojornalístico; verificar e descrever as dinâmicas operacionais dos programas matinais teresinenses; compreender como é sistematizada a complexa produção discursiva dos programas matinais do rádio teresinense; comparar as características do processo de produção e circulação da comunicação radiofônica no contexto da sociedade em vias de mediação.

Como hipóteses, nesta pesquisa, parte-se do pressuposto de que: os ambientes digitais delineiam-se como espaços propícios para esse crescente intercâmbio entre os papéis ocupados no processo comunicativo radiofônico em uma sociedade em vias de mediação, que auxilia na descrição da organização, do funcionamento e, conseqüentemente, nas operações de sentido constituídas no âmbito enunciativo desta cultura midiática; por intermédio das redes sociais digitais, o radiojornalismo matinal pode constituir espaços de efetivo diálogo com o público a partir das contribuições configuradas em críticas e sugestões partilhadas pela audiência; os programas matinais teresinenses operam sob lógicas de mídias sociais digitais para a construção dos regimes de visibilidade; o cenário radiofônico matinal teresinense redefine as fronteiras do espaço de configuração para o partilhamento do conteúdo produzido.

Isto posto, esta pesquisa surge, portanto, em meio ao caráter indispensável de anseios por respostas a determinadas questões, especificamente, explicitadas pelo problema descrito. Ao reconhecer os passos e o processo de uma investigação científica como um meio sistemático para a estruturação do conhecimento humano, as processualidades metodológicas do presente

estudo são sistematizadas em três movimentos principais.

Para conduzir esta investigação, além de um percurso teórico inicial, foram selecionados quatro programas do radiojornalismo matinal teresinense como objetos de análise: Jornal da Clube (FM Clube Teresina 99,1), Jornal da Teresina 1ª Edição (Teresina FM 91,9) Acorda Piauí (Rádio Cidade Verde 105,3) e Notícias da Boa (Rádio Jornal Meio Norte 90,3).

Por se tratar de uma pesquisa norteada para a produção radiojornalística, foram escolhidos radiojornais com a programação compreendida como informativa⁹. Ao mesmo tempo, a seleção foi estabelecida em concordância à abrangência dos matutinos. O segundo programa é integrante de uma empresa de comunicação de enorme alcance nacional e as demais se configuram com grande abrangência na capital piauiense e regiões próximas.

O *corpus* totaliza uma amostra de 20 programas, com duas horas em média de áudio – tempo equivalente a duração de cada um dos programas. A veiculação foi compreendida no período de 10 julho a 11 de agosto de 2017. Por meio de uma metodologia de estudo comparativo dos programas, alicerçado em análise de uma semana composta, foi possibilitado conhecer o formato dos programas, a dinâmica, as abordagens mais recorrentes no período e como se dá a participação dos ouvintes no decorrer da programação diária.

Os programas apresentam características particulares. Entre os traços singulares, destacam-se os contextos nas discussões contemporâneas que circundam, de forma particular, os enunciados apresentados, cujo objetivo é divulgar o conteúdo – no caso, informação radiojornalística – sem perder a audiência e, conseqüentemente, a confiança construída perante o público. Atuando na mesma faixa de horário matinal (entre 6h e 9h), os quatro programas teresinenses apostam em participações ao vivo e por redes sociais digitais para promover um maior vínculo com os ouvintes.

Por meio de fluxos informacionais, despontam nos programas um saber diferenciado e complexificado em um contexto que permeia múltiplos efeitos de sentidos nos discursos radiofônicos por uma autorreferencialidade¹⁰, ou seja, parâmetros para compreender o ato de comunicar de cada programa. De um ponto, o processo de midiaticização é caracterizado por um desenvolvimento de mão dupla em que a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros parâmetros sociais. Ao passo em que adquiriu o status de instituição social constituída em sua própria existência.

⁹ Barbosa Filho (2003) observa a categorização em virtude da função específica que os programas possuem em face das expectativas da audiência frente ao público-alvo.

¹⁰ Entende-se pela capacidade de um indivíduo de falar de ou referir-se a si mesmo.

A desta dissertação é inserida em um exercício de adaptar as categorias de uma ‘analítica da midiáticação’ (FAUSTO NETO, 2008) ao universo radiofônico desde início dos radiojornais – marcados pela abertura – até o desenrolar de toda a programação que atuam como pontos de vínculos em uma sociedade em vias de midiáticação pela presença das redes sociais, assim como nos modo que são produzidos, conduzidos e gerenciados os programas matutinos teresinenses. Assim, as quatro categorias que foram adaptadas para o universo do rádio e serão melhor aprofundadas e explicadas posteriormente são: transformações da topografia radiojornalística; autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico; reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica e a transformação do status do ouvinte.

Quando os programas radiojornalísticos matinais põem em circulação (enunciam) os seus discursos, eles estão reproduzindo a sua leitura do mundo. Os discursos, neste caso, são, portanto, uma realidade construída por meio de uma complexa cadeia de relações de formações discursivas e pelas lógicas que gerem os dispositivos midiáticos.

A análise foi aplicada em amostras de conteúdo sonoro - por meio dos programas gravados - e digital - a partir da observação da atuação dos radiojornalísticos matinais pelas redes sociais. Por intermédio do estudo comparativo, foi concebível o aprofundamento na pesquisa sobre as emissoras referentes aos programas selecionadas, recorrendo a bibliografias e análise dos perfis institucionais dos matutinos nos sites e na rede social *Facebook* de cada emissora. Logo, foi possível constituir o histórico e o perfil dos programas, assim como analisar os discursos institucionais contidos nos *banners* da rede social mencionada.

A fim de satisfazer os objetivos estabelecidos e na busca por responder a questão central, a dissertação está estruturada em oito capítulos, sendo os três primeiros de cunho teórico. A partir do quinto capítulo são adentradas nas questões que correspondem aos aspectos metodológico e a análise reflexiva dos resultados de pesquisa.

O capítulo, intitulado “O rádio cada vez mais vivo e ativo” é dedicado às aproximações conceituais quanto ao processo de transformações e contextualização do cenário atual do rádio. Assim, num primeiro momento, realiza-se uma discussão sobre participação de inúmeras pessoas que, por meio de distintos estudos e pesquisas, agregaram o princípio da universalidade, ainda hoje presente no rádio. Posteriormente, o percurso adentra a uma problematização para refletir o lugar do rádio no campo da Comunicação e como as pesquisas podem e auxiliam a elevar questões para futuras investigações científicas.

Em um segundo momento, a discussão estabelecida no capítulo “Rádio, jornalismo e contratos de leitura em uma sociedade em vias de midiáticação” é trabalhada sob aspectos do rádio na contemporaneidade, as relações constituídas entre conceituação sobre a mediação e a

mediatização, bem como o contrato de leitura como instâncias de vínculos entre o rádio e público. A citar a noção de conceito de discurso no rádio, nos processos de sentido as formas da subjetividade presentes na vida social, que possibilitam uma apropriação simbólica, destacam-se Borelli (2005, p.7) que assinala que “as construções midiáticas resultam numa hierarquização dos sentidos, em que são determinados os lugares onde serão publicadas quaisquer notícias”. Consequentemente, são circunscritas discussões neste capítulo sob aspectos para pensar o jornalismo com tendências do fazer no rádio.

No capítulo “O cenário radiofônico teresinense” são trabalhadas vertentes quanto a disputa de poder pelo horário nos matinais teresinenses e o contexto da inauguração das rádios teresinenses, assim como a organização da composição dos programas no dial com os modos de entender, pois em uma sociedade em vias de mediatização, em que as relações políticas, econômicas e socioculturais, se estabelecem em uma referência de produção e circulação, por meio de múltiplos sentidos, a ideia faz repensar em um espaço em que as relações marcam posicionamentos característicos de um contexto situacional em que os sujeitos estão inseridos.

O quinto capítulo, “Aspectos metodológicos para análise dos programas matinais teresinenses”, aborda as redes sociais digitais e o uso pelos programas matinais teresinenses, ou seja, processos intrínsecos às rotinas produtivas, A partir das formas de enunciar, busca-se evidenciar e desvelar características da cada radiojornalístico, pois nota-se os mesmos como produtores genuínos de enunciados e, por sua vez, de discursos que são postos em circulação pelo que se entende como os “comunicadores-estrela” dos matinais teresinenses que se configuram em um tipo mais versátil de apresentadores para além do radiojornalismo. Ou seja, favorece (re)pensar as relações produzidas pelos sujeitos que frequentam e transitam as mais distintas áreas de mídia, sejam elas impressas, na web ou TV.

Discutindo sobre a dinâmica do rádio em descrever, narrar e diante de circunstâncias, compartilhar informações, o capítulo “O cenário radiofônico matinal teresinense para além das ondas hertzianas” oportuniza refletir sobre os entrelaçamentos existentes e a análise do qual faz parte o cenário radiojornalismo em uma sociedade em vias de mediatização.

Por fim, no capítulo sete, intitulado como “Entendendo a mediatização nos programas matinais das quatro emissoras teresinenses”, são abordadas as dinâmicas discursivas dos programas matinais, são assinalados e analisados sobre os procedimentos metodológicos com descrição das etapas da pesquisa na fase empírica a partir da coleta e análise de dados.

Por fim, nas considerações finais são retomados à centralidade do problema de pesquisa pensadas pelas lógicas das rotinas do mercado, em que acredita-se que os resultados culminam em uma colaboração científica no curso histórico dos estudos da radiodifusão.

Portanto, as opções metodológicas desta pesquisa propõem uma relação que reconhece a dinamicidade processual das pesquisas na comunicação e do próprio objeto empírico em análise, assim como a necessidade da organização científica dos dados, principalmente configurada em uma sociedade em vias de midiatização, que de acordo com Fausto Neto (2006) a estrutura e dinâmica calcada na compressão espacial e temporal da midiatização, não apenas institui, mas faz funcionar um novo tipo de real, cuja base das interações sociais não mais se estabelecem e se interconectam por meio de laços sociais, mas de ligações sociotécnicas.

Eventualmente, é importante salientar a adequação desta dissertação à linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo, do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM). Ao investigar o jornalismo a partir da análise crítica dos processos e práticas dentro de sistemas produtivos de significações, compreende-se o radiojornalismo neste espaço como uma estratégia articuladora por meio das relações entre os programas radiojornalísticos matinais e o público constituindo, assim, uma forma de vínculo social entre os interlocutores em uma sociedade em vias de midiatização.

2. O RÁDIO CADA VEZ MAIS VIVO E ATIVO

2.1. Rádio: um projeto em comum, “vários inventores” e infinitas possibilidades

No que tange à descoberta das radiocomunicações e, sobretudo, ao invento do rádio, ainda persiste uma divergência generalizada, principalmente em decorrência de inúmeras publicações relacionadas ao assunto. Na realidade, não existe um consenso sobre quem foi o grande inventor da radiodifusão. São dois nomes apontados como os principais responsáveis: o italiano Guglielmo Marconi e o brasileiro Roberto Landell de Moura.

A Marconi, desde muito antes, ninguém ousaria duvidar sobre seu protagonismo e pioneirismo quanto a radiodifusão, pois a maior parte da literatura que trata sobre o assunto o aponta categoricamente como "o pai" do rádio. Tal afirmação põe em xeque a questão da autonomia ao invento do rádio em muitos países, inclusive no Brasil, quando a história insiste em renegar o reconhecimento dos trabalhos do padre Roberto Landell de Moura como um dos pioneiros na radiodifusão. “Nós não devemos a descoberta de ondas eletromagnéticas para Guglielmo Marconi. Nós o agradecemos pela sua imaginação, pela sua visão individual de como aplicar o conhecimento científico de notícias e pela imensa velocidade com que ele o fez [...] Não pode haver mais legado para o homem [...]” (BIRCH, 2001, p.6, tradução própria).

Uma diferença acentuada entre o inventor brasileiro e o italiano estava tanto no apoio financeiro recebido quanto na técnica utilizada para prosseguir nas experiências. Enquanto Landell de Moura teve subsídios negados, o governo italiano ofereceu ampla estrutura para Marconi, encorajando-o a desenvolver um sistema completo de comunicação à distância. Hamilton Almeida (2012) ressalta a diferença quando assinala que:

Há um erro histórico ao se estender a invenção do rádio como conhecemos a Marconi, já que ele não transmitiu a voz humana de forma pioneira. Naquela época, a invenção de Marconi se chamava radiotelegrafia ou telegrafia sem fio. A confusão existe porque radiocomunicação tem um conceito amplo: o dicionário nos diz que se refere tanto à comunicação de sinais como de sons ou imagens por meio de ondas eletromagnéticas. Dentro desse conceito, Marconi foi pioneiro nas comunicações sem fio (radiocomunicação) e talvez por isso se diga que ele “inventou o rádio” (ALMEIDA, 2012, p. 24).

Em síntese, o aparelho desenvolvido por Marconi só transmitia sinais telegráficos, ao passo que Landell de Moura foi pioneiro na transmissão de voz. Não há como negar que a radiotelegrafia é diferente da radiotelefonía. Por elevar seus experimentos a um estado prático e comercial, o italiano ficou com todo o reconhecimento, inclusive sendo agraciado com o

Prêmio Nobel em 1909. Landell de Moura, em compensação, foi chamado de louco e bruxo e relegado ao esquecimento. Entretanto, é válido ressaltar que o rádio, como conhecemos hoje, só é possível graças às contribuições de ambos, assim como tantos outros estudiosos.

Em contextos históricos relacionados com a interdisciplinaridade nos estudos do rádio, é pertinente inferir sobre a origem das irradiações, pensando sempre a partir da constituição de estudos de outros campos – a exemplo da Física – para o desenvolvimento do veículo. Tal como a compreensão da eletricidade, ondas hertzianas, a telegrafia e o telégrafo sem fio em particular, bem como com a ciência eletrônica em geral.

DeFleur e Ball-Rokeach (1993) nos faz perceber que o desenvolvimento do rádio não pode ser conduzido sem o reconhecimento do trabalho e empenho de apenas uma pessoa ou figura icônica, mas de muitos outros homens dedicados à ciência e que auxiliaram a desvendar e elucidar questões para o rádio como conhecemos atualmente.

Pode-se assim inferir que todos que contribuíram de alguma forma, não apenas a um único nome, mas tantos outros, como Samuel F.B Morse, pintor de retratos e não cientista, porém que ainda assim elaborou um sistema telegráfico que lhe permitiu transmitir mensagens por meio de 15 quilômetros de fio estendido; e o físico britânico James Maxwell, que constatou a existência de ondas eletromagnéticas que se propagavam pelo espaço.

Em 1887, o físico alemão Heinrich Hertz, a partir da hipótese de Maxwell, logrou êxito ao fazer a transmissão e a recepção de ondas eletromagnéticas. Ainda que com equipamentos dispostos a poucos metros de distância um do outro, o experimento significou mais um importante passo em direção ao surgimento do rádio.

A teorização e pesquisa que conduziu a esse meio de comunicação ocupou as vidas inteiras de grande número de trabalhadores científicos, dos quais apenas poucos granjearam reconhecimento público, sucesso financeiro, ou até duradouras honras científicas. A lista de problemas que essas pessoas resolveram é simplesmente espantosa (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 105).

O prosseguimento e aprimoramento de estudos proporcionaram a criação de peças essenciais de um sistema que foi se aperfeiçoando até compor o núcleo científico básico que permitiu a industrialização das transmissões e das recepções sem fio. Se hoje olha-se com entusiasmo para as empresas radiofônicas que estão incorporadas às inovações que contribuem para melhorar a eficiência e a qualidade do serviço da radiodifusão, ou seja, que, em geral, estão inclusas em um cenário multiplataforma e multimídia, do qual fazem parte a Internet, as plataformas móveis, as redes sociais, o *podcast*, entre muitas outras ferramentas, faz-se

necessário sublinhar a participação de inúmeras pessoas que, por meio de seus estudos e pesquisas, agregaram o princípio da universalidade ainda hoje presente no rádio.

2.2. Rádio, ciência e sociedade

Desnaturalizar fenômenos sociais não significa necessariamente perder de vista a sua historicidade. É necessário considerar e perceber que certas mudanças ou descontinuidades históricas são fruto de decisões e contextos. Ao conceber a teoria enquanto instrumento de análise, esta nasce como um mecanismo que se produz junto ao objeto de estudo, uma ferramenta que pode ser escolhida e aplicada de acordo com as particularidades de cada objeto.

Por vezes, o termo teoria é usado na linguagem coloquial com uma conotação negativa para se referir a especulação. Todavia, só a etimologia não é suficiente para a total compreensão do que é teoria, além da pura abstração. Quando se pondera a palavra com uma conotação positiva, a concepção popular se estreita ao entendimento do conceito científico de hipótese. Entretanto, na ciência, teoria é algo muito mais amplo. Entender que a composição da teoria não se trata apenas de uma questão lógica, mas também antropológica e que o homem está sempre em busca do sentido da vida é necessário para compreendê-la.

Arrisca-se dizer que teoria científica é um conjunto de conhecimentos relacionados a um determinado problema de interesse, seja ele acadêmico ou prático. A estrutura de uma teoria é formada pelos seguintes elementos principais (que serão delineados mais a frente): evidências, postulados, axiomas, perguntas, hipóteses, previsões, teses, regras e leis. “Isto significa dizer que a realidade humana deve ser explicada (entendida, descrita) tomando-se a comunicação como fator privilegiado” (MARTINO et al, 2007, p.28).

Para França (2001), cada teoria oferece respostas diferentes dadas pelas perguntas relativas aos problemas enfrentados em diferentes momentos, espaços, tempos e sobre diferentes prismas sociais. Isso incorre que a desnaturalização dos fenômenos sociais também depende do distanciamento daquilo que circunda o objeto para focalizar as relações sociais com um mínimo de envolvimento. Significa, para além de tudo, considerar que os fenômenos sociais não são imediatamente conhecidos.

A Teoria ou as Teorias da Comunicação devem responder pelos fundamentos dessa área de conhecimento; apresentar a trajetória e as diferentes bases conceituais que vieram sendo construídas [...] A presente reflexão incide assim sobre a própria situação da área, sobre as evoluções, contradições e impasses que vêm marcando seu desenvolvimento – e são vividas por nós, profissionais que atuamos neste domínio (FRANÇA, 2001, p. 3).

Estudar, portanto, aspectos teóricos, além da obtenção de conhecimento sobre as diversas correntes interpretativas, permitem refletir acerca de como objetos foram construídos historicamente a partir de determinados processos. No caso do rádio, favorece compreender como acontecem os aspectos de aprimoramento das tecnologias que altera os modos de produção e circulação.

Antes de adentrar nesta problematização, contudo, é necessário estabelecer parâmetros para além do agenciamento de operações que ampliam o contexto do rádio enquanto veículo de comunicação de massa e sua relação com campos distintos do saber, isso porque “a informação nessa perspectiva deixa de ser entendida enquanto documento ou item informacional acessado pelos usuários e passa a ser definida em termos de sua relação com o conhecimento – ou melhor, com a ausência de conhecimento” (ARAÚJO, 2012, p.147-148).

Indo um pouco além e partindo da descrição dos panoramas propostos por DeFleur e Ball-Rokeach (1993), assinala-se a importância do entendimento e compreensão deste processo centrado nos avanços que aconteceram a partir da capacidade do homem de trocar, registrar e difundir informações e nas consequências destes cenários para a organização política e para a vida cultural das sociedades contemporâneas. Especialmente sob a investigação do surgimento e também do reconhecimento da aceleração das mudanças nos próprios meios do agir comunicacional.

Na medida em que as sociedades foram se complexificando, a cultura também foi se modificando, principalmente durante o período da Revolução Industrial, com o surgimento da cultura de massa. Durante a efervescência do período, novos padrões comportamentais ganharam destaque na organização da vida social. Frente aos novos cenários que se configuravam, novos desafios emergiam sobre os conhecimentos do estudo da Comunicação, Lima (2000) aponta que Adorno e Horkheimer já destacavam alguns aspectos da complexidade do processo comunicacional em seus estudos sobre a Indústria Cultural em observância às transformações sociais decorrentes da época. Assim, o autor destaca:

Ela é um tipo de mercadoria, preparado, inserido, assimilado à produção industrial, adquirível e fungível, mas o gênero de mercadoria arte, que vivia do fato de ser vendida, e de, entretanto, ser invendável, torna-se – hipocritamente – o absolutamente invendável quando o lucro não é mais só a sua intenção, mas o seu princípio exclusivo (LIMA, 2000, p.206).

Em meados de 1940, nos Estados Unidos, questões, até então pouco assíduas entre ensaístas, pensadores e pesquisadores sociais, tornaram-se cada vez mais frequentes em suas publicações. Passaram a abordar, então, a importância e consequências socioculturais das

mensagens transmitidas por canais, dotados de alto poder de alcance e/ou reprodução (jornais, revistas de atualidades, rádio, cinema, etc.).

A tentativa de dominação e apropriação cultural como forma de criar um sentimento de nação, suscitados dos estudos da Escola de Frankfurt, principalmente em países recém-saídos da guerra, foi amparada por tecnologias, a exemplo do rádio, que além de dissuadirem os indivíduos a adotarem determinadas condutas, regimentaram a regulação e difusão de propagandas ideológicas do Estado.

Como meio de comunicação de massa fundamentado no som e na palavra, o rádio desempenhou papel importante junto à população, especialmente durante a Segunda Guerra Mundial. Para além da utilização como um instrumento de informação, regimes ditatoriais e totalitários fizeram uso do rádio como arma de propaganda política e disseminação de ideologias contra outros países durante a guerra.

Ao mesmo tempo em que abarca um amplo espectro social, permeando desde questões gerais sobre a sociedade a aspectos particulares da informação individual enviada e recebida, alguns estudos buscam perceber os discursos sob outros aspectos formais – prescritos como desejáveis de forma normativa, operacional e experienciada. Do mesmo modo, outras pesquisas se debruçam a desenvolver uma crítica, somada as que ainda visam aplicações práticas dos processos de informação propagadas pelas ondas hertzianas.

DeFleur e Ball-Rokeach (1993) apresentam dois paradigmas para se compreender o surgimento dos veículos de comunicação de massa que auxiliam a abarcar a dinâmica de operacionalização do rádio no meio social: a perspectiva evolutiva (em sua forma social) e o modelo de conflito social. Enquanto o primeiro se debruça em explicar questões pertinentes à complexidade da sociedade (adaptação e mutabilidade da vida social organizada), o segundo se finda em processos e arranjos sociais segundo princípios diferentes. Ou seja, a mudança acontece quando um dos lados prevalece ou quando são elaborados ajustes que acomodem ambos os lados.

Para tanto, é preciso compreender, de maneira particular, que o surgimento do cenário do rádio aqui observado parte da perspectiva do desenvolvimento no contexto da sociedade norte-americana. Por meio desta indução, analisando o próprio olhar incidido à observação do desenvolvimento do rádio seguindo o modelo americano como norteador, a reflexão de que outras sociedades experienciaram/vivenciaram os ajustes e mudanças de maneira diferente e particular são tangíveis.

Mesmo que a conjectura ocidental tenha se tornado parte de um projeto global hegemônico, há de se considerar as diferenças de sociedades. Para isto, considera-se elementos

para além do maior ou menor desenvolvimento econômico, uma vez que estão envolvidas variações culturais diante de experiências históricas particulares.

A história da existência humana, pois, deve ser mais adequadamente explicada por uma teoria de transições – isto é, explicada em função de etapas no desenvolvimento da comunicação humana, cada uma das quais teve profundas consequências tanto para a vida individual quanto para a coletiva e social. Em suma, essas eras foram associadas ao desenvolvimento da sinalização, da fala, da escrita, da impressão, e da comunicação com os veículos de massa conforme os conhecemos hoje (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p.22).

Como explanado anteriormente, diversas orientações paradigmáticas produziram ao longo dos anos estudos tratando dos conceitos basilares que auxiliam entender sobre os modos de constituição e funcionamento do rádio. O caráter multidisciplinar – listando apenas uma das características do veículo – remete à complexidade de indicadores para a organização de concepções epistemológicas ao tratar de Teorias da Comunicação, uma vez que diferentes abordagens são discutidas a partir das pesquisas de origem e suas implicações no comportamento e influência da comunicação humana na vida social. Em decorrência disso, “a palavra teoria pode encontrar-se noutros domínios e, como tem sido constatado, o uso está tão disseminado que é conveniente precisar as acepções” (BOURDON, 2006, p.17).

Dentro deste panorama, a reflexão proporcionada por Wolf (2008) - “como estudar um objeto que muda tantas vezes de forma?” -, ressalta a extensa análise designada pela expressão *communication research*, ou seja, a eficácia dos efeitos e, principalmente, das ideias que circundaram as proposições centradas sobre os efeitos de curto prazo dos media, que acompanhou os diversos problemas, multiplicando hipóteses e abordagens nos estudos comunicacionais. Traçando um panorama sobre algumas teorias a partir do contexto histórico, social e econômico em que se difundiram, Wolf (2008) estabelece considerações sobre os principais autores e obras de cada período, a iniciar pelos estudos sobre a Teoria Hipodérmica.

A visão dos meios de comunicação de massa partindo da premissa estímulo-resposta foi legitimada por diversos fenômenos midiáticos da primeira metade do século passado. Na época, na década de 1930, a rede de rádio CBS – Columbia Broadcasting System – transmitia semanalmente textos literários adaptados para o programa *The Mercury Theatre on the Air*.

Tal menção é feita nesta dissertação como amostra do poder de evocação da palavra utilizada como instrumento da Rádio Teatralização. Exemplo marcante aconteceu em 30 de outubro de 1938, véspera do tradicional Dia das Bruxas, celebrado nos Estados Unidos, sob o comando de Orson Welles, a partir da obra *A Guerra dos Mundos*. O modelo tradicional de radiodrama, desloca o rádio como protagonista para transformá-lo em um veículo para a

expressão dos personagens em seu mundo de ficção (Meditisch, 2013).

Assim, entendendo que os ouvintes que detém a noção de rádio como instrumento de construção do real, espera-se que este público se comporte ou reaja, se comunique ou inter-relacione de forma a concentrar essa visão de mundo, e deste modo, possa partilha-la com os demais. Portanto, a partir da narrativa figurada, este efeito é conseguido pela inserção de cenas da chegada dos marcianos com outras absolutamente cotidianas.

Desta forma, a confusão provocada nos ouvintes por A Guerra dos Mundos, para ser evitada, requereria a reiteração, diversas vezes, ao longo do programa, da informação de que se tratava da adaptação de um romance. De nada adiantou Orson Welles explicar, no final da estória, que tudo não passara de uma brincadeira pelo tradicional Dia das Bruxas: o estrago estava feito. A tênue fronteira entre dois gêneros do discurso radiofônico, o jornalismo e a ficção, já havia sido arrombada (MEDITSCH, 2008, p. 6-7).

É claro que hoje é impensável imaginar na aplicação a Teoria Hipodérmica ou o aspecto de um receptor meramente passivo dentro de uma sociedade cada vez mais plural permeada por trocas simbólicas. Mas o que vale compreender é que a elaboração deste norteamento decorreu em um período entre guerras, simultâneo a um momento de instauração de regimes ditatoriais e violentos na Europa.

A eficácia da propaganda de Estado utilizando a influência do rádio neste período instituiu espaço para a inclusão de considerações contundentes sobre o poder da informação, tornando-se inevitável as investigações teóricas sobre a influência do rádio no meio social. Essa contextualização é importante, pois como bem assinala Wolf (1987), a partir da perspectiva do *cultural studies*¹¹, é necessário compreender os processos pelos quais as sociedades e os diversos grupos dentro deles chegam a um acordo na abordagem de novas questões e problemas do mundo atual, ao invés de simplesmente procurar respostas que sejam válidas para todos os tempos.

As estruturas e os processos pelos quais as instituições das comunicações de massa mantêm e reproduzem a estabilidade social e cultural devem ser estudados; isso não acontece de uma forma estática, mas adaptando-se continuamente às pressões, às contradições que emergem da sociedade, englobando-as e integrando-as no próprio sistema cultural (WOLF, 1987, p.46).

¹¹ Wolf (1987) explica que a variedade das perspectivas acerca das comunicações de massa que foram elaboradas ao longo do tempo ajuda a compreender um aspecto de fundo da pesquisa comunicativa, ou seja, o fato desta estar intimamente exposta a discursos concorrentes, setoriais e, por vezes, corporativos sobre o mesmo assunto.

Talvez tenha sido justamente o elevado poder de penetração do rádio – característico desde seu surgimento – um dos fatores que explique algumas questões que consolidam o veículo de comunicação atualmente, mesmo frente às novas tecnologias, e o coloquem como objeto de estudo promissor nas questões teóricas atuais, haja vista o crescente número de trabalhos desenvolvidos nas últimas duas décadas.

2.3. O lugar do rádio no campo da Comunicação

Desde os primórdios, a Comunicação desempenhou e continua a exercer papel importante e fundamental na vida em coletividade, constituindo um dos campos sociais para a construção do indivíduo como sujeito social. Conseqüentemente, a Comunicação não é e nem pode ser tratada apenas como um objeto de análise ou um conceito de conhecimento. Pode ser compreendida como um fenômeno que estrutura e constitui o desempenho social em qualquer campo ou nível de atividade humana.

Ao se imaginar o processo de Comunicação Social, as relações sociais sempre estiveram presentes, principalmente, levando em consideração o próprio ato da fala, inserida neste amplo tema de discussão e observada a partir do contato e interlocução entre dois ou mais indivíduos.

Considerando os modos em que as pessoas foram aperfeiçoando o processo comunicacional por meio do uso da fala, grupos, tribos e famílias, constituíram-se e passaram a cooperar entre si. Surgem, então, as primeiras noções de sociedades, com a formação de pequenos grupos, conduzidos por regulamentos de convivência entre indivíduos, compartilhando questões em comum, cunhando preceitos morais e éticos, fomentando leis e normas, conceituando, assim, as primeiras marcas do homem social a partir da regulação das relações sociais.

A complexificação dessas relações, ocasionadas pelo crescimento considerável dos grupos sociais, viabilizaram as primeiras concepções da comunicação em massa, com o surgimento da escrita, favorecendo meios de integração com um grande número de indivíduos, sem a necessidade do contato pessoal com cada um deles.

O desenvolvimento e a difusão da Revolução Industrial já suscitavam ao homem a noção de tempo associada ao capital financeiro. Talvez esse tenha sido um dos principais motivadores para que essa época fosse marcada pela invenção de novas ferramentas e equipamentos das indústrias, assim como o advento de outras invenções que potencializavam o envio de

informações e dinamizavam a realização das transações comerciais, ampliando assim as possibilidades de relações interpessoais.

Tentar delimitar a Comunicação seria reduzi-la de maneira infeliz, dado que ela é chave das mudanças sociais e do entendimento de como essas transformações sucedem. Reflexo de sua gênese, que é estimular a fazer novas perguntas e se permitir romper com as abordagens que têm sido padrão em outros campos graças a interdisciplinaridade¹², que resguarda ao campo da Comunicação o desafio de integrar, conectar e refletir sobre essas diversas origens e focos, não apenas na mistura de campos que a incorpora, mas nos modelos organizacionais e curriculares que produziu por si mesma.

Avançando na discussão e refletindo sobre os estudos, Martino (2006) explica que a controvérsia sobre o estatuto epistemológico da Comunicação se implantava como uma questão central para o crescimento e a organização dos estudos na área, ou seja, é possível compreender que processo comunicacional não estava mais colocado como ciência, mas sim como campo¹³.

À medida que a Comunicação tem se firmado como um domínio de investigação o termo campo tem sido empregado para se referir ao conjunto de atividades aí desenvolvidas ou reagrupadas sob o nome genérico de comunicação (comunicação social, comunicação de massa, comunicação humana, entre outros). Neste sentido ele é usado como uma designação genérica, algo vaga, sem um conteúdo muito preciso, que no entanto se justifica como uma alternativa as muitas designações possíveis (MARTINO, 2006, p.1).

Diante deste cenário de reconfiguração de novas informações e modos de pensar o mundo, gradativamente, questões que pareciam definitivas foram alteradas, oferecendo novas problemáticas e “abalando” profundamente esquemas e estruturas que se concebiam como saberes absolutos da Comunicação.

Diversos autores chamam atenção para a própria relação histórica da comunicação com diferentes disciplinas (Sociologia, Psicologia, etc.) e da necessidade de repensar essa mesma afinidade, principalmente, num momento de mudanças no âmbito teórico no que diz respeito

¹² Entende-se a interdisciplinaridade no estabelecimento de relações entre duas ou mais disciplinas ou ramos de conhecimento. Em outras palavras, a eficácia de um pesquisador interdisciplinar não existe na exigência de conhecer diferentes campos, mas de adquirir habilidades específicas relevantes para ser colaborativo no universo da pesquisa para o agrupamento de diversos ramos do conhecimento, seguindo um objetivo em comum, como um assunto ou tema específico, por exemplo.

¹³ Embora por vezes servido a alguns propósitos práticos de designação, o conceito trabalhado nesta dissertação é atravessado por conhecimentos, problemas e abordagens concebidos em uma crescente conscientização de que processos comunicacionais necessitam ser estudados.

às diversas práticas sociais, culturais e profissionais ou mesmo provenientes das denominadas novas tecnologias de comunicação e informação.

Dentro desta lógica, França (2001) ressalta que os estudos da Comunicação se originaram do aporte de diversas disciplinas, sendo esta natureza interdisciplinar fundada no cruzamento de diferentes contribuições quanto aos domínios de conhecimento já consolidados. A autora aponta para os aspectos de um objeto empírico de grande visibilidade e impacto que incide diretamente na realidade das sociedades: a presença da comunicação midiática e o desenvolvimento das tecnologias da comunicação, em que “em linhas gerais, podemos identificar dois objetos apontados: os meios de comunicação e o processo comunicativo” (FRANÇA, 2001, p.4).

Mesmo o caráter de contribuição da interdisciplinaridade, de acordo com França (2001), tem um lado negativo quanto aos estudos comunicacionais, pois isso implicou certa exclusão de outras correntes teóricas, fundamentando-se quase que em sua totalidade na influência do pensamento norte-americano. Todavia, Martino (2006) reforça que o entendimento de interdisciplinaridade, aceita com evidência empírica, permeou o pensamento comunicacional dos anos 70, mas que a mesma não deve ser confundida com aquela que se consolida nos anos 90, quando passa a ser compreendida sob o escopo de um novo estatuto disciplinar, diferente e oposto à ciência.

Logo, entendendo sobre a problematização proposta pelos autores pode-se refletir que a Comunicação, tomada como conhecimento científico, não passa inerte pela atual crise da ciência moderna que atinge diretamente diferentes áreas do conhecimento, perpassando pelas práticas pedagógicas que constroem e constituem os estudos abarcados por novas tendências epistemológicas. Essas transformações – emergentes do estudo das ciências – afetam diretamente a compreensão do conhecimento e do processo pelo qual se entende/percebe a Comunicação e os aspectos interdisciplinares.

Deste modo, a coesão e lógica que circundam o campo comunicacional não necessitam de uma única ancoragem, ou seja, um método único. Pelo contrário, Martino (2008) entende que o campo da Comunicação deve incidir junto às múltiplas conexões das linhas de pesquisa e que não deve dispor de somente um conjunto de regras que conduzam a uma organização de todos estes pontos. “Mais do que um aspecto ‘interdisciplinar’ positivo, tal fato pode indicar para uma completa indefinição do que é uma teoria da comunicação – e, por extensão, uma falta de definição do objeto de estudos do campo da comunicação” (MARTINO, 2008, p.112).

Já Fausto Neto (2008) afirma que aceitar que o processo comunicacional, de fato, passa por transformações, em decorrência da atuação de um conjunto de tecnologias e conexões

móveis existentes, é perceber um desafio frente às novas culturas, convergências, impermanências e reconstruções da Comunicação. Mas o campo comunicacional não pode progredir se objetiva apenas conquistas sobre outros. Este não é um problema apenas para a academia, uma vez que o trabalho profissional (a exemplo do jornalismo), assim como o engajamento público (participação da sociedade) depende da oferta de conhecimento, haja vista que:

Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

Assim, a Comunicação ao favorecer pesquisas diversificadas, especialmente pela possibilidade de análises e estudos micros, a partir da atuação da mídia, e outros extremamente macro, como os fluxos, alcances e influências das informações em contextos globais, pelas manifestações de suas operações, todavia, também de práticas sociais dispostas no interior e essência do seu próprio funcionamento.

Em Wolf (2008), a Teoria dos Efeitos Limitados e a hipótese dos Usos e Gratificações com os estudos de Lazarsfeld e Lasswell destacam a influência do rádio no indivíduo, assim como a necessidade que motiva o público/ouvinte a usar esse meio de comunicação. Se a Teoria dos Efeitos Limitados evidencia a capacidade de toda a ascendência da mídia sobre o público – com cada meio tendo uma capacidade diferente de exercer influências -, a partir da hipótese dos Usos e Gratificações, a atenção é voltada para as consequências da ação da mídia sobre a sociedade, superando os aspectos da manipulação, persuasão e influência da mídia trabalhada no conceito da Teoria Crítica, sob a concepção da Agulha Hipodérmica.

Wolf (2008) aponta ainda que Lazarsfeld dá um passo a frente ao propor que o público é capaz de fazer suas próprias escolhas. Deste modo, a teoria funcionalista destaca a problemática da mídia do ponto de vista da sociedade e da contribuição que os meios de comunicação e seus outros componentes proporcionam, definido pela dinâmica do sistema social e pela função que as comunicações de massa desenvolvem.

No caso dos estudos sobre a função e influência do rádio na sociedade, o trabalho e descrição propostos por Lasswell se mostrou tão objetivo e elucidativo para as principais questões da época que acabou se conformando praticamente na principal hipótese no que tange a explicação do processo de produção, transmissão e recepção do veículo.

Mesmo nos dias atuais, as palavras, o emissor, a mensagem, os meios, o receptor e a audiência são usualmente utilizados para descrever: emissoras de rádio, mensagem sonora,

meio de transmissão, aparelhos receptores e audiência. A fórmula de Lasswell, com a aparência de ordenar o objeto de estudo segundo variáveis bem definidas, rapidamente se tomou (e assim permaneceu por muito tempo) uma verdadeira teoria da comunicação, em estreita relação com o outro modelo de comunicação dominante na pesquisa, ou seja, a teoria da informação (WOLF, 2008).

A partir destas observações, não se pode esperar que teorias e paradigmas proporcionassem ao estudo da Comunicação e do rádio um entendimento simples sobre os efeitos ou os significados de algo extremamente complexo, resultante de um conjunto de processos interpessoais. Entendendo uma teoria como um conjunto de ideias que auxiliam a conferir sentido a um determinado fenômeno, deste modo, a proposta dos autores é perceber a fala e a linguagem como articuladores potenciais para os primeiros avanços no desenvolvimento humano, principalmente se considerado o domínio dos sistemas simbólicos. Isso acontece porque “[...] uma teoria somente pode ser considerada teoria da comunicação se respeitar o preceito da centralidade do fenômeno comunicacional” (MARTINO, 2007, p.28).

O problema da análise do que hoje concebe o cenário de mudanças do rádio passa tanto pelo assombro diante da velocidade das transformações (rádio via satélite, rádio *web*, rádio digital, etc.), como pelas concepções que marcaram os primeiros estudos que abordavam o fenômeno.

No fim do século XIX, a imagem de sociedade que emergia da mudança de um sistema tradicional estável, pelo qual as pessoas estavam profundamente ligadas umas as outras, para um sistema de maior complexidade, em que os indivíduos passam a viver socialmente isolados. A partir desta e de outras observações, buscaram-se, dentro da estrutura biológica (social e psicológica), as razões e os efeitos do comportamento da sociedade. Suscitados por essa lógica de pensamento, foram geradas implicações importantes para a interpretação inicial dos veículos de comunicação de massa.

Embora esta ideia seja aplicável a parte da ampla investigação sobre o rádio, a mesma proporciona olhar para um direcionamento de modelo de indagação pautado no estudo do comportamento provenientes dos modos de operações do rádio e as suas causas. À medida que o tempo avança o panorama da comunicação também muda, especialmente por se tornar mais complexo e ampliar as opções de tal forma que, por fim, torna-se difícil estabelecer uma definição simples, consistente e fechada sobre a conceituação dos limites que o rádio pode alcançar.

Contudo, o ponto crucial, que não deve ser perdido de vista como questão norteadora para este entendimento, é perceber o rádio como uma “instituição social” – com suas próprias

práticas e regras –, constituída dentro da sociedade, mas com limitações diante do próprio cenário social. Ou seja, embora a rádio tenha alguma margem para motivar, a natureza desta relação depende sempre de circunstâncias e contextos sociais.

A análise de sistemas sociais é extremamente difícil. Nenhuma regra infalível especifica precisamente como localizar e definir limites exatos de um dado sistema social, principalmente se este for relativamente complexo. Até agora, não existem critérios totalmente aceitos para estabelecer vínculos entre os componentes de um sistema, nem de fórmulas padronizadas, que podem desvendar a exata contribuição que uma dada forma de ação repetitiva dá para a estabilidade de um sistema (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

Exatamente a partir destas observações, é pertinente e necessário, antes de adentrar especificamente em considerações sobre as principais transformações experimentadas pelo rádio desde seu surgimento até os dias atuais, primeiramente, incluir como essas mesmas transformações supracitadas estão inseridas em um universo social complexo e dinâmico. Deste modo, a complexidade e o dinamismo que envolvem o veículo, ou seja, as inter-relações, que se desenvolvem entre as instituições e a sociedade, podem propiciar o entendimento de como interagem e se articulam as ligações que se estabelecem entre os próprios meios de comunicação e desses para com as demais instituições sociais.

Ressalta-se aqui que não custa demais lembrar que os postulados por uma série de intelectuais – entre eles, Walter Benjamin, Theodor Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse – quanto aos meios de comunicação de massa e de seus conteúdos resguarda um tanto de exagero ou desinformação quanto a Teoria Crítica e as dimensões de análise social crítica, ou seja, a respeito das questões epistemológicas de contraposição à teoria tradicional, pois apontavam formas então dominantes de teorizar sobre a sociedade e suas relações, como explica Rüdiger (1999) ao assinalar que “a tecnificação da vida moderna provocada pelo capitalismo conduziu a uma superexcitação dos sentidos. Engendrou uma de novas tensões, produzidas por todo o tipo de maniquinismo” (p. 67)

Todos aqueles que em algum momento se detiveram em estudos a partir da Teoria Crítica, viram-se diante de dificuldades que surgem quanto ao confronto transversal e, por vezes, espinhoso sobre a questão: afinal, o que é a Teoria Crítica? Este ponto central, à primeira vista, pode suscitar conflitos até mesmo quanto a explicação sobre a “cisão” epistemológica sob a qual se desenvolveram as perspectivas. Seguindo na apresentação sobre a interconexão entre o potencial exercido pela Teoria Crítica e os desdobramentos visíveis angariados pela semiformação na geração de aportes que detêm a subjetividade dos indivíduos Zwick (2017) explica:

O trabalho do diagnóstico de época da Teoria Crítica de primeira geração especificou a indústria cultural como um movimento real integrante da essência do capitalismo avançado. Seu movimento dizia de uma sociedade que rumou a um jogo cuja estrutura moderno-contemporânea tornara-se possuidora de uma sutileza interessada em promulgar o esclarecimento via princípios administrativos, que, no entanto, se apresentaram pela fragmentação das relações humanas, elemento central do modo de produção industrial (ZWICK, 2017, p. 139).

Não pretende-se, nesta dissertação, oferecer uma resposta definitiva ou exaustiva para a questão quanto a Teoria Crítica lançada anteriormente. Antes de tecer algumas reflexões, o intuito é permitir ao leitor adentrar à discussão das diferentes formas de se compreender proposições, rupturas e continuidades da Teoria Crítica, bem como observar as supostas características ou mesmo traços comuns entre as distintas trajetórias teóricas que a compõe.

Assim sendo, foge as pretensões desta pesquisa estabelecer um critério capaz de justificar quando e como o termo Teoria Crítica deva ser aplicado. O que importa é despontar a multiplicidade daquilo que costuma ser assim denominado e propiciar a reflexão sobre seu estágio atual. Para realizar tais objetivos são colocados três possíveis respostas para a questão, tomando como base o aspecto institucional, a origem e o caráter metodológico.

Quanto ao aspecto institucional considera-se que parte significativa do projeto dos estudos desenvolvidos em torno da Teoria Crítica em suas primeiras décadas pode ser compreendida a partir da necessidade de atualizar o diagnóstico principais alterações que ocorreram na sociedade ao longo das principalmente entre os anos 1930 e 1950, para entender o rádio como meio hegemônico, principalmente pois, tanto o trabalho de Adorno quanto de Horkheimer tencionam o aparente e o real, realizando, portanto, o confronto dialético entre o aquilo que algo promete ser (anseia/ aparenta ser) e o que é na realidade. Reside neste tensionamento entre o que é o como não deveria ser.

Desse modo, as respostas às perguntas filosóficas nunca se dão com um "sim" ou um "não": os problemas filosóficos são inseridos dialeticamente no processo empírico-científico, ou seja, a resposta passa a estar ligada ao progresso do conhecimento objetivo que, assim, não deixa de influir sobre a sua própria forma. (HORKHEIMER, 1999, p. 128).

O ponto que converge a origem compreende, portanto, a partir da construção do projeto, ou melhor, de um proposta esboçada por meio de uma contraposição com aquilo que Horkheimer denominava até então como teoria tradicional. Em outras palavras havia uma necessidade de o quê estudar e como estudá-lo como reforça Wolf (2008), pois segundo o autor a crítica mais difundida que circundava um debate teórico-ideológico em curso residia na impossibilidade de chegar a uma síntese significativa dos conhecimentos acumulados, tão

pouco em uma sistematização desses conhecimentos em um conjunto coerente. Assim, o autor pontua que:

É bom lembrar, por fim, que às vezes as teorias apresentadas referem-se não a momentos cronologicamente sucessivos, mas coexistentes: alguns modelos de pesquisa desenvolveram-se e consolidaram-se ao mesmo tempo, "contaminando-se" e "descobrimo-se" uns aos outros, acelerando ou mesmo modificando o desenvolvimento global do setor (WOLF, 2008, p. 4)

Quanto ao caráter metodológico pode-se entender que existem traços comuns que dão a Teoria Crítica uma forte interposição por uma recepção heterodoxa da crítica econômica-política de Karl Marx, ou seja, pela crítica ao capitalismo desenvolvida, sobretudo, nas proposições do autor na obra *O Capital*. Todavia, a Teoria Crítica nas suas primeiras décadas pode ser compreendida a partir da necessidade de ultrapassar o diagnóstico marxiano, ou seja, de perceber que as transformações sociais não estavam centradas apenas no terreno econômico e nem podiam ser abarcadas como situações promovidas e oriundas unicamente por fatores econômicos.

Assim, entre uma das primeiras dificuldades que sem entender em buscar uma definição de Teoria Crítica deriva do próprio proponente da expressão. Como segunda dificuldade que pode ser elencada é de que, de dimensão macro, a Teoria Crítica é consequência da ruptura operada que conduz à indagação dos motivos pelos quais uma teoria é reconhecida/percebida como teoria crítica e outra não. Ante ao problema é visível a real necessidade de diferenciar um sentido estrito e um compreensão da Teoria crítica, diferenciação esta problemática, pois também aí seria questionável quais teorias poderiam ser atribuídas cada um dos sentidos, vide reflexões propostas por Horkheimer (1999):

Porém as coisas mudam se a questão for formulada desta maneira mais precisa: quais conexões é possível apurar - num determinado grupo social, num período determinado, em determinados países - entre o papel desse grupo econômico, a transformação ocorrida na estrutura psíquica dos seus membros singulares e os pensamentos e as instituições que agem sobre esse mesmo grupo, como totalidade menor no todo da sociedade, e que são por sua vez um

Sugere-se que essa herança proveniente da Teoria Crítica possa ser reapropriada de forma criativa na sociedade contemporânea, principalmente empregada nos estudos em rádio, que como mencionado antes, era um meio hegemônico. Disto isto, nos dias atuais, ainda entende-se importante pensar a partir de alguns aspectos principais, isto é, pela observação perspicaz – consonante as proposições de Adorno e Horkheimer - aos problemas do desenvolvimento da sociedade capitalista, sobretudo, no que dizer respeito à racionalidade técnico-econômica e à dialética de dominação e omissão das competências e liberdades

coletivas e individuais.

Em tal crítica, situa-se uma capacidade assertiva de repensar os discursos e lógicas que visam manter as assimetrias e as relações de poder. Não obstante, sendo estas considerações necessárias e pertinentes como aqui assinaladas, deve-se ter atenção para o pesquisador não verter o olhar para uma visão sistêmica que impossibilite a percepção das possibilidades de ação e a entendimento de modalidades alternativas de crítica social, pois segundo Adorno e Horkheimer (1995) “o poder recorria às relações de poder dominantes quando solicitava o juízo das pessoas a elas submetidas” (p. 127)

Destarte, evidencia-se também como contribuição da Teoria Crítica entender a consideração de um equilíbrio na relação estrutura/ação que refere o processo de desenvolvimento da sociedade contemporânea a partir disseminação de uma racionalidade restritiva e da dissolução dos mitos e crenças.

A dinamização dos processos comunicacionais demonstra algumas ações advindas do rádio. Neste caso, tais ações e processos movimentam e são movimentados por sujeitos que se agregam ao conceder sentidos a um determinado meio social por meio de processos que estão em constante reelaboração. Posteriormente, novos meios de comunicação de massa emergiram, a exemplo do jornal, o rádio e a TV, sucessivamente. Logo, o rádio ganharia notoriedade, principalmente, a partir de seu uso de maneira regular na década de 20, impulsionado pela iniciativa privada, como propora DeFleur e Ball-Rokeach (1993).

Tal como o governo federal admitira o controle do telégrafo cair nas mãos de particulares, analogamente cedeu esse importante novo veículo de comunicação pública a interesses comerciais. O rádio foi definido por tal ato como uma *arena de concorrência comercial*, ao contrário de um veículo público de comunicação a ser operado por organizações oficiais. Essa decisão iria ter efeitos remotos e implicações com as quais convivemos hoje em dia (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p.115).

Desde sua invenção à expansão que o consagrou como meio de comunicação de massa, o rádio foi capaz de readequações que o auxiliaram a transpor limites geográficos, ampliando a capacidade de percepção, levando acesso à informação, entretenimento e cultura a um número incalculável de pessoas. Desde a ideia de “a caixinha de música de rádio”, do engenheiro David Sarnoff, descrito por DeFleur e Ball-Rokeach (1993), muitos não imaginavam a mesma sendo utilizada como veículo de comunicação de massa para famílias comuns e que ainda nos dias de hoje o rádio seria um dos meios de comunicação de maior abrangência na sociedade.

2.4. Estudos e pesquisas em rádio: reflexões e investigações no Brasil

Compreender aspectos da pesquisa é importante não apenas para auxiliar pessoas de outras áreas, mas também para estudiosos de um modo geral. É útil a todos os membros do campo e áreas afins um foco para refletir sobre preocupações e assuntos em comum, pois é trabalho de pesquisadores discutir ambiguidades e elevar questões para futuras investigações científicas.

Então mais do que tentar expressar uma visão do que seria o campo comunicacional – que, aliás, todos nós temos e não podemos deixar de ter –, procuramos levantar as formas de representação de nosso domínio de estudo, combinando aspectos históricos e uma apresentação esquemática, mas também crítica, das abordagens mais frequentes encontradas na bibliografia específica (MARTINO, 2006, p.35).

Exposto isso, pode-se abordar e problematizar o próprio conceito de pesquisa, pois a exemplo, não raro é nos dias de hoje uma pessoa dizer que realizará uma pesquisa sobre um determinado assunto na Internet. Deste modo, partindo do senso comum, dá para concluir se tratar de uma pesquisa no sentido de uma busca, de uma averiguação por um dado conhecimento produzido, consolidado.

O que tais aperfeiçoamentos confirmam é existir um vínculo de dependência entre a ciência social acadêmica e as preocupações da comunicação no desenvolvimento de novos conhecimentos fundamentais, explicações e metodologias de pesquisas atinentes ao comportamento humano (DEFLEUR E BALL-ROKEACH, 1993, p. 207).

De modo distinto, na pós-graduação, ao se afirmar sobre a execução de uma pesquisa, o anseio é produzir um conhecimento que ainda não existe, visto que o conhecimento que se deseja obter por meio da pesquisa é o científico, racional e conceitual. Tal conhecimento conceitual é, portanto, autolegitimado. O conceito torna-se rigoroso para se entender os passos da pesquisa científica como produção de um conhecimento a respeito de um objeto, pois um termo solto tem caráter polissêmico, isto é, com vários significados. “Ao registrar a busca do conhecimento objetivo não podemos, entretanto, esquecer que a ciência é um fenômeno social e histórico, sujeito a condicionamentos e influências” (FRANÇA et al, 2001, p.44).

Pesquisadores brasileiros têm se dedicado a apresentar panoramas sobre pesquisas em rádio, estudando metodologias e modelos que possam lhe satisfazer. É o caso de Meditsch (2003), que exemplifica a necessidade de ir além do viés tecnológico-digital para compreender algumas questões no rádio. Neste sentido, o autor explica que

A atividade cognitiva do ouvinte de rádio representaria assim um novo processo de construção, onde poderiam ser observadas mediações análogas às constatadas na produção da notícia: a experiência e o interesse pessoal, um eventual ponto de vista profissional, um lugar social, um horizonte cultural e um condicionamento histórico (MEDISTSCH, 2003. p. 1).

Ferraretto (2007), por sua vez, destaca que a inexistência de um contato visual desencadeia uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem, “resulta daí que a base para a recepção seja o sentido da audição como, em nível menor - por não ser o único elemento presente -, a fala é a base da transmissão” (FERRARETTO, 2007, p.26).

Não que isso implique assinalar a descoberta da roda, por exemplo, mas que, de forma dialética, significa que são inseridas questões dentro da complexidade do *modus operandi* das empresas de comunicação e dos jornalistas que nelas atuam. Ao jornalismo e ao radiojornalismo, por vezes, podem ser inferidos críticas e questionamentos, mas dificilmente essas áreas podem ser acusadas de falta de diversidade temática.

Pela implantação de certos tipos de ferramentas de forma original, problemas antes relegados propiciaram uma amplitude de pensamentos e a abertura a diferentes tipos de análises e pesquisas nessas áreas. Como assinala Prata (2011), “a pesquisa em rádio no Brasil teve seu início efetivo nos anos 1980. Até então, as produções eram isoladas, capitaneadas principalmente por profissionais da comunicação” (PRATA, 2011, p.3/4).

Pesquisas no Brasil revelam aspectos desde o hábito de ouvir rádio como um meio de comunicação voltado tanto para o lazer quanto para o conhecimento de fatores e questões sociais, especialmente aqueles que geram e regem o funcionamento no âmbito da sociedade contemporânea.

Este fator, gradativamente, tem tornado o rádio mais reconhecido no cenário nacional como um dos grandes produtos a ser pesquisado. Grande parte deste reconhecimento é fruto das produções realizadas pelo Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Comunicação (INTERCOM), em âmbito regional e nacional, como também, os trabalhos que emergem nos encontros da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR), regional e nacional e mais recentemente na Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR).

Pelo caráter geralmente complexo, ambíguos e repleto de paradoxos, por meio da pesquisa científica, faz-se necessário a compreensão para lidar com esta complexidade que permeia a sociedade. Tais fatores geram, portanto, o benefício de encontrar novas maneiras de

organizar, mas acima de tudo, de também equacionar e resolver problemas organizacionais por meio de investigações científicas que contemplem as várias abordagens.

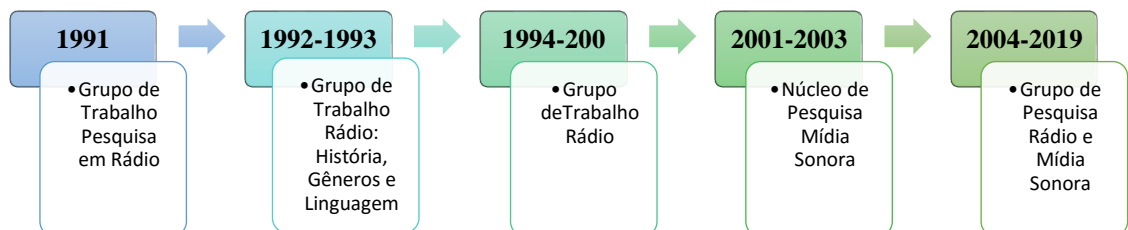
Considerando que os debates a respeito dos métodos de pesquisa social estão coadunados diretamente a ontologia, a diferentes epistemologias e, conseqüentemente, a natureza humana, enxerga-se o espaço acadêmico como local propício para a conjugação entre a reflexão, a ousadia acadêmica – subordinada a tentativa de ir além, de romper fronteiras e avançar em pesquisas – em conformidade com a crítica que, eventualmente e tão importante quanto o próprio processo de investigação, contribui para a releitura, aprimoramento e aperfeiçoamentos de conceitos na busca de respostas por avaliações propostas.

Especificamente em relação ao radiojornalismo, os estudos acadêmicos integram o caminho para a evolução do campo, para a compreensão dos passos a serem trilhados, buscando entender as tendências e os contextos atuais e apontando para as possíveis configurações do meio, interagindo, dessa maneira, com o fazer radiofônico contemporâneo (LOPEZ, 2010, p.6).

Destarte, acredita-se de que um fator fundamental no avanço do conhecimento científico está associado à capacidade do pesquisador de apresentar criatividade e os grupos de pesquisa no papel de contribuir para estimular os futuros profissionais, permitindo a reflexão e o questionamento de paradigmas.

Desde a criação, em 1991, o Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) tem contribuído para que outros olhares sejam efetuados e que novas ideias possam surgir em vistas ao cenário e a produção radiofônica no país. Passando por denominações diferentes ao longo dos quase 30 anos de existência, configura-se como um espaço de construção do conhecimento, de intervenção social e de reflexão teórica, fundamentais para funcionalidade das pesquisas em rádio.

Figura 1 - O grupo de rádio da INTERCOM teve denominações diferentes de acordo com as diretrizes da entidade. (Fonte: Autoria própria).



Um conjunto de informações descritas a seguir auxilia a entender a relevância de uma realidade empírica a partir de concepções teóricas que fundamentam a investigação no universo radiofônico, visto que, como assinala Kischinhevsky et al (2017), a partir de estudos sobre consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI. O trabalho desenvolvido organiza os resultados de uma cartografia dos objetos de pesquisa e perspectivas teóricas que conduziram a elaboração dos *papers* apresentados nos congressos nacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), no Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, de 2001 a 2015, que completou 25 anos de existência em 2016.

Desta forma, Kischinhevsky et al (2017) explica que a montagem de uma estrutura de pesquisa característica da cartografia, em que buscou-se a construção de categorias e subcategorias abrangentes que pudessem colaborar para a organização do trabalho empírico, tendo em vista as múltiplas correntes epistêmicas no pensamento comunicacional. Conseqüentemente foram analisados 570 *papers* do GP Rádio e Mídia Sonora a partir de três grandes categorias: Perspectivas Teóricas, Objetos e Perspectivas Metodológicas (p. 93-94).

Após ajustes e considerações que elencaram como pertinentes para o mapeamento descrito como parte da abordagem cartográfica Kischinhevsky et al (2017) chegaram à seguinte listagem: História/Memória de Emissoras, Programas e Personagens; Rádio-Arte; Rádio Público/Educativo; Rádios Comunitárias; Rádio Local/Regional/Rural; Radiojornalismo; Publicidade/Propaganda Radiofônica; Rádio e Política; Teorias do Rádio; Mercado Radiofônico/Gestão; Rádio Religioso; Rádio Esportivo; Rádio Musical; Indústria Fonográfica/Música; Estudos de Som; Rádio-drama/Radionovela; Humor; Radialismo; Convergência Midiática; Web Rádio; *Podcasting*; Rádio Digital; Interatividade; e Outros.

A escolha dos objetos e o recorte na pesquisa estabelece estreita correlação com os referenciais teóricos, mesmo com nuances assinaladas ao longo da pesquisa do Grupo de Rádio e Mídia Sonora que indicam claramente as vertentes de pesquisa em rádio e mídia sonora num país diversificado e proporções continentais como o Brasil. A pesquisa tem significativa relevância principalmente se considerado que o recorte da análise emergem percepções sobre os interesses de centenas de pesquisadores que ajudam a traçar um delinear com mais clareza o campo radiofônico.

Informações no site do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) mostram um levantamento que sistematiza um panorama das pesquisas sobre radiofonia e mídia sonora no país. São

apresentados cinco dossiês: dois da Revista Logos, um da *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, um da Revista Ciberlegenda e um da Revista USP e 24 publicações coletivas do GP Rádio e Mídia Sonora até o ano de 2018.

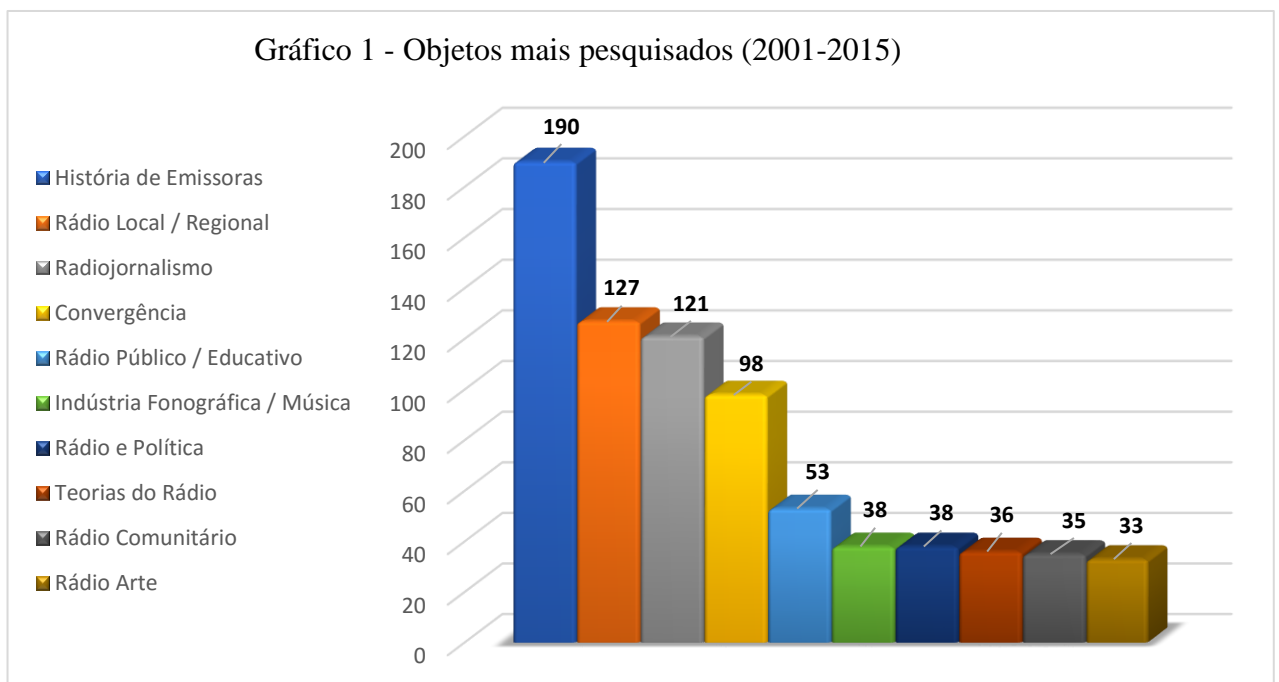
Tabela 1 – Pesquisas produzidas no Brasil sobre radiofonia e mídia sonora (1998-2018) – Fonte: Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da INTERCOM

PRODUÇÕES COLETIVAS	ORGANIZADORES	ANO
Migração do rádio AM para o FM: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica	PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia	2018
Produção de Programas de Rádio: do roteiro à direção	MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi	2017
80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro	DEL BIANCO, Nélia; KLÖCKNER, Luciano; FERRARETTO, Luiz Artur	2017
Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom	ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSY, Marcelo	2016
Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e Cenários	OLIVEIRA, Madalena e PRATA, Nair	2015
Radialismo no Brasil - Cartografia do Campo Acadêmico (Itinerário de Zita, a pioneira)	MARQUES DE MELO, José e PRATA, Nair	2015
Rádio e Pânico 2 – A Guerra dos Mundos, 75 anos depois	MEDITSCH, Eduardo	2013
Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro	PRATA, Nair e SANTOS, Maria Cláudia	2012
O rádio brasileiro na era da convergência	DEL BIANCO, Nélia	2012
O Rádio e as Copas do Mundo	RANGEL, Patrícia e GUERRA, Márcio	2012
70 anos de Radiojornalismo no Brasil – 1941- 2011	MOREIRA, Sônia Virgínia	2011
Panorama do rádio no Brasil	PRATA, Nair	2011
Mídia sonora em 4 dimensões	KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair	2011
Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil	VICENTE, Eduardo e GUERRINI JÚNIOR, Irineu	2010
E o rádio? Novos horizontes midiáticos	FERRARETTO, Luiz Artur e KLÖCKNER, Luciano	2010
História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de Norte a Sul do Brasil	KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair	2009
Teorias do rádio: textos e contextos	MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci	2008
Batalha sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial	GOLIN, Cida e ABREU, João Batista de	2006
Teorias do rádio: textos e contextos	MEDITSCH, Eduardo	2005
Vargas, agosto de 54: a história contada pelas ondas do rádio	BAUM, Ana	
Rádio brasileiro: episódios e personagens	HAUSSEN, Dóris Fagundes e CUNHA, Mágda	2003
Desafios do rádio no século XXI	MOREIRA, Sonia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia R.	2001
Rádio no Brasil; tendências e perspectivas	DEL BIANCO, Nélia R e MOREIRA, Sonia Virgínia	1999
Rádio e pânico: a Guerra dos mundos, 60 anos depois	MEDITSCH, Eduardo	1998

Entre as pesquisas desenvolvidas no Brasil, Lopez e Mustafá (2012) assinalam que os destaques são provenientes das teses de doutorado e dissertações de mestrado. O trabalho das autoras, intitulado “Pesquisa em rádio no Brasil: um mapeamento preliminar das teses doutorais sobre mídia sonora”, mostra que entre 1987 e junho de 2010 aconteceram, no país, defesas de 110 teses e 97 dissertações sobre rádio e mídia sonora, seja como objeto ou como fenômeno. Neste intervalo, destaque para os anos de 2004 e 2008 (com 13 teses) e 2005 (com 14 teses).

Refletir sobre os processos do universo radiofônico demanda observação, análise de contextos econômicos e políticos, assim como formas comunicativas socioculturais que possibilitam redefinir as fronteiras do espaço na participação individual e, conseqüentemente, coletiva na cadeia produtiva de conhecimento, pois gerar problemas comunicacionais implica em problematizar tais relações.

Fonte: Dados do Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas.



Neste sentido, em 2017, o artigo “A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa” apresentou dados atualizados com a sistematização de objetos de pesquisa e perspectivas teóricas que orientaram a elaboração de 570 *papers* apresentados nos congressos nacionais da INTERCOM, no Grupo de Pesquisa, de 2001 a 2015 (Gráfico 1). “Em relação às perspectivas teóricas, foram elencadas previamente as principais correntes epistêmicas nas áreas de Ciências Sociais Aplicadas e Humanidades, bem como chaves conceituais” (KISCHINHEVSKY et al, 2016, p. 94).

Exposto isso, pode-se afirmar que as pesquisas em rádio no Piauí ainda são poucas e dispersas, sendo importante que seja feita uma catalogação destas produções a fim de que se possa configurar um melhor espaço para a pesquisa local. Graças aos estudos no âmbito acadêmico, oriundo de pesquisadores e professores que trazem, em suas bagagens acadêmicas e de vida, a experiência de anos de dedicação, estudo e pesquisa, a distância, que outrora era apontado por afastar a academia do mercado, tem sido diluída de forma significativa. Esta dissertação abrange, entre inúmeros desafios, o de ampliar a pesquisa sobre o espaço ocupado pelo rádio nos estudos acadêmicos piauienses a partir dos programas radiojornalísticos matinais de Teresina.

2.5. A morte do rádio: as (des)informações continuam exageradas

O tempo passou e o rádio ainda transpira, respira... inspira. A transposição de barreiras deste veículo de mais de 100 anos ainda está em confluência e em sintonia pelas ondas hertzianas, trocando doces afagos com o público que comprovam os laços estabelecidos desde outros tempos. De acordo com dados da 5ª edição do estudo anual da Kantar IBOPE Media¹⁴, divulgados no Book de Rádio 2018, três em cada cinco ouvintes escutam rádio todos os dias.

O outrora, as músicas da programação e as locuções emergiam e inundavam corações jovens e adultos, cheios de amor, de sonhos e esperança, afinal o rádio reforça a ideia de continuar sendo o maior e melhor palco para músicos e bandas, além da característica que estabelece o suporte como a maior e mais emocionante arquibancada esportiva que se tem conhecimento. “O rádio esportivo foi e continua sendo como um teatro. Os locutores apresentam o espetáculo e o ouvinte aplaude os artistas” (SOARES, 1994, p.34).

Hoje, no entanto, o cenário é outro. As radionovelas já não ocupam a cena radiofônica. Alguns programas, famosos da Era de Ouro do rádio, com a participação de Carmem Miranda, Emilinha Borba e Grande Otelo, não existem mais. Ainda assim, o meio de comunicação se mantém bastante ativo, pois consegue circundar em diferentes cenários e por múltiplos contextos que acompanham o desenvolvimento contemporâneo, dado que como aponta Kischinhevsky (2016) apesar da reconfiguração nos últimos anos, o rádio não perdeu sua especificidade.

¹⁴ A empresa é líder no mercado de pesquisa de mídia na América Latina e, após a aquisição em 2015, faz parte da Kantar Media, trabalhando junto a seus clientes com informações importantes para a tomada de decisões sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia.

Se os modos de ouvir o rádio foram e continuam sendo reconfigurados com o tempo, aparenta certa urgência que haja uma nova forma com que o rádio seja percebido também por parte daqueles que trabalham no meio. Entende-se, por meio dos estudos existentes, que abrir o microfone e falar meia dúzia de palavras não é fazer radiojornalismo, mas sim faltar com o compromisso profissional em mobilizar e informar de maneira coerente as pessoas que formam um público fiel. “Certamente, a confusão se deve à ausência de uma maior clareza conceitual sobre o que seja o rádio como meio de comunicação ou de expressão” (MEDITSCH, 2011, p.4).

Tantas foram as vezes em que o rádio teve anunciada a morte prematuramente. Todavia, durante décadas, o veículo mostra força na adaptação e integração às tecnologias que surgem, crescem e que, por vezes, simplesmente desaparecem. Mas o rádio continua! Firme, resistente e resiliente, sendo o fiel companheiro de várias pessoas, sendo o bom e velho amigo de tantas horas. Ainda de acordo com a pesquisa da Kantar IBOPE Media (2018), o tempo médio diário dedicado pelo público à atividade de ouvir rádio é de quatro horas e 40 minutos.

Seja nos momentos de insônia, na necessidade de entretenimento ou na companhia diária na jornada para os primeiros compromissos, o rádio é talvez a primeira informação que o público tem no cotidiano matinal, em decorrência do imediatismo da notícia – uma das características que emergem do veículo. “Instantâneo e presente em toda parte, o rádio desafia distâncias, barreiras geográficas e fronteiras geopolíticas” (DEL BIANCO, 2006, p.1).

Percebe-se o rádio como o som da imagem infinita, mesmo na sociedade existente em meio ao barulho. Melodias de baixa frequência se unem à sinfonia de *jingles*¹⁵ dos comércios. Buzinas do trânsito, os alarmes... A sensibilidade propicia aguçar o senso acústico, visual, mental e retiram a tensão de quem está no trânsito com o rádio ligado.

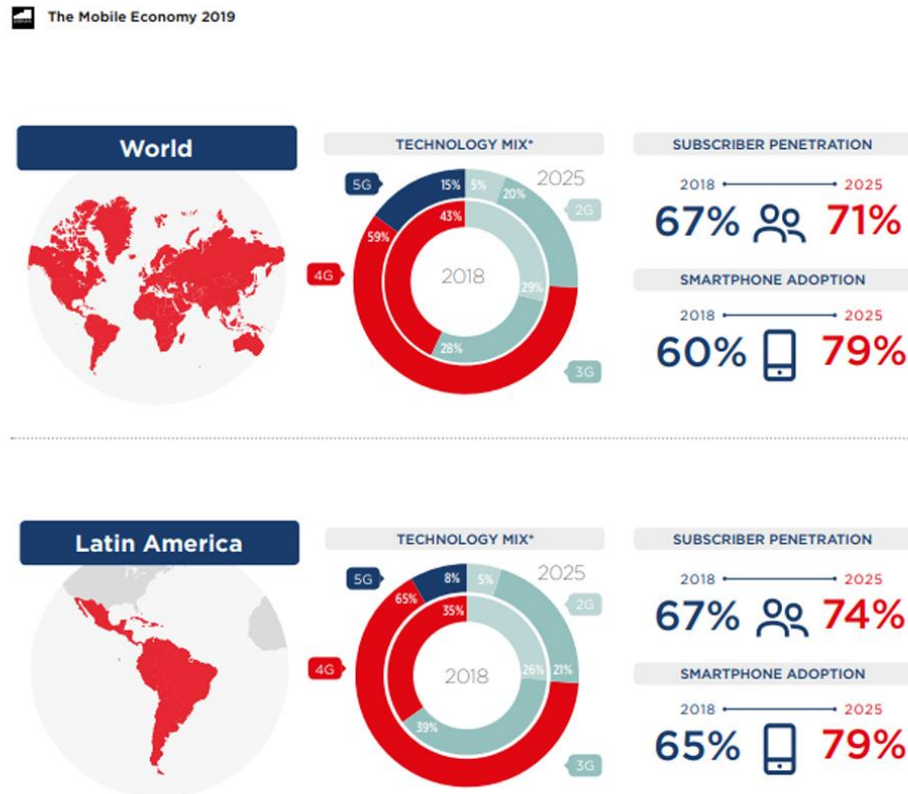
Como alcance para além do som e das ondas hertzianas, músicas e notícias se propagam nos *smartphones* e ilustram os subsídios modernos que condicionaram ao rádio uma nova dinâmica. Dados da *The Mobile Economy*, fornecidos pela GSMA¹⁶ (2019) apontam que, após ultrapassar cinco bilhões de pessoas conectadas a serviços móveis em 2017, a indústria móvel global alcançará novos marcos nos próximos oito anos. O número de assinantes móveis

¹⁵ Chantler e Harris (1998) classificam como uma mensagem publicitária curta e musicada. Ou seja, no rádio, o termo se refere à música composta para promover uma marca ou um produto.

¹⁶ A GSMA representa os interesses das operadoras móveis em todo o mundo, unindo mais de 750 operadoras com 350 empresas no ecossistema móvel mais amplo, incluindo fabricantes de aparelhos e aparelhos, empresas de software, fornecedores de equipamentos e empresas de internet, bem como organizações em setores industriais adjacentes (GSMA, 2019).

exclusivos deve chegar a marca de 5,9 bilhões até 2025, o equivalente a 71% da população mundial. Na América Latina, este número corresponde a cerca de 74% da população.

Figura 2 - Percentual de aparelhos e usuários projetados pela GSMA até 2025 (Fonte: The Mobile Economy 2019)



Números relativos ao ano de 2016 da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), que tem como intuito mostrar os hábitos de consumo de mídia da população, ressaltam a frequência e assiduidade desta atividade, como a plataforma utilizada para ouvir rádio, o tipo de emissora e o nível de confiança nas informações recebidas. O desenho amostral evidencia a PBM (2016) 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 dispositivos¹⁷, mais de 60% dos entrevistados da pesquisa da PBM

¹⁷ Verón (2004) conceitua o termo como “dispositivo de enunciação”. O que dá forma ao discurso, as modalidades do dizer que constroem os discursos.

(2016) afirmaram escutar rádio nos aparelhos tradicionais. Entre as respostas, três de cada dez entrevistados mencionaram o rádio em primeiro ou segundo lugar como “meio de maior utilização para se informar. Os números também destacam que 66% dos entrevistados declararam ouvir rádio pelo menos um dia da semana. O alto interesse pelo rádio pode ser assinalado pelo hábito de 35% dos pesquisados em escutar o meio todos os dias da semana.

O tempo médio dedicado a ouvir rádio durante a semana registrado pela PBM é de três horas e oito minutos por dia. Aos fins de semana, o tempo médio dedicado é de duas horas e quarenta e quatro minutos (por dia). Vale reparar que há nítida preferência por ouvir durante os dias de semana (58%) em vez de escutar ao fim de semana (22%) ou acompanhar igualmente em qualquer dia da semana (19%) (PBM, 2016, p. 6).

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, ainda assim, quanto a pergunta sobre qual meio de comunicação a pessoa mais se informa e considerada até duas menções, o rádio aparece como 30% da opção dos entrevistados.

Independentemente do tipo de transmissão, o que está em jogo nesse novo cenário é quem tem competência para atrair a atenção de um público consumidor de um rádio cada vez mais diversificado. O mundo moderno agencia a cada dia inovações tecnológicas que promovam soluções cada vez mais eficientes para atender as exigências do mercado consumidor, em constante estado de transformação. “Esta abordagem histórico-tecnológica é desenvolvida de maneira mais detalhada quando se refere ao jornalismo radiofônico e às mudanças nos fazeres, rotinas e objetivos do veículo” (LOPEZ, 2009. p.2).

Embora apresente certo contraste com a pesquisa Kantar IBOPE Média (2018), os números destacados pela PBM (2016) merecem destaque quando se trata do tempo médio dedicado a ouvir rádio. A pesquisa destaca ainda que durante a semana a estimativa de audiência são de (03h08minutos) diariamente. Aos fins de semana, o tempo médio dedicado é de (02h44minutos) por dia. Esses dados indicam que existe nítida preferência pela sintonia no rádio nos dias de semana (58%) contra (22%) no fim de semana ou acompanhar igualmente em qualquer dia da semana (19%). Esse comportamento pode ser explicado pelo fato de o rádio ser um meio de comunicação diferenciado ao proporcionar maior mobilidade e menor custo tanto para quem produz como para quem adquire aparelhos propagadores de ondas hertzianas.

Além de possuir a maior cobertura entre todos os meios de comunicação, o rádio tem o diferencial de permitir a seu público associar a escuta com outras atividades, dando a agilidade necessária para a vida moderna. Do ponto de vista tecnológico, o rádio analógico vive uma

condição de estar próximo de se tornar obsoleto. O alarde quanto ao fim do rádio vem do outro lado do oceano com a notícia de que alguns países europeus iniciam uma nova fase com o desligamento de todas as faixas de Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM) para consolidar um padrão eminentemente digital.

De acordo com o *The New York Times*, na matéria *Norway Becomes First Country to Start Switching Off FM Radio* (LIBELL, 2017), a Noruega foi o primeiro país do mundo a parar com transmissões de rádio analógicas ainda em 2017. A informação publicada aponta que embora a medida indique um passo rumo ao que alguns especialistas compreendam como modernização das tecnologias de transmissão de áudio, a princípio, a iniciativa promoveu certo descrédito junto à população norueguesa que não recebeu muito bem a proposta, aprovada em 2011 pelo parlamento daquele país. Entre as justificativas para tal descontentamento é a grande quantidade de veículos que não possui suporte para captar o sinal digital, chamado *Digital Audio Broadcasting* ou Radiodifusão de Áudio Digital (DAB). A estimativa é de que dois milhões de carros não terão mais como captar o áudio de rádios sem uma troca ou adaptação de seus dispositivos.

Isso reacende mais uma vez os anúncios apocalípticos do fim do rádio “tradicional” ou mesmo dos rumos que o veículo deve tomar, exatamente devido às características particulares que possui e que ainda tornam as emissoras radiofônicas bastante diferentes dos demais meios de comunicação.

Compreende-se que o constante desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação não pode ser entendido como o único desafio do rádio, pois “é tempo de pensar o radiojornalismo para além de sua concepção tradicional, considerando as especificidades de suporte que criam uma nova estrutura narrativa para o rádio” (LOPES, 2009, p.4). Tal premissa é corroborada por Kroth (2010) ao afirmar que

Esta realidade se reflete em produção de programações de diversos gêneros, com comunicadores capazes de capturar o receptor por meio de um discurso permeado por elementos atrativos aos ouvidos de quem está na sintonia (KROTH, 2010, p.2).

Entender que a sociedade mudou e permanece em constante estado de transformação continua sendo necessária para a sobrevivência do rádio. Estima-se que o veículo utilize a experiência para se unir a todas as “ameaças” do presente, mantendo-se vivo, ativo e sempre ativo.

Há de se elencar as diferenças e particularidades no formato analógico e digital. Enquanto no primeiro o áudio tem seu sinal modulado em FM ou AM, no digital, ao áudio é

concedido um tratamento distinto antes de ser irradiado. Este sinal é digitalizado para que, por meio de uma sequência binária, seja modulado.

Posteriormente, o sinal está pronto para ser transmitido. Mesmo com as diferenças entre a rádio analógica e digital, ambas se aproximam pela infraestrutura necessária para a transmissão, pois nos dois casos os sistemas dependem de torres e antenas para chegar aos ouvintes. É pertinente esclarecer que

O rádio digital (não deve ser confundido com rádio pela internet ou webrádio) está em um processo lento de implantação, mas busca oferecer qualidade de som, novos serviços e o mesmo comprometimento com os ouvintes, que veem no veículo um verdadeiro amigo, mostrando que a credibilidade está justamente em saber estar próximo da vida das pessoas ainda que distantes fisicamente (NEUBERGER, 2012, p.31).

Ou seja, entre as diferenças mais expressivas em relação aos dois estilos de rádio estão a forma de transmissão e o alcance de cada uma. As duas modalidades têm algo em comum apontado pelos especialistas em questões que convergem para uma melhor qualidade, como pode ser percebido no artigo *Local Radio Is Cutting the Static and Going Digital, Finally*:

Embora os clientes de rádio por satélite tenham desfrutado do som limpo e nítido da recepção digital, a maioria das pessoas sintonizadas em estações locais está ouvindo transmissões analógicas baseadas em tecnologia pouco alterada no último meio século. Mas cada vez mais emissoras estão pressionando um formato digital chamado HD Radio, que rivaliza com a qualidade do rádio via satélite e promete eliminar a estática (QUAIN, 2007 in *The New York Times*, tradução nossa).

As dificuldades distintas de implantação do sistema digital no Brasil podem ser elencadas por questões práticas e técnicas, pois existem pelo menos quatro formatos de rádio digitais mundos afora como descritos em 2019 pela *Digital Radiam Mondiale* (DRM).

Tabela 2 – Formatos de rádio digital (Fonte: Digital Radio Mondiale, 2019)^b

Sistema Digital	Descrição
<i>Digital Radio Mondiale (DRM)</i>	Padrão de rádio digital desenvolvido por meio de um consórcio global. Com um modelo de padrão aberto é único no modelo de rádio digital reconhecido pela União Internacional de Telecomunicações (UIT). Com sede na Suíça pode funcionar em todas as bandas de radiodifusão sonora terrestre, ou seja, ondas médias, ondas tropicais, ondas curtas e o VHF (faixa das rádios FM);
<i>HD Radio</i>	Padrão em uso nos Estados Unidos. O modelo não possui meios de operacionalização para transmitir na faixa de ondas curtas. Possui como característica estratégias de segredos industriais em sua norma. Além dos Estados Unidos, apenas o México até então havia adotado este sistema.
<i>Digital Audio Broadcasting (DAB)</i>	Modelo que promete eliminar interferências presentes nas transmissões AM e FM. Outra característica do padrão é o recebimento de informações complementares em formato multimídia, a exemplo de fotos, vídeos e mapas interativos.
<i>Integrated Services Digital Broadcasting, Terrestrial, Segmented Band (ISDB-Tsb)</i>	Sistema japonês de rádio digital. Sua concepção tecnológica faz parte do sistema de televisão digital do Japão.

Enquanto percebe-se que, em outros países, passos largos são dados para abertura de possibilidades distintas para ampliação do universo radiofônico, o Brasil padece de entusiasmo e investimento para o veículo. Até o momento, as ações do governo brasileiro em prol do desenvolvimento do rádio circundam os aspectos da concessão para migração das emissoras AM para a FM.

Vale ressaltar a linguagem humana entre as qualidades que constituem o meio, pois transmite emoções e cria laços, em que cada ouvinte pode atuar como coprodutor, seja no desenho imaginário de como perceber a locução, seja pelo protagonismo de atuação no universo radiofônico. Os sons no universo radiofônico criam um mundo visual acústico, recriam e edificam imagens mentais que eventualmente podem ser aguçadas com a digitalização, mas há de se destacar que

O conteúdo também precisa ser revisto, já que não basta oferecer a mesma programação analógica em formato digital, uma vez que os ouvintes não buscam apenas qualidade do som, mas um serviço multimídia, interativo, mais adequado com os padrões tecnológicos atuais. (NEUBERGER, 2012, p.140-141).

Diante destas questões, observa-se não uma ameaça direta ao rádio, mas sim uma relação, aparentemente, mais centrada em uma expansão na multiplicidade de alternativas em que o conteúdo radiofônico pode ser propagado. O rádio não morreu e acredita-se que, provavelmente, não morrerá. Pela configuração atual, nota-se o veículo se adaptando às novas realidades e tecnologias. Presume-se que o rádio há de sobreviver enquanto a imaginação humana existir.

3. RÁDIO, JORNALISMO E CONTRATOS DE LEITURA EM UMA SOCIEDADE EM VIAS DE MEDIATIZAÇÃO

3.1. O rádio na contemporaneidade

Tomando como ponto de partida uma análise da estrutura do rádio no geral, entende-se que o mesmo não se diferencia dos demais veículos de mídia. Parte deles se organizam e se articulam em redes estruturadas, frutos de um sistema de exploração comercial. A princípio, esses aspectos evidenciam semelhanças que caracterizam esse conjunto e, especialmente, que o suporte econômico do rádio decorre de uma extrema dependência dos anúncios publicitários, visto que “no sistema comercial de exploração da radiodifusão, a influência causada pela economia é muito mais determinante: são as verbas publicitárias que sustentam o rádio e a televisão” (ORTRIWANO, 1985, p.63).

Contudo, este não é o ponto que norteia a abordagem deste trabalho. O foco desta proposta é perceber como as práticas radiofônicas são avaliadas a partir de ações singulares que permeiam a relação radio/ouvinte nos radiojornais matinais de Teresina em uma sociedade em vias de mediatização¹⁸.

As mudanças sociais e tecnológicas advindas nas últimas décadas do século passado e, potencialmente, nos primeiros anos deste século colocam em evidência a problematização de questões relacionadas aos estudos sobre o jornalismo. Tais fatores acarretaram em uma reestruturação social e ocasionaram um retorno a cena de debates acerca de problemas que eram considerados quase resolvidos no estudo da área.

A ampliação das relações sociais e expansão dos aparatos tecnológicos produziram o estreitamento dos espaços, sejam eles físicos ou também relacionados às temporalidades. Estas questões, correlacionadas aos modos de produção e circulação jornalística, favorecem repensar as noções com as quais se fundaram a racionalidade do mundo moderno, sobretudo, no processo de produção e circulação do que circunda o universo radiofônico.

Todas as etapas, incluindo a coleta, o processamento e a transmissão dos conteúdos informativos passaram por uma reformulação devido às possibilidades ofertadas pelas tecnologias, pela difusão do acesso às tecnologias e às novas formas de fruição que a aproximação do público com as ferramentas propicia (LOPEZ, 2010, p.18).

¹⁸ O conceito será melhor explicado e contextualizado no decorrer da abordagem desta dissertação.

Wolf (1987) explica a importância de estudar estruturas e os processos pelos quais as instituições das comunicações de massa mantêm e reproduzem a estabilidade social e cultural. Como assinala o autor, isso não acontece de forma estática, mas decorrente de uma constante adaptação de fatores que emergem da sociedade, o que acaba englobando-os e integrando-os em um grande sistema social.

Ao passo que o desenvolvimento dos meios de comunicação proporciona outro tipo de visibilidade, desencadeia também novas formas de controle e ordenamento social, assumindo a centralidade ao adquirirem, progressivamente, um papel para além da mera veiculação de informações, tornando-se responsável pela produção de grande parte dos sentidos¹⁹ que circulam no meio social.

A acentuação do processo de desenvolvimento tecnológico, marcante no século XX, acaba propiciando aos indivíduos o uso dos meios de comunicação em uma escala cada vez maior, em especial, pela presença mais efetiva de dispositivos²⁰ tecnológicos no meio social. Esses mesmos dispositivos têm acarretado um aprofundamento das mediações culturais²¹ que, de certo modo, permitem o entendimento da constituição do indivíduo e o modo como as pessoas se apropriam das realidades.

Antes de quaisquer considerações sobre as principais transformações experimentadas, evidenciadas e consolidadas pelo rádio – desde seu surgimento até os dias atuais – é necessário compreender como o veículo vem se transformando ao longo do tempo e de como está inserido em um universo social complexo, múltiplo e dinâmico.

Nesse sentido, entender as características atuais que marcam a complexidade e o dinamismo que envolvem o espaço de ação do rádio, ou seja, como o mesmo se interpõe e cruza a sociedade e as inter-relações, podem ajudar na compreensão de como este dispositivo articula as ligações que se estabelecem entre os próprios meios de comunicação para com as demais instituições sociais.

Algumas descrições da sociedade contemporânea elaboradas por uma gama de autores ajudam a visualizar o cenário do rádio, desde seu surgimento como veículo de comunicação até

¹⁹ A expressão é tomada como base em estudos de Milton José Pinto (1999) quanto às práticas socioculturais, também chamadas contexto ou condições sociais de produção.

²⁰ Neste trabalho, o termo é utilizado dentro dos aspectos abordados pela obra de Foucault, que se inscreve sempre numa relação de poder, onde se pode entender que as práticas discursivas e não-discursivas contribuem para a construção do dispositivo.

²¹ Influenciado pelas formulações teóricas dos *Cultural Studies*, o professor Jesús Martín-Barbero (1997) desenvolveu postulações sobre a recepção midiática como um processo de interação e compreendendo que entre o emissor e o receptor existe um espaço de natureza representativa ou simbólica, ocupado pela mensagem, a qual é representada com múltiplas variáveis.

os dias atuais, garantindo, assim, um aprofundamento no entendimento das transformações ocorridas na radiodifusão. É pertinente e necessário, portanto, estabelecer uma leitura com bases interlocutórias entre os estudos decorrentes sobre a própria contemporaneidade, principalmente, analisando aspectos centrais da mesma, tais como a temporalidade.

Essa leitura transversal, mais que realçar a coerência de cada concepção coloca em evidência o movimento que a constitui em posição para compreender o rádio na contemporaneidade. Agamben (2009), por exemplo, aponta a contemporaneidade como “uma singular relação com o próprio tempo”. A contemporaneidade possui, portanto, particular relação também com o antigo. Pelos apontamentos do autor, para ser contemporâneo é preciso perceber o que há de mais recente nos vestígios de sua origem, ou seja

[...] ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem: porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós (AGAMBEN, 2009, p. 65).

Rubim (2000) constitui, em seus estudos, bases teóricas para refletir sobre a contemporaneidade como sociabilidade estruturada e ambientada pelas mídias. Estabelecendo uma primeira incursão no aspecto estruturante da comunicação, alinhando a mesma com uma interlocução crítica ao marxismo, o autor coloca a comunicação em um patamar superestrutural, conformada pela conjunção entre forças produtivas e relações de produção.

Assim, a contemporaneidade pode ser compreendida como uma relação pela qual o indivíduo vivencia o tempo ou mesmo com qualquer outro tempo sobre o qual o mesmo indivíduo lance mão do seu olhar, por meio do qual analisa e percebe no desenrolar da história pontos de ruptura. A partir da percepção deste olhar, o contemporâneo pode direcionar-se a sua origem, o seu tempo e questioná-lo quanto aos seus eventuais resultados como assinala Agamben (2011):

Pertence verdadeiramente ao seu tempo, é verdadeiramente contemporâneo, aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatual; mas, exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e aprender o seu tempo (AGAMBEN, 2009, p. 58-59).

Em síntese, o cenário atual da sociedade, que amplia a sociabilidade ambientada por aparatos e espaços de comunicação, tem a singularidade de propor um “novo”, entretanto, singular e complexo modo de ser e estar no mundo. Compreendendo que a contemporaneidade

não tem, por definição, um momento final e, igualmente, não pode ser caracterizada de forma concludente e fechada, o entendimento sobre o contemporâneo – o campo do presente – seria assinalado em meio a produções concorrentes do tipo daquilo que é tendência e até mesmo daquilo que é “retrógrado”.

Isso reforça o estudo para entender como algumas mudanças sociais propiciaram tornar o rádio tal qual é conhecido atualmente e, assim, compreender melhor o veículo na contemporaneidade. Ferraretto (2012) chama atenção para a importância até mesmo do significado da palavra rádio em seu contexto de época, pois o autor assinala que interesses científicos, empresariais e militares se confundem nas dezenas de iniciativas, em diferentes países, para estabelecer comunicações sem fio e a distâncias cada vez maiores objetivando a transmissão de mensagens, em um primeiro momento, telegráficas e, na sequência, de voz.

A história como ciência depara-se com a necessidade de reconstruir o ontem – um contexto particular impossível de ser vivenciado novamente – hoje – com base, portanto, em conhecimentos e formulações teóricas contemporâneas (FERRARETTO, 2012, p.39).

As fronteiras, avaliadas para além de aspectos físicos de divisões sociopolíticas e culturais, podem ser consideradas constituintes de parte da realidade do mundo, principalmente, diante do cenário social a partir do desenvolvimento das tecnologias de informação e da comunicação. Diante da nova estruturação organizacional no mundo moderno, em que os sujeitos não vivem mais sob o condicionamento de alcances territoriais pré-determinados, a necessidade da discussão em torno do jornalismo nas sociedades contemporâneas é cada vez mais pertinente.

Isto acontece, pois, se o tempo e o espaço, do ponto de vista da física, ganharam novas considerações a partir da ruptura com a teoria newtoniana, nas ciências sociais revela-se ser algo socialmente construído, por meio de eventos que representam a dimensão humana da temporalidade, estabelecida de forma distinta de como ações são concebidas e praticadas na conjuntura social.

Nessa perspectiva, a importância que o rádio e seus personagens tiveram no passado e ainda mantém na atualidade, pode ser compreendido como resultado de efetivas práticas comunicativas que evidenciam valores culturais-ideológicos em um determinado momento, mas que de igual modo recebem por parte daqueles que o consomem distintos significados de natureza social, moral, econômica religiosa ou mesmo política.

Os estudos sobre o rádio, gradativamente, propiciam analisar e compreender as continuidades e as rupturas na dinâmica da indústria da comunicação e dos processos

comunicacionais na contemporaneidade. Estes estudos possibilitam avanços progressivos na sociedade, sempre em níveis cada vez mais complexos, de modo que o aspecto do processo comunicacional é decisivo para refletir sobre o cenário da sociedade na atualidade, partindo da centralidade de que a “a ruptura está no ponto de partida” (BARBERO, 1997, p.72).

Para Zuculoto (2003), se outrora o rádio foi utilizado como ferramenta política, a exemplo da Segunda Guerra Mundial, ele, posteriormente, passou a ter e a se adequar a outras finalidades. Ele, aventureiro e inovador que sempre foi, permitiu-se ir além para ganhar lugar de destaque. É possível a partir deste ponto discutir as tensões ocorridas no processo de popularização do rádio. De um lado, os que questionavam o apelo comercial do veículo, mesmo ao defini-lo como meio educativo – aqui a referência é no sentido mais restrito do termo – em contraposição aos que observavam no rádio uma forma de entreter e informar as camadas populares da sociedade.

É na Segunda Guerra que provoca outras marcantes transformações em nossa radiofonia e aqui, sim, refletindo-se com mais força no radiojornalismo [...] A imensa gama de causas, consequências e reflexos da Segunda Guerra fazia com que em qualquer lugar do mundo houvesse necessidade de informações imediatas (ZUCULOTO *in* HAUSSEN; CUNHA, 2003, p.18-19).

Assim, ao assumir novas funções no dia-a-dia no âmbito popular, o rádio passa a ser incorporado nos costumes diários da sociedade de maneira bastante efetiva, tendo na comunicação e na interação elementos destacados. Entre meados de 1930 e o final dos anos 1950, o veículo vivenciou o apogeu, com a chamada Era de Ouro.

O período iniciado na década de 1940 é considerado a “época de ouro” do rádio brasileiro, caracterizado por uma programação eclética, com programas de auditório, radionovelas, programas humorísticos, esporte e jornalismo. Antes desse momento, o rádio vivia de grandes experimentações, realizadas por visionários, que buscavam, além de lucro, obviamente, consolidar o veículo como um meio de comunicação ideal e conseguiram (NEUBERGER, 2012, p.66).

A conquista e ampliação do seu público, estabelecido principalmente pela proximidade com os ouvintes, ainda hoje desperta o imaginário ao levar informação e entretenimento com mais rapidez do que qualquer outro veículo. Protagonista de sua história e de outras tantas, o rádio ocupou por décadas o papel central de móvel da sala de estar. No imaginário de uma multidão e na lembrança do público, o veículo deixou marcas permanentes no ambiente social de um determinado período histórico.

Tais marcas permanecem impregnadas na memória de todos os que ainda hoje de alguma forma se sentem muito bem acompanhados por este meio. Conhecer esses aspectos e trazer à tona um relativo ecletismo das produções radiofônicas possibilita compreender algumas das possibilidades que se abrem para o pesquisador deste campo. O subjetivismo pressupõe que a ação humana é sempre um produto da vontade de um sujeito consciente e capaz de se projetar no futuro, antecipando as consequências de suas ações (ARAÚJO, 2017).

Por décadas, o rádio está presente no cotidiano dos brasileiros, narrando vários fatos e momentos históricos. Ele fez ecoar notícias sobre o Golpe Militar de 1964 e esteve presente em tantos outros processos políticos, econômicos e culturais envolvendo a sociedade brasileira. Entretanto, contrariando as previsões sobre seu fim enquanto veículo de massa, o rádio se reinventa e se mantém firme até hoje. Dito isto se ressalta que o “rádio e sociedade brasileira formaram uma parceria indiscutível desde a introdução da "nova tecnologia" nos anos 20 do século passado” (CUNHA; HAUSSEN, 2003, p.7).

Se dois grandes atributos de qualquer mídia na atualidade estão correlacionados ao tempo real e interatividade, essas duas características quase que se confundem com a própria conjuntura do rádio. “O meio pode ser entendido de múltiplas formas, mas em geral as chaves acionadas se apoiam em seus usos (pela audiência, pelo poder público, pelos anunciantes) e em sua programação” (KISCHINHEVSKY; MOESTO, 2014, p.14).

Pensar em rádio é ter em mente características que acompanham o veículo por décadas, tais como a penetração, sua mobilidade, o baixo custo de produção, seu imediatismo, instantaneidade e autonomia, mas, principalmente, sua sensorialidade. É, antes de tudo, saber que o rádio estimula o sentido da audição, a necessidade de valorizar o ato de ouvir, de compreender e assimilar os dados apresentados. Imaginar o rádio é exatamente utilizar a imaginação para, por meio de estímulos sonoros – que vão para além da fala – criar “imagens” mentais para o ouvinte.

A capacidade de se colocar no lugar do outro, de sentir como o outro, tentando verdadeiramente compreendê-lo, seria uma dessas competências. Estamos falando de empatia. Desenvolvê-la é fundamental para uma vida mais harmônica. Quando criamos empatia com alguém, nossa mente inconsciente capta a mensagem de que estamos diante de uma pessoa que nos respeita e tenta compreender nossos valores. Acaba surgindo, então, uma via de mão dupla, na qual ambos procuram se compreender mutuamente na busca de um relacionamento bem-sucedido. E isso vale para todos os tipos de relacionamentos: afetivos, profissionais, familiares e pessoais. Numa empresa, de comunicação, por exemplo, onde o tempo é precioso, se uma pessoa precisa de uma informação urgente e ela é emocionalmente inteligente, certamente conseguirá essa informação muito mais rápido que outra que não

desenvolveu esse tipo de competência (CESAR, 2015, p.54).

Para se fazer uma análise do rádio é preciso compreender seu aspecto multidimensional, com a manutenção da mobilidade, fluidez e liberdade para que o ouvinte decida o que escutar diante da multiplicidade de conteúdos apresentados ao mesmo tempo. Para cada emissora de rádio um público, para cada programação e horário, uma preferência. Em cada preferência, um programa de interesse particular.

O rádio fala para um indivíduo e para todos ao mesmo tempo. A proximidade com o público, aspecto característico do veículo, permite uma aproximação direta da narrativa radiofônica do universo imaginário e pessoal do ouvinte. Assim, para cada locutor/repórter, uma voz e para cada voz, um ouvinte, ampliando as experiências pessoais, estimulando o interesse por assuntos, eventos e pessoas até então desconhecidas.

O rádio contemporâneo se estendeu para as mídias sociais, para o celular, para a TV por assinatura e aplicativos de música. Na era da convergência digital²², é possível ouvir uma emissora em diferentes plataformas: celular, *smartphones*, *tablets*, computadores, assim como em outras plataformas multimídia. Além das ondas hertzianas, hoje o rádio é ouvido pela internet, ao vivo ou sob demanda, por meio do *streaming e podcast*²³. O celular de hoje pode ser considerado o “radinho” de pilha de outros tempos.

Entretanto, mesmo diante da influência crescente das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e de uma sociedade altamente tecnológica, onde tudo acontece a um ritmo surpreendente, onde distâncias e fronteiras foram diminuídas, onde cada indivíduo tem à sua disposição uma quantidade infinita de informação, o rádio manteve características como o imediatismo, instantaneidade, autonomia e a linguagem simples.

Como mencionado anteriormente, discutir e dialogar sobre o universo radiofônico pressupõe, entre inúmeras questões possíveis, repensar termos formulados e problematizar sobre questões inerentes ao veículo que circunscrevem e circundam contextos diversificados na sociedade moderna.

3.2. Rádio: as relações entre mediação e a midiaticização

²² O termo é tratado neste trabalho de modo mais genérico e menos aprofundado. A intenção é expressar questões em nível empresarial, no caso do rádio comercial, na disponibilização de conteúdo radiofônico para além das ondas hertzianas.

²³ Meditsch (2001) refere-se aos termos como atrelados às estratégias de produção acerca do espaço tempo: um radiojornalismo que ocorre no ciberespaço, tanto ao vivo quanto gravado, ou seja, *streaming e podcast*, respectivamente.

A partir de alteração na sociedade e uma reconfiguração para um cenário desta em vias de midiaticização, a maneira como as mídias disponibilizam informações e constroem atualmente as notícias foram modificando-se, assim como a relação de mediação destas com os outros campos sociais. Continuando o desempenho de entender a produção de sentido discursiva é necessário fazer a diferenciação entre a mediação e midiaticização.

A compreensão do fazer jornalístico na contemporaneidade pode ser estendida a partir de empenhos investigativos que assumem diferentes direções ao longo da história. Todavia, é considerável ter em vista algumas noções basilares, principalmente ao tocante a mediação e a midiaticização, pois tais conceitos ajudam a sedimentar alguns pontos de vista teóricos e metodológicos mais específicos. Essas respectivas qualificações foram engendradas historicamente nos processos de construção da jornalismo, no caso desta dissertação imbuída ao radiojornalismo o papel de ator social, em que ambos vinculam à própria história de constituição do campo jornalístico.

Para isso, é importante voltarmos um pouco no tempo e perceber como a sociedade feudal, com uma ordem dividida nos grupos sociais da época foi o ambiente adequado para o desenvolvimento de uma comunicação linear. A ilusória harmonia com que todas as coisas incidiam, a subserviência do homem que não se reconhecia como indivíduo autônomo, mas como parte de uma engrenagem em que a dinâmica dependia da manutenção das formas de estratificação social, com camadas mais fechadas do que classes sociais, favoreceu um modo linear de pensar, falar e informar.

Compreende-se e, sobretudo, assinala-se, a partir da dinâmica descrita, que o papel de mediador entre o público e os fatos, foram problematizados conceitualmente quanto aos aspectos da mediação sob o debate epistemológico da comunicação. Por ventura, os valores dos jornalistas, a partir da captação e transmissão da informação, que por tanto tempo alicerçaram a profissão quanto aos fazeres, os saberes e dos valores, ganham novos contornos com a consideração de novos atores sociais. Estes atores sociais passam, assim, a desenvolver certos papéis que eram antes centrados à apenas ao jornalismo.

Se a tipografia, sob a ótica dos dias atuais é considerada algo rudimentar, ela enquanto fruto do desenvolvimento tecnológico caracterizou-se como uma matriz dinamizadora do desmoronamento das estruturas da sociedade feudal que agonizava em seus últimos tempos como cenário da constituição, incremento e consolidação das relações sociais, da concepção de instituições e amostra de controle de todos os elementos que abarcavam a ordem então vigente. O controle da escrita significava não apenas a autoridade das letras, da decodificação, mas

especialmente da influência de quem poderia ter acesso ao conhecimento. Atualmente o ambiente reflete uma sociedade cuja disposição está em processo de mutabilidade e com ela toda uma ressignificação de mundo e de comportamentos.

Aos poucos, o mundo tal como se tinha conhecimento já não era suficiente para responder às novas aspirações do homem e não podia conter as novas instituições concebidas em seu interior. As transformações sociais, econômicas, intelectuais e políticas expressavam a mudança de época e um avassalador processo de ruptura e ao mesmo tempo de unificação da sociedade.

Esses eventos estão inseridos no contexto de profundas transformações pelas quais passavam as sociedades ocidentais e circulavam anseios entre as diversas forças da sociedade que se agitavam na tentativa de promover mudanças. Este prelúdio é necessário para compreensão do processo de mediação, pois é preciso considerar ainda que todo processo cultural desenvolvido pelo homem emerge no seio de sociedades concretas. Assim, considera-se a atuação e conduta das diversas forças constitutivas da sociedade no processo de delinear o imaginário humano e de reconstrução de seu universo.

A problematização e o aprofundamento conceitual sobre a mediação passaram a ocupar um espaço importante frente ao debate epistemológico da comunicação, com os estudos que podemos aqui destacar na centralidade dos meios. A este aspecto ficaram conhecidas as pesquisas conhecidas como “*communication research*” (WOLF, 2008).

É na chamada sociedade pós-moderna que o ambiente de uma cultura nova marcada fortemente pela comunicação passa a incidir diretamente na vida das pessoas, resultando numa profunda transformação, na percepção de vida e na prática comportamental. Esse processo incorre nas instituições sociais e provoca acelerada remodelação para adequar-se ao novo modelo comportamental, promovido pela cultura midiática. É a partir desse modo de fazer e vivenciar a comunicação que o rádio possibilita aos interlocutores conhecer sua mensagem e o seu modo de vida, tendo como resultado a adesão de novos membros e a expansão de sua mensagem.

Frente à sociedade contemporânea, tem sido cada vez mais marcante a presença dos meios de comunicação como mediadores das relações sociais. Assim, antes de adentrar efetivamente nas concepções norteadoras sobre o conceito de mediação, deve-se levar em conta a definição e o entendimento de questões sobre a mediação. Isso decorre principalmente da contribuição distintiva da teoria latino-americana das mediações, sobretudo a partir dos estudos de Martín-Barbero (1997), uma vez que é necessário entender as possibilidades de continuidades e rupturas entre estes conceitos e como eles são utilizados como operadores para

compreender a comunicação na contemporaneidade. Dentro deste panorama se faz importante destacar as contribuições de Martin-Barbero (1997), que em seus estudos, propõe um deslocamento do olhar para além da perspectiva “dos meios às mediações”. O autor dá um passo importante ao engendrar um estudo que ultrapasse a uma concepção de cultura de massa, ou seja, analisar a estrutura para além do conjunto de meios massivos de comunicação.

Neste sentido, como mencionado, é importante destacar o papel e estudos do autor ao analisar a comunicação a partir dos usos sociais dos meios. Deste modo, a produção e o consumo ganham sentido. Deixam, portanto, de serem vistas como mecanismo isolável, mas configuram-se como uma nova forma de sociabilidade dentro das estruturas sociais.

Entendendo que os processos de mídia envolvem uma enorme complexidade, Couldry (2008) auxilia a perceber isso principalmente por duas reflexões lançada: 1) o que são mídias? e que diferença a mídia faz socialmente e culturalmente? A partir destes dois pontos centrais cabe ao pesquisador encontrar um outro termo para caracterizar os níveis internos e padrões preexistentes através desta complexidade.

Deste modo, Couldry (2008) considera questões da mediação como pontos diferentes de abordagens para entender as consequências sociais da media, que podem contribuir distintamente para compreender os potencialidades e os limites das novas mídias e especificamente nas narrativa desenvolvidas na e pela mídia.

Ao tempo em que considera que existe uma saturação do conceito de mídia e esta não capta a multidirecionalidade de como está transformando a sociedade, Couldry (2008) compreende a mediação como resultante de fluxos de produção, circulação, interpretação e recirculação, a partir da existência de três ângulos principais detidos ao que o autor destaca a partir dos contextos e processos de produção de histórias digitais que estão se tornando associados a certas práticas e estilos de interpretação; as práticas digitais de contar histórias que por sua vez são circuladas e recirculadas entre vários locais, e trocadas entre vários praticantes, membros da audiência e instituições; e por fim, as consequências a longo prazo da narrativa digital como uma prática para tipos específicos de pessoas em determinados locais, e suas consequências para formações sociais e culturais mais amplas.

Logo, as abordagens teóricas ultrapassam algumas concepções, posicionando as mediações como uma perspectiva teórica integrada da produção, produto e audiência dentro dos estudos comunicacionais. De acordo com o autor, a mediação não possui uma única definição. Entretanto, a mesma pode ser pensada como uma espécie de estrutura entrelaçada nas práticas sociais e no cotidiano, que ao operacionalizar traduz-se em múltiplas mediações. “As invenções tecnológicas no campo da comunicação acham aí sua *forma*: o sentido que vai

tomar sua *mediação*, a mutação da materialidade técnica em potencialidade socialmente comunicativa” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.191).

Ao longo dos anos, as inúmeras possibilidades da convergência tecnológica²⁴ transformaram as lógicas de mediação²⁵ da comunicação e, conseqüentemente, acarretaram uma mudança no sistema de representação e visibilidade das denominadas mídias tradicionais – em síntese, as que surgiram na sociedade dos meios, a exemplo do rádio – para um sistema de vínculo entre emissores e receptores.

Os veículos de comunicação atualizaram suas conformações a partir dos tensionamentos das dinâmicas técnico-discursivas, deslocando-se para um ambiente de materialidade discursiva bem mais complexo. A soma desses aspectos provoca aos meios novos modos de relações entre enunciador e receptor, constituindo a manutenção e as reformulações dos vínculos estabelecidos entre os programas e seus ouvintes.

No contexto exposto e partindo das análises e percepções propiciadas por Martín-Barbero (1984) sobre as continuidades na descontinuidade, conciliações entre ritmos, como ajustes de múltiplas temporalidades e experiências sociais da América Latina que se materializam em produções culturais, compreende-se a partir destas reflexões do autor que o rádio pode ser percebido como expressão de embates que abarcam o espaço social. Por meio de uma análise cultural, o autor propicia um olhar para o modo, o reconhecimento de tais produções enquanto prática cultural e estratégia da indústria, como sendo um complexo processo de disputas históricas que são, igualmente, materiais e simbólicas.

Deste modo, na produção radiofônica é possível identificar as fissuras que expressam as lutas em torno das assimetrias envolvidas na relação entre comunicação, cultura e política, em que o autor propõe a cultura como lugar central de mediação. É possível, a *priori*, notar o radiojornalismo a partir dos seus usos, em que os formatos se traduzem na expressão simbólica pela preponderância em que as formas industriais se configuram em um “padrão” do pensamento hegemônico, como parte vinculadora de disputas também materiais.

²⁴ Entende-se pelo termo a aproximação de mercados e fabricantes distintos, elevando, por outro lado, a demanda por padronização e regulamentação. Embora seja importante apresentar essas partes constituintes, não aprofundaremos o tema em questão nesta dissertação.

²⁵ Embora o termo elaborado por Jesús Martín-Barbero (1987) tenha sido desenvolvido em um tempo em que a Internet não possuía a popularidade e nem a disseminação dos dias atuais, as colocações e estudos do filósofo colombiano se notabilizam por ser referir a proposição do conceito quanto às construções culturais e simbólicas, e acima de tudo sob as ressignificações de um sujeito imerso em um contexto permeado pela globalização cultural, do multiculturalismo e da intertextualidade (características presentes na internet). Fazendo uso do conceito nos dias atuais, parte-se do pressuposto de que o sujeito, que se utiliza dos meios de comunicação de massa ou dos meios de comunicação interativos, integram um “universo particular”, tomando decisões de acordo com o contexto em que está envolto, negociando simbolicamente com os meios de comunicação.

As emissoras locais que, funcionando sobre um critério territorial, fazem com que uma programação nitidamente comercial se veja perpassada pela presença de necessidades da região e por apelos à participação coletiva em ações de apoio às demandas populares. Apoiando-se no discurso local, esse tipo de emissora representa o alcance e os limites de um "uso democrático" do rádio tal e como é articulável a partir da íntima ligação entre a liberdade de interesses e o bem comum, de seu encontro no mercado (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 316).

O entendimento quanto a realidade realizada de forma acrítica reforça o senso comum, representando um conhecimento discutível, enquanto que o conhecimento científico se distingue justamente pela intercessão entre a concentração de dados observáveis e as intervenções de interpretação da etapa analítica. O entrecruzamento sobre a produção dos programas matutinos teresinenses, sob a lógica de desenvolvimento em contextos diversificados, favorece confrontar para se obter um conhecimento crítico que possa nortear posicionamentos frente a situações que envolvam a cadeia produtiva radiofônica.

Daí, também, o papel peculiar de certos meios massivos que, como o cinema e o rádio, constroem seu discurso com base na continuidade do imaginário da massa com a memória narrativa, cênica e iconográfica popular, na proposta de uma imaginária e uma sensibilidade nacionais (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 228).

Com base nos estudos de Martín-Barbero (1997), Mata (1999) reforça o pensamento destacando que o mesmo se constituiria em uma nova maneira de conceber as interações, ou seja, em uma nova maneira de estruturar as práticas sociais, marcadas pela existência de meios.

Nesse sentido, a midiatização da sociedade - cultura da mídia - levanta a necessidade de reconhecer que é o processo coletivo de produção de significados através dos quais uma ordem social é entendida, é comunicado, reproduzido e transformado, que foi redesenhado com base na existência de tecnologias e meios de produção e transmissão de informações e a necessidade de reconhecer que essa transformação não é uniforme (MATA, 1999, p.84, tradução própria).

Considerando que as abordagens expostas até aqui auxiliam a entender as consequências sociais da mídia – pela mediação e midiatização - podem contribuir de igual modo ambos os conceitos, tendo em vista as novas realidades comunicacionais do mundo digital e em rede. Quanto à concepção de midiatização, o entendimento do conceito também se faz necessário para o pesquisador que pretende analisar as transformações do final do século XX e início do XXI, como descrito anteriormente, pois, a esta não se limitam à apenas tecnologias de comunicação e informação e/ou às empresas de comunicação. Também são reconsiderados os

produtos midiáticos e os atores sociais envolvidos com o trabalho na mídia que atuam de forma integrada pela abrangência que incorre os fenômenos sociais e culturais.

Para tanto, a compreensão destes aspectos precisam estar amparadas pelo foco na questão tecnológica, dos atores sociais e/ou dos produtos/empresas, mas, acima de tudo, sem desvencilhar-se do contexto que permeia a percepção das relações que estão em constante movimento mediante a estes fatores elencados.

Entrando, portanto, efetivamente no conceito de midiaticização, Verón (2014) destaca que “a midiaticização é, linguisticamente falando, um substantivo que dá nome a um processo, as entidades consideradas como sujeitas a tal processo são, na maioria dos casos, as sociedades em si ou subsistemas particulares delas” (VERÓN, 2014, p.14). Deste modo, o autor entende a midiaticização com uma característica universal de todas as sociedades humanas, pois a mesma em uma variedade de contextos históricos tem, portanto, tomado diferentes formas.

Couldry (2008) por sua vez entende que a midiaticização começa apenas quando ela é estendida dessa forma, ou seja, tal processo transpõe as fronteiras de transformações que vão muito além da adoção de formas ou formatos midiáticos às consequências mais amplas da dependência da exposição na mídia na sociedade contemporânea. O problema, segundo o autor é que o conceito de midiaticização em si não pode ser adequado para conter a heterogeneidade das transformações em questão (p. 6).

Por outro lado, Fausto Neto (2008) ressalta a importância em refletir sobre alguns tensionamentos teóricos, pois a convergência de fatores sociotecnológicos, difundidos na sociedade por meio de lógicas de ofertas e de usos sociais produziu nas últimas décadas profundas e complexas alterações na sociedade, nas suas formas de vida e suas interações.

A midiaticização resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas (FAUSTO NETO, 2008, p. 90).

Portanto, Hjarvard (2015) aponta que a questão não é apontar o sentido dos meios para as mediações e nem das mediações aos meios, mas sim perceber a complexa teia de múltiplas mediações, de modo que o termo midiaticização denota a importância intensa e transformadora da mídia na cultura e na sociedade.

Por midiaticização da cultura e da sociedade, nos referimos aos processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus modus operandi, ou lógica da mídia. Tais processos mostram uma dualidade, na qual os vários formatos de mídia tornam-se integrados às

práticas cotidianas de outras instituições sociais e esferas culturais, e ao mesmo tempo adquirem o status de uma instituição semi-independente em si mesmos (HJARVARD, 2015, p.53).

Assim como outras concepções da midiaticização como (re)criações de ideias do conceito, a importância está em reconhecer as relações da midiaticização como mediadoras de todas as formas da sociedade. Reside em tal ponto o reconhecimento de Fausto Neto (2008) em destacar que o desempenho do trabalho interpretativo de natureza midiática desenvolve-se no interior da processualidade da sociedade dos meios para a transição da sociedade da midiaticização, pois justamente as práticas sociais, que são atravessadas por fluxos, operações e relações técnico-discursivas, constituídas por fundamentos midiáticos constituem o que o autor entende como uma sociedade em vias de midiaticização.

As concepções dos autores citados anteriormente apontam para a midiaticização como processos que comportam uma dimensão cognitiva, pois sustentam as representações sociais da realidade social e natural. Por conseguinte, destacam uma dimensão prescritiva, pois estabelecem indicativos com os quais os indivíduos e as coletividades se apropriam e são apropriados.

3.3. Adaptações e reconfigurações radiofônicas na sociedade em vias de midiaticização

As adaptações e reconfigurações em uma sociedade em vias de midiaticização passa pela relação entre discurso e tecnologia. As tecnologias tensionam as práticas discursivas de todos esses aparatos tecnológicos. Atualmente, a sociedade contemporânea se depara com novidades tecnológicas e que cada vez mais estão presentes no universo radiofônico – a exemplo dos *smartphones* – que, de uma forma ou de outra, promove a reflexão para as possibilidades de modificações do fazer radiojornalístico e a vida em sociedade.

Consequentemente, isso favorece a atualização constante e, portanto, na diversidade de possibilidades quanto à realização de pesquisas e análises em temáticas ligadas à área para observar as decorrentes mudanças. Entretanto, o status que relaciona o rádio e as possibilidades que se configuraram a partir de processos cada vez mais abrangentes da produção jornalística não pode ser considerado como algo exatamente novo.

Acontece que diante do surgimento de novas possibilidades, tanto tecnológicas como comunicacionais, sugerem novos desafios para entender o veículo, bem como o processo jornalístico desempenhado no rádio. Entre os estudiosos dos processos radiofônicos, Lopez (2010) apontava bem antes sobre os desafios colocados em função das mudanças em processo.

Se outrora chamava a atenção os aspectos da tecnologia em evidência no fazer jornalístico, essas possibilidades hoje foram ampliadas, modificadas, reconfiguradas.

A potencialização do uso das tecnologias da informação e da comunicação e este novo cenário configurado para os meios de comunicação fazem com que o rádio contemporâneo se encontre em um marco, que determinará mais uma vez uma mudança em sua concepção e em suas rotinas – na produção radiofônica de maneira geral e, de maneira mais pontual, no radiojornalismo (LOPEZ, 2010, p. 404).

As mutações e novas possibilidades potencializadas por meio do rádio se caracterizam de maneira complexa e múltipla. Nesse sentido, implica uma reflexão, amparada por um ponto de vista que problematiza não o meio de comunicação em particular, mas a estrutura jornalística permeada pelo veículo estabelecido, assinalada pela necessidade de entendimento de formas que emergem no contexto de uma sociedade caracterizada por intensas e cruciais transformações, como aponta Del Bianco (2012) ao assinalar que “o rádio como parte do ambiente sempre impregnou a vida das pessoas por estar em toda parte graças o aparelho portátil. Em tempos de internet e celular a mobilidade é potencializada” (DEL BIANCO, 2012, p. 35).

É possível e necessário, então, expressar e situar também questões sociais, culturais e tecnológicas em conformação com os fenômenos que se articulam e acabam por corresponder de maneira direta no âmbito dos processos jornalísticos vivenciados na atualidade, com o olhar e a atenção especial voltadas às relações entre rádio, virtualização dos processos sociais e seus públicos, pois, como explica Del Bianco (2012), a conexão com a tradição da cultura oral tem sido de contribuir para conservar o poder de mobilização e a permanência do rádio.

As atuais condições de circulação dos discursos sociais em uma sociedade em vias de midiaticização criam um ambiente informativo complexo. Ao engendrar dispositivos técnicos na produção radiofônica, permitem que profissionais e ouvintes (no caso do rádio) estabeleçam uma abrangência sobre o fazer radiojornalístico e seus contratos de leitura.

As transformações que reformulam as dinâmicas do rádio também são as que reconfiguram o ambiente, cultura, identidade e a própria natureza do trabalho radiojornalístico. É necessário compreender o radiojornalismo no mundo contemporâneo sob os aspectos da midiaticização, pois os indivíduos estão em constante movimentação nesse processo.

Em perspectiva às reflexões expostas, Cunha (2004) procura relacionar tais modificações em um ponto de vista direcionado ao midiático, apontando para que as repercussões de tais mudanças incidam de forma intensa no rádio em diferentes formatos, bem

como seus públicos.

É importante pensar nesses aspectos expostos pelos autores como formas possíveis de compreender questões que se mostram abrangentes e que estão presentes em uma série de fatores vivenciados no jornalismo praticado no rádio na atualidade, pois, como aponta Cunha (2004), as reflexões, contudo, não podem lançar somente um olhar otimista e se desvincular das profundas mudanças pelas quais passa o mundo, influenciado pelo desenvolvimento tecnológico. Mesmo tendo se ajustado e sobrevivido como meio, o rádio não pode descansar.

O radiojornalismo não é mais regido apenas pela atividade central do jornalista e/ou da instituição pela qual ele trabalha e se encontra instalado, mas também de uma complexa interação entre outros atores sociais. Jornalistas e ouvintes são personagens do trabalho de produção da informação, uma vez dispostos no mesmo ambiente por conta das afetações do processo de midiaticização.

Estas questões, circunscritas pela midiaticização, geram formas de interfaces entre os atores envolvidos no processo. Assim, constituem o foco de análise e de observação do próprio ambiente radiofônico, permeados por marcas desta complexidade, a partir da utilização de recursos e ajustes nas práticas sociais que incidem diretamente no processo de produção no rádio.

Pensar o rádio pelo viés de uma perspectiva que aponta questões correlacionadas ao desenvolvimento técnico e/ou tecnológico não significa reduzir e desconsiderar outros níveis de constituição do meio social que, gradativamente, também sofreram transformações. Neste caso, é necessário desvelar como os processos que atuam para além de questões presentes e expressas no e pelo universo radiofônico também participam de sua estruturação e ajustes. O estudo das estratégias que despontará como o trabalho técnico discursivo organizado e regulado pelo dispositivo radiofônico estabelece e propõe controlar o funcionamento de atividades sociais, estruturadas em torno de uma rede que envolve lógicas de diferentes campos sociais.

A análise de fatores envoltos na produção e a circulação da mensagem radiofônica, além de propiciar a percepção da estruturação de um dispositivo de midiaticização do social, também fornecem entendimentos a partir de operações que envolvem as estratégias midiáticas, ao tempo em que chama atenção para o papel da prática radiojornalística no processo de constituição de novas formas de organização social. Cada programa radiofônico é, desse modo, dotado de especificidades que o fazem único.

Como esses programas estabelecem vínculos com os ouvintes, a investigação quanto às estratégias que estes usam em pleno século XXI para se acercar dos ouvintes, mantendo o interesse dos ouvintes na programação, se diferenciar dos concorrentes no mesmo horário,

dispor de aparatos tecnológicos que esta mesma sociedade em vias de midiaticização é essencial. Assim como as formas que os programas matutinos teresinenses introduzem, assimilam, incorporam as tecnologias na forma de produção radiojornalística.

3.4. O contrato de leitura: instâncias de vínculos entre o rádio e público

Ações e estratégias comunicacionais são dotadas de intencionalidade e propagadoras de ideologia. O discurso, por sua vez, se constitui em uma ação carregada de intencionalidade à medida que busca estabelecer sobre o outro determinadas ações ou mesmo fazer com que partilhe de algumas opiniões.

Verón (2004) contribuiu de maneira significativa no que tange aos estudos dos processos de comunicação ao trabalhar a noção do que conceitua como contrato de leitura. Para ele, este conceito é atribuído a um elemento estratégico que se institui a partir de uma posição de concorrência, observado que outros títulos disputam e procuram posicionamento em uma mesma faixa de mercado.

Segundo o autor, o contrato de leitura é o dispositivo da imprensa escrita estruturado em três esferas: a imagem de quem fala, a imagem daquele para quem o discurso é destinado e a relação entre enunciador e destinatário, que é proposta pelo e no discurso. Para Verón (2004), o êxito de um suporte de imprensa é estabelecido por sua capacidade de articular a construção de um contrato que se aproxime aos interesses, anseios e aspirações do leitor.

Ao compreendermos que os processos de produção e circulação do conteúdo radiofônico são dotados de significados, percebemos a intencionalidade dos radiojornais matinais teresinenses em firmar uma relação de confiabilidade com o público. Utilizando-se, na maioria das vezes, de recursos sonoros, enunciados chamativos e outras estratégias comunicacionais, os veículos de rádio objetivam de fato prender a atenção do público, apresentando seu produto como objeto a ser adquirido e fidelizado.

Dentro da perspectiva deste entendimento, devemos observar e compreender o radiojornalismo não como recorte e representação do “real”, mas como posicionamento discursivo de uma instância organizadora. Verón (2004) cita que todo suporte de imprensa contém seu dispositivo de enunciação (este último pode ser coerente ou incoerente, estável ou instável, adaptados a seus leitores ou mais ou menos inadaptado). Tomando como empréstimo o termo cunhado pelo autor, denominaremos esse dispositivo de enunciação no rádio como o contrato de leitura.

Sobre o contrato de leitura, o autor ainda discorre sobre outros dois importantes

conceitos: enunciado e enunciação. O primeiro se refere a um nível de funcionamento discursivo, no qual designa o que foi dito. No que diz respeito a enunciação, o pesquisador distingue entidades dos imaginários que encontramos nos enunciados, um processo abstrato e não em algo concreto, de modo geral seria as modalidades do discurso.

Convém não separar o conceito “de enunciação” do par do qual ele é um dos termos: enunciado/enunciação. A ordem do enunciado é a ordem do que é dito (aproximadamente poder-se-ia dizer que o enunciado é da ordem do “conteúdo”); a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer (VERÓN, 2004, p. 216).

É importante compreender que a comunicação não se estabelece exclusivamente em um sistema por onde o discurso perpassa. Os diferentes campos dos saberes produzem e simbolizam o sujeito, seus caminhos, suas instabilidades e desafios da vida. Pode-se dizer que todo discurso originado constitui um reconhecimento dos discursos que fazem parte de suas condições de produção e circulação.

A abordagem metodológica que Verón (2004) expõe sobre o contrato de leitura está inserida na conjuntura dos estudos sobre a enunciação dos discursos, que, por consequência, fundamenta a prática da Análise de Discursos. Este referencial favorece a compreensão da ideia sobre a relação de confiança construída pelos programas radiofônicos junto ao público/ouvinte ao longo do tempo.

Kroth (2010) pontua que “no funcionamento de um discurso, existem aspectos aos quais diz respeito a um dado sistema produtivo. Sua interpretação prevista, como tal, faz parte do próprio processo gerativo” (KROTH, 2010, p.147). O autor ainda reforça que “no campo da produção, os operadores desenvolvem suas práticas discursivas ao imaginar como os ouvintes se inter-relacionam e como se comunicam” (KROTH, 2010, p. 148).

Antes de analisar os discursos em sua essência, é necessário ter em mente a noção sobre o mesmo dentro da perspectiva da Análise de Discursos, em que se configura em conceitos híbridos e heterogêneos. Para compreender a noção do contrato de leitura, requer percebê-lo numa cadeia de relações bem mais complexas, dentro da qual o fato não é apenas o que é percebido, mas também tudo aquilo que é instigado a ser reconhecido.

O contrato de leitura é proposto pelos meios de comunicação, de acordo com as particularidades de cada suporte, em função de um público receptor, cujos interesses e evolução devem ser considerados na formulação do contrato (KROTH, 2010, p.147).

Os estudos por diferentes pesquisadores acerca de denominar e conceituar o discurso

promove entender o mesmo nos mais diversos sentidos. Muitos são os estudiosos que têm se dedicado as pesquisas nesta área, tanto a fim de responder a problemas da centralidade dos discursos. Assim, estudiosos da área da comunicação buscam construir tipologias, traçar categorias analíticas de ricas discussões sociológicas e filosóficas.

Seguindo essa linha, Verón (2004) trabalha a noção de discurso dentro de um enquadramento baseado na identificação. O autor se propõe a analisar sistematicamente a natureza dos títulos enquanto fenômenos discursivos, tomando sempre a metalinguística em primeiro lugar e, posteriormente, o discurso que se segue, aquilo que o qualifica, o nomeia. No rádio, essa significação pode ser por meio da locução, da música, do silêncio, entre outros.

Ao significar os discursos, trabalha-se na perspectiva radiojornalística de selecionar e salientá-lo em alguns aspectos como evento. Compreendem-se os discursos na cadeia de produção de sentidos, a partir das premissas de Verón (2004), como formações inteiramente discursivas, ou seja, acontece por meio tanto da produção quanto da circulação. Deste modo, torna-se uma dimensão constitutiva de qualquer sistema social de produção de sentido. Isto posto, de um modo geral, falar de discursos, já admite falar em produção de sentidos.

3.5. Recursos expressivos da linguagem radiofônica

O arrebatamento que emana do rádio não é mero devaneio. É um sonhar acordado. É algo que nos move e nos direciona para dentro de nosso íntimo e nos mantém conectados ao hoje, ao agora. A relação deste meio está ligada à intensidade de uma afinidade que une afetivamente produtores e ouvintes, de modo que o som se torna um espaço de reconforto contra a solidão e o silêncio.

Em sua obra, Balsebre (1994) assinala o rádio como um produtor de sonhos para um público perfeitamente desperto. Ferraretto (2007), por outro lado, destaca que a mensagem no rádio se caracteriza por sua expressividade, em que gera uma reação pessoal e que ganha contornos de contato face a face, remetendo à naturalidade de pontos disfarçados do comportamento e dos bastidores da vida social.

Se cada veículo de comunicação possui uma linguagem própria, produto de suas características e particularidades, no caso do rádio hertziano, o som é um ponto de contato entre as emissoras e o ouvinte. Os vários sentidos evocados pela rádio são polifônicos. E essa pluralidade torna-se mais evidente graças à reflexão da clareza dos diversos níveis de sentido da narrativa, isto é, os que estão mais à vista, simbolicamente, e os que não estão tão à mostra quanto aos aspectos do cotidiano. Assim, ao percorrermos o nível implícito da linguagem

radiofônica, nos deparamos com todo um emaranhado de significações que ela suscita.

Mas então, como narrar/descrever histórias e informações em um veículo com ausência de imagens, que as sugerem para serem criadas na mente de seus interlocutores por meio da combinação e recombinação de vários sons? Talvez a resposta esteja justamente ao entender que narrar é expor, contar, relatar, referir, dizer. Mas sobre o quê? Pode ser o tempo, o espaço, as personagens, com suas ações e falas, assim como os locais, com a fabricação de paisagens sonoras, escolhas de efeitos, ruídos, vozes ou mesmo no que Ortriwano (1985) denomina como “palco dos acontecimentos”, a partir da combinação de aspectos como o silêncio, a música e os efeitos sonoros.

Toda esta conjuntura indica a interpretação e a sonoplastia desejada para o ato de contar o fato escolhido. Imaginemos, portanto, ao sintonizar o rádio e movimento de abrir o microfone de outro lado. Ecoa a voz: “olá, amigo ouvinte! Como vai você, amiga dona de casa, amigo motorista? Desejo a você. É... você que me ouve neste momento, um dia iluminado, como esta manhã ensolarada que aquece nossa cidade. Aqui fala seu amigo de todos os dias. Espero dispor se sua companhia em mais esta edição do programa que começa agora. Obrigado pela sintonia”. Como uma série de cenas e sequências, e descrições auxiliam a dispor o interesse e reconhecimento de quem ouve a locução.

Tai abordagens interacionistas descritas na narrativa descrita acima enfatizaram o que Goffman (2009) descreve em seus estudos como papel formador e constitutivo da conversação nas trocas rituais e simbólicas, presentes nos atos comunicativos da vida cotidiana. Isso converte para que o apresentador/locutor assumam um papel ou uma ação já estabelecida, sendo este, detentor de uma fachada, ações pré-moldadas, deslocando a atenção do foco restrito do contorno das construções linguísticas para elementos extralinguísticos como a estrutura e a ordem social.

Goffman (1981) alerta, portanto, para uma busca do discurso radiofônico em tentar produzir o efeito de espontaneidade. Isto, claro, levando em conta e respeitando o estilo pessoal de cada apresentador/locutor, responsável por administrar as condições de produção dos modos e a relação paradoxal entre a fala rotineira e a espontaneidade no rádio. Deste modo, autor ressalta que tal conduta configura um leque de possibilidades no que concerne às atividades desenvolvida/desempenhadas, assim como as performances requeridas e disponíveis ao apresentador/locutor, configurando o que entende-se como um “diálogo mediado”.

Compreendendo que a linguagem radiofônica é um discurso dotado de características particulares do próprio veículo, a partir de regras gramaticais, bem como inúmeros aspectos que envolvem o meio, a ação é a essência da interpretação, improvisado, concatenação de ideias

e reciprocidade com o ouvinte. A personificação e materialização oral de pessoas e situações marcam a presença de alguém na cena descrita. Traz o ouvinte para perto e o coloca como coautor deste processo, pois a escuta se torna também materialidade, uma vez que é o contraponto da voz.

Diante desta perspectiva, inferimos sobre o processo de escuta em dois níveis de aproximação: a exposta e a dinâmica. A primeira corresponderia ao aspecto de encenação, em que a escuta estaria envolta ao processo descritivo. A segunda atuaria pela interlocução com o ouvinte, pois interpretar no rádio se mostra uma ação diretamente proporcional ao processo de escuta sensível com todos os sentidos. A fala mecanizada/instrumentalizada implica em uma escuta inerte e cria um cenário sem vida na imaginação do ouvinte. No rádio, a fala sem vida, que não se desenvolve naturalmente, faz sucumbir uma comunicação não figurativa, sem alma.

O fato de a mensagem ser apreendida por um único sentido, a audição, determina a forma de comunicar, porém é preciso compreender que a narrativa radiofônica e a narrativa radiojornalística não são restritas apenas pela oralidade. Pelo contrário, formam um produto sonoro com toda a abrangência que isso implica. Para um melhor entendimento, se faz necessário perceber a linguagem radiofônica, com todos os seus recursos expressivos, em que a mesma reflete, produz e recria a realidade sonora que envolve o público, devolvendo a eles a percepção de circunstâncias do mundo por meio do som. A linguagem radiofônica é resultado não da utilização isolada de cada um dos artifícios e recursos sonoros, mas do seu conjunto. Acaba por se tornar uma acepção ampla, pois não se trata de limitar apenas os componentes da linguagem sonora.

A abrangência dos recursos técnicos que tornam possível empregar, reproduzir e difundir o som assinala a importância do vínculo entre os interlocutores (emissor e receptor), que, a partir de um código sonoro comum, estabelece a descodificação, compreensão e interpretação da mensagem auditiva difundida.

A assimilação que o ouvinte situa entre as mensagens e o seu dia-a-dia torna possível a construção simbólica gerada no meio social. Este processo se inscreve no tempo e no espaço de sua ocorrência, o que redireciona a relação entre os interlocutores envolvidos neste processo. Possibilidades de encontro, comparação e afeição.

Nas práticas radiofônicas, permite uma infinidade de possibilidades de oportunizar aos que trabalham no meio a experiência de usufruir de um espaço baseado em reconhecer as potencialidades da linguagem radiofônica. Recorrer à audição como ponto de imaginação e recriação de cenários, o ato de captar e, sobretudo, manter a atenção do ouvinte, são formas de

seduzi-lo diante de sistemas expressivos como a palavra, o silêncio, a música e os efeitos sonoros.

Para efeitos do que, aqui, se pretende, considera-se que o rádio, mesmo sem a imagem, simula uma relação interpessoal, recorrendo, neste processo, aos atributos expressivos, de apresentação e analógicos da voz humana, do silêncio, dos efeitos sonoros e das trilhas musicais – todos estes, elementos fundamentais da sua linguagem (FERRARETTO, 2014, p.111).

Outrora, a mensagem radiofônica era considerada apenas como linguagem verbal. Entretanto, a disposição significativa da linguagem do rádio não pode ser comprimida a um simples sistema semiótico da palavra, pois todos os recursos presentes no processo fundamentam o sentido simbólico, estético e conotativo da linguagem radiofônica.

O ouvinte tem a seu alcance um repertório de escuta que os propicia a percepção de sons, reconhecimento de vozes e ambientes ao mesmo tempo que os possibilita reconhecer espaços, timbres e cenários criados e reconfigurados. Diante desse repertório, brota a composição vocal, alimentada e alicerçada por outros pontos que sustentam a imaginação do ouvinte.

Há de se ressaltar que o aspecto comunicativo é mais completo e eficaz de acordo com a proximidade sociocultural dos códigos do emissor e do receptor. Não menos importante, a eficácia da mensagem depende do equilíbrio entre a informação estética e semântica, pois ambas concebem de maneira mais completa a multiplicidade de sentidos de uma palavra ou locução que abrange toda produção de significado e sua interpretação em um contexto comunicativo radiofônico.

A presença de diversos feitos nativos da compreensão da linguagem continuamente tem marcado o procedimento comunicativo e a relação humana. A expansão das novas tecnologias desenvolve, junto à linguagem radiofônica, configurações que transcendem as palavras, as frases. Em síntese, o desenvolvimento tecnológico tem instigado a intensificação e a diversificação da circulação da informação, em que a redução das fronteiras espaciais, a velocidade pela qual as informações passaram a ser veiculadas, possibilitadas principalmente pelas mídias eletrônicas constituíram-se em um terreno fértil para o surgimento de artifícios que integram diferentes recursos semióticos²⁶.

²⁶ Considera-se algo que atribuímos valor sob todas as formas e manifestações que assumem, sejam elas linguísticas ou não, com ênfase principalmente na propriedade de conversão recíproca entre os sistemas significantes que integram.

É justamente a partir destes aspectos que Kischinhevsky (2016) destaca que o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, pois ultrapassa as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, a exemplo o celular, a TV por assinatura, entre outros.

A atividade radiofônica sempre inspirou e continua a inspirar. O rádio envolve a vida cotidiana para reproduzi-la a partir de determinações e interesses de grupos detentores da concessão e posse deste meio de comunicação. De igual modo, o veículo é envolto pelo cotidiano, colocando-o como parte do estilo de vida de cada sociedade.

Considerando-se esse aspecto, o rádio, de um modo geral, é avaliado e observado, quase sempre, sob uma ótica única, totalizante e global, neutralizando diferentes aspectos regionais, que assinalam a especificidade da linguagem radiofônica permeada em diferentes regiões de nosso país. A fundamentação a partir deste ponto de vista é reducionista, pois a proposta a partir de padrões da radiofonia dos grandes centros desconsidera a diversidade que abarca uma multiplicidade de elementos portadores de sentidos.

Deste modo, faz-se necessário desconstruir essa perspectiva, pois ela não dá conta das distinções e especificidades que configuraram a difusão radiofônica por todo país, considerando-se os múltiplos processos locais. Se a palavra, por um lado, reproduz um objeto ou uma ideia, por outro lado evoca e emana sensações e estimula a imaginação. Isso decorre no fato da ausência de imagem está configurada a sua força, esbanjando todo o poder criativo que cada palavra pode constituir, pois como reforça Bianchi (2011) “no processo que configura a linguagem radiofônica, diferentes perspectivas estão presentes” (p.118).

O rádio permite a cada um dos ouvintes que compartilham sua escuta, de apreender o que lhe compete em uma experiência particular, proveniente de seu repertório pessoal. Esse mesmo repertório se funda tanto daquilo que é único e pessoal quanto do que se constrói do imaginário, da memória coletiva.

A estrutura que forma a linguagem pela qual o rádio institui a comunicação com seus públicos é dotada de complexidade. O verbal, o não verbal, as diferentes sonoridades, os recursos técnicos, todos, cada qual em sua função, organizam um sistema que objetiva comunicar (BIANCHI, 2011, p.117).

Um dos fascínios da linguagem radiofônica é que ela diz algo, mas, além disso, propõe em sua forma, maneiras de dizê-la. Um bom aprendizado para quem atua como locutor/repórter é escutar-se, confrontar-se com as múltiplas possibilidades das palavras pronunciadas. Perceber que ao buscar alcançar novas sonoridades, outras perspectivas se abrem também para sua voz. Mas como mencionamos anteriormente, a análise da linguagem radiofônica não pode se limitar

apenas aos aspectos da linguagem oral. Isso tornaria o meio menos desprovido de vida, limitado, menos imaginativo-visual, menos expressivo.

Ao utilizar uma síntese pertinente para entender e explicar a maneira como a linguagem radiofônica atua e pode ser compreendida e desenvolvida, considerando o meio radiofônico como um canal de expressão para aclarar a fundamentação metodológica que faz uso em seu estudo, o Balsebre (1994) compreende uma tripla função do rádio: a difusão, a comunicação e expressão.

Fundamentando parte de seus estudos a partir dos apontamentos de Abraham Moles²⁷, o autor dá um passo além ao reconhecer o silêncio importante elemento a mais da mensagem radiofônica ao afirmar que “o som e o silêncio definem, portanto, de maneira interdependente a linguagem verbal” (BALSEBRE, 1994, p.334).

Pertencem, portanto, à caracterização do silêncio todos os aspectos que têm a competência de informar. É preciso levar em conta a periodicidade e a simultaneidade do silêncio, fator importante quando se une elementos que compõem a linguagem do programa. Na presença ou ausência de som, o silêncio adquire um significado a partir de fatores que determinam a atenção naquele momento, que podem ser positivos ou negativos. Na interposição na fala de uma personagem, por exemplo, pode se inferir que seja uma reflexão do mesmo sobre o assunto que está sendo abordado. Corroborando com essa ideia, Ferraretto (2014) afirma que a ausência do som planejada também possui importante desempenho na constituição da mensagem radiofônica.

Já o silêncio, indo ao encontro das possibilidades oferecidas pelos demais elementos da linguagem radiofônica, potencializa a expressão, a dramaticidade e as variações de significado da mensagem (FERRARETTO, 2014, p.251).

Nesse aspecto, a relação com outros recursos, como a oralidade, sons, dentre outros, permitem modos de leitura e compreensão diversificados e abarcam uma multiplicidade de elementos portadores de sentido. No caso da oralidade, essas questões envolvem também os elementos próprios da fala, como ritmo, tonalidade, estilização, clareza, articulação, entre outros elementos. Entre os arranjos e táticas que propiciam ao rádio a recriação de cenários e a transposição do ouvinte ao lugar dos acontecimentos por meio de recursos sonoros é possível – entre tantos outros elementos e efeitos – pelo uso da sonoplastia.

Ao ilustrar o espaço, local do acontecimento para o ouvinte, é preciso incorporar suas

²⁷ É autor do livro *La comunicacion y los mass media*. O autor compreende a natureza estrutural da mensagem sonora do rádio em três sistemas expressivos bastante definidos: a palavra, a música e o ruído ou efeito sonoro.

marcas para apresentar referências para que o público consiga identificar esses locais. Sonoridades e ruídos como buzinas de carro, toques no teclado, sirenes, murmúrios, entre outros, compõem o nosso cotidiano.

A linguagem como mediadora das relações entre os homens, por assim dizer, deixa de ser enxergada como mero instrumento, para assumir a posição de componente estruturante das relações sociais. Dentro deste panorama, outro conceito importante para compreender o processo de mediação da sociedade é o de dispositivo, pois o mesmo entendido meramente como suporte técnico e/ou como meio de ligação não permite explicar os complexos processos de produção de sentidos.

Sendo dispositivo um conceito chave, recorre-se a conceituação de Verón (2004), em que o autor entende a realidade dos dispositivos midiáticos, suas economias discursivas, seus processos de manifestação e as condições e o trabalho do seu reconhecimento. Deste modo, as modalidades do dizer constroem, dão forma ao que Verón (2004) esclarece como dispositivo de enunciação. Portanto, “não há produção de sentidos sem a enunciação, compreendida pelo autor como “os modos de dizer” (VERÓN, 2004, p.216).

Em meio a realidade do cotidiano das sociedades, harmônica ou caótica, o rádio não pode furtar disso, tampouco ignorar estas questões. Pelo seu caráter estritamente oral, o rádio precisa se assumir como tal e explorar os inúmeros potenciais que essa característica lhe permite. A linguagem radiofônica não tem limites e continua se expandindo para além de fronteiras pré-concebidas. Diante deste cenário, tiramos algumas consequências desta formulação para, em seguida, projetar a sua consistência sobre a natureza das interações entre o rádio e os ouvintes em uma sociedade em vias de mediação.

3.6. Jornalismo: tendências e perspectivas para pensar o rádio

O jornalismo, especificamente o radiojornalismo – objeto de estudo desta dissertação -, têm vivenciado e desfrutado de grande vitalidade intelectual, crescimento e influência em pesquisas realizadas, principalmente nas últimas décadas.

Dados, como veremos no capítulo seguinte, assinalam que o atual momento do rádio ganha maior visibilidade com algumas análises do seu papel na sociedade contemporânea, os processos produtivos e suas transformações técnico-estéticas-discursivas. É imprescindível realizar um levantamento sobre o conhecimento produzido a respeito do rádio. Essa investigação, portanto, além de fornecer informações a respeito do que já foi produzido ainda

indica aquilo que pode ser investigado, pois como descrito acima, as possibilidades são inúmeras.

Ao trocar informações, o indivíduo partilha valores e consente o acesso a informações relativas a um modo de vida peculiar, a um grupo social e não a outro. Tradições, conhecimentos e crenças são conhecidos, determinados e compartilhados pelos meios de comunicação disponíveis em cada sociedade.

Partindo da centralidade de pensar a Comunicação adentrando na concepção do jornalismo, pode-se deduzir que não existe pensamento único sobre a percepção e normativas do jornalismo e muito menos uma opinião equivalente sobre a sua origem. Por ventura, existem várias perspectivas admissíveis sobre esse tema.

Traquina (2004) trabalha em sua obra uma visão inicial sobre o jornalismo, apontando as principais características do arcabouço teórico que cerca essa questão. Ao questionar “o que é jornalismo?”, o autor abre caminho para compreensão teórica do jornalismo. Para tanto, se fundamenta "na convicção de que há muito mais no jornalismo, para além do domínio das técnicas jornalísticas [...]" (TRAQUINA, 2004, p. 22).

Lage (2005), por sua vez, pondera que jornalismo é, especialmente, um relato de aparências, exposto sob dois aspectos principais: a produção às pressas e as interpretações datadas e efêmeras ao mesmo tempo em que a urgência e contingência constituem barreiras difíceis de transpor, não lhe favorecendo aferir intenções e deduzir a subjetividade dos personagens ou o percurso secreto das decisões em estruturas de poder. A prerrogativa da arte de contar histórias, atributos do jornalismo, sempre existiu ao longo da transição humana. Com o advento da escrita, as cartas se tornaram a principal fonte de informações entre as pessoas, em fase precedente à imprensa.

Por isso, alguns historiadores creditam que a designação do jornalismo propriamente dito só começa a ser realmente válida a partir do aperfeiçoamento da técnica de reprodução de textos por meio do uso dos tipos móveis. Neste ponto, o jornalismo impresso foi a primeira forma de expressão organizada da comunicação social, para, futuramente, os meios de comunicação ganharem importância na expansão do capital com o surgimento dos *mass media*²⁸. O processo de aprimoramento industrial e eletrônico produziu o radiojornalismo, o telejornalismo, o ciberjornalismo, entre outros.

²⁸ A expressão inglesa está correlacionada com a quantidade e o modo como esses meios alcançam e atingem as pessoas para informar, tornando informações acessíveis a todos pela ‘padronização de linguagens’.

Lopes (2004) também assinala a importância dos estudos de jornalismo. Para tanto, o autor parte da premissa do jornalismo enquanto prática discursiva, em que as produções circulam e são consumidas sob a lógica de um mercado simbólico. Desta maneira, negociam espaço e articulam sentidos na tentativa de conquistar a fidelidade do público, assumindo a percepção de que o mundo atravessa céleres mudanças, em que as transformações sociais assumem parâmetros e configurações bem distintas dos demais momentos históricos.

Em suma, a percepção das pesquisas em jornalismo por Lopes (2004) destaca que se deve, entre outros fatores, descrever, explicar e avaliar, de maneira crítica, os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados a produtos culturais empíricos gerados a partir de eventos comunicacionais.

É diante desta prerrogativa que o autor lança mão da concepção da multiplicidade de jornalismo ao utilizar o termo no plural para explicar e ilustrar quando situa disparidades provenientes da institucionalização de dois tipos de jornalismo. O primeiro alusivo aqueles que constroem uma carreira no cotidiano das redações dos meios de comunicação e o segundo referindo-se ao universo acadêmico, composto por docentes, universitários e pesquisadores.

Deste modo, considera-se como fundamental a reflexão apresentada também por Cunha (2004) para contextualizar melhor tais cenários de transformação, que não possuem origem somente no jornalismo, mas que implicam diretamente sobre ele. As propostas apresentadas pela autora expõem a necessidade de uma ampliação de abordagens intelectuais para buscar um entendimento cada vez mais amplo, que se revela necessário a partir da existência de complexas configurações também sociais, implicando diretamente no entendimento relacionado ao jornalismo.

As mudanças relacionadas à tecnologia digital, que têm influenciado a informação jornalística e, no caso deste trabalho, o rádio, não começaram obviamente agora. Vêm sendo construídas há mais de um século, talvez silenciosamente, mas não com menor impacto sobre diversos setores da sociedade (CUNHA, 2004, p. 13).

Sob essa perspectiva e trazendo as discussões para os aspectos que o rádio e seus personagens tiveram no passado e adquiriram no presente, pode-se entender como obras de práticas comunicativas aquilo que agrega valores culturais, ideológicos e distintos significados de natureza social, política, moral, religiosa ou mesmo econômica em um determinado momento por parte daqueles que o consomem.

Desde que surgiu no Brasil, o rádio tem sido um personagem ativo no processo histórico da sociedade brasileira nos mais de 90 anos subsequentes a sua primeira transmissão. Sua

atuação como veículo de comunicação é marcada, mesmo nos períodos de crise, por um forte poder de renovação e adaptação como instituição que tem reproduzido as condições que marcam a construção e manutenção hegemônica. Isto permitiu ao veículo assumir significados diversos, incorporados à medida que evoluía em conformidade com as transformações vividas pela sociedade brasileira.

O próprio ato de informar consiste em transmitir dados técnicos sobre determinado fato, mas na maioria das vezes impossibilita a percepção, conjuntura e emissão das particularidades desse mesmo fato. Assim, apenas afirmar que a objetividade no jornalismo não existe se torna uma afirmação tão simplória quanto ao fazer jornalístico que pretende criticar, pois a assimilação da informação calcada na objetividade jornalística esfria as capacidades emocionais e afeta o entendimento do universo particular de uma ocorrência por parte do receptor.

Ao deter o olhar com mais atenção sobre os conceitos, de perspectivas e de interesses, permite assimilar a complexidade destas questões que são centrais para se ajustar na reflexão sobre alguns aportes teóricos que permeiam o universo radiofônico. Isso deve ser acompanhado por um esforço reconstrutivo, que abarca dois passos principais. Por um lado, avaliar os julgamentos normativos acerca das ideias e práticas e, por outro, a identificação de potencialidades de transformação num sentido por meio da mobilização de ideias e da relação com agentes transformadores.

É importante adotar que as ideias acerca do funcionamento dos estudos teóricos sobre o rádio têm pressupostos que resultam de processos sociais e estão, portanto, integradas em diferentes contextos. Ao mesmo tempo, há que ter mente que as teorias desempenham um papel legitimador ou inibidor de opções e que, como tal, estão profundamente implicadas na esfera da ação prática.

Como descrito anteriormente, Adorno e Horkheimer (1978) ajudaram a conformar os estudos radiofônicos e abriram o caminho para a formulação de uma teoria crítica das indústrias culturais. Kischinhevsky (2012) chama atenção para o fato de que poucos foram os teóricos que se dedicaram a desvendar as características específicas do rádio “por sua centralidade nas indústrias da comunicação e da cultura, o rádio acabaria sendo uma espécie de metonímia para mídia” (KISCHINHEVSKY, 2012, p.419).

Ferraretto (2014) destaca o rádio como fruto de manifestações diversificadas, as quais são: rádio de antena ou hertziano (que corresponde às formas tradicionais de radiodifusão); rádio *online* (as emissoras estariam inseridas e atuando pela internet, independente de seu funcionamento por ondas hertzianas).

Neste caso, as rádios *online* ainda teriam seus desdobramentos, segundo o autor, se configurando em *rádio web* (que identifica estações que transmitem o sinal tanto pelas ondas eletromagnéticas quanto pela internet); *web radio* (emissoras exclusivamente com transmissões via internet) e *podcasting* (neste caso, trata-se de uma série de arquivos de áudio com linguagem radiofônica disponibilizados na rede mundial de computadores).

As contribuições de Ferraretto (2014) quanto à multiplicidade e dificuldade em conceituar o rádio são complementadas por Kischinhevsky (2008) ao destacar que desde que passou a questionar o conceito de rádio associado a uma tecnologia específica, tem procurado demonstrar que, para além disso, seria necessário pensar o rádio como uma instituição, marcada por uma determinada proposta de uso social para um conjunto de procedimentos tecnológicos, cristalizados numa instituição.

Vivemos a utopia do *dial* infinito, uma estratégia discursiva para recuperar, em parte, o ideal romântico dos primeiros anos do rádio, quando a população em geral era estimulada pela incipiente indústria eletrônica a comprar, montar e operar equipamentos de transmissão radiofônica (KISCHINHEVSKY, 2012, p.430).

A crítica de Kischinhevsky (2012) reside no conceito de rádio, continuamente associado à posse de um canal. Ressalta, assim, que ferramentas como transmissores, receptores, canais e bandas de frequência são meros suportes da criação cultural, conceito que, segundo o autor, representa melhor o aspecto mais impalpável e ao mesmo tempo mais concreto sobre o rádio.

Destarte, o autor acrescenta que a categorização da radiofonia está para além das transmissões em ondas hertzianas, considerando-se que diversos dispositivos técnicos incorporados aos usos radiofônicos contemporâneos, bem como novas práticas sociais relacionadas ao meio, pois no âmbito dos conteúdos, surpreendentemente, persistem formatos e gêneros consolidados na programação das emissoras desde os anos 1980 e que o debate sobre a sobrevivência do rádio no futuro independe dos suportes utilizados, pois este é apenas um primeiro esforço de categorização desta nova radiofonia, plural, que se expande para além ondas do dial (KISCHINHEVSKY, 2012).

Tais questões expõem na prática o que Bakhtin (1997) já havia demonstrado na teoria: nenhum enunciado²⁹ pode ser entendido isolado, mas sim todos fazem parte de uma cadeia

²⁹ O enunciado é entendido como a unidade real da comunicação discursiva. Como todas as esferas da atividade humana se relacionam com o uso da língua, o mesmo é evidenciado em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e singulares.

infinita de conversação, pois os enunciados são respostas a anteriores e pressupõem novas respostas já no ato de sua enunciação³⁰.

A noção de que teorias (enquanto conjuntos organizados de ideias) desempenham uma função constitutiva analisada, em primeiro lugar, como reação à concepção de um mundo determinado por estruturas materiais – sejam pelas relações de poder, recursos econômicos, geografia, entre outros. Mas estes mesmos fatores materiais só possuem um significado na medida em que são interpretados, por sua vez, sob o olhar e observação de cada indivíduo sobre o que é a realidade e como são influenciados por concepções acerca do que esta deve ser.

Essa correlação proposta pelos autores é uma importante fonte para o entendimento da dificuldade em conceituar o rádio atualmente e uma maneira de encontrar possíveis soluções. Objetivamos que as reflexões ora postas suscitem novos exercícios dialógicos e que o aval quanto à multiplicidade de conceitos amplie ainda mais o espectro do debate e torne mais célere as revisões e mudanças que se fazem necessárias em estudos radiofônicos.

³⁰O termo é entendido pela teoria bakhtiniana como sendo a unidade real da linguagem (expressão linguística).

4. O CENÁRIO RADIOFÔNICO TERESINENSE

4.1. A manhã é nobre: a disputa de poder pelo horário nos matinais teresinenses

Ao soar o despertador, indigentes e abastados, crentes e descrentes, anônimos e famosos se preparam para abraçar nosso modelo de vida. Em meio à selva de concreto e de algumas inconcretudes, Teresina lentamente acorda antes mesmo do raiar do sol. Como estará o mundo lá fora? Enquanto os minutos passam aos sobressaltos, ouve-se o som de portas de aço a subir. Assobios de notificações no *smartphone*, redes sociais insones, murmúrios, barulho da prensa despertando com a dissonância das ruas. Pneus a chiar, buzinas a ecoar, carros e pessoas a caminho dos seus compromissos matinais. Mas antes de girar a chave para dar a partida no carro, a mão busca o botão para ligar o rádio.

Antes de percorrer o caminho até o ponto de ônibus, um clique para abrir o aplicativo de rádio no *smartphone* e sintonizar na emissora favorita. Fone colocado, ouvido aguçado, ávido para receber – quem sabe – o primeiro bom dia dessa nova jornada do cotidiano daquele (a) locutor (a), companheiro (a) fiel de todas as manhãs. É uma sequência muito rápida. É o imediatismo, uma das características do rádio que move as pessoas.

Nos programas matinais do rádio teresinense, ouvindo as notícias e recebendo as novidades ao amanhecer, o ouvinte escuta, “vê”, sente a proximidade. Repercutir aquilo que os apresentadores estão dizendo é, por vezes, mais que uma mera vontade, parte de uma necessidade de um retorno se o ouvinte está “de acordo ou não está”. Ou seja, os programas matinais do rádio de Teresina acompanham a jornada do ouvinte de acordo, também com os enunciados³¹ de quem ouve.

Diariamente, o rádio consegue alcançar uma quantidade significativa de pessoas diferentes por meio de sua programação. De acordo com a pesquisa Kantar IBOPE Media³², o rádio continua a desempenhar um papel fundamental no dia a dia da população. Dados da pesquisa sobre o meio, realizada entre maio e julho de 2017, apontam que o tempo médio diário dedicado pelo brasileiro à atividade de ouvir rádio é de quatro horas e 40 minutos. Os números da pesquisa, mais uma vez, comprovam o quanto o veículo permanece relevante para o ouvinte

³¹ Pode ser compreendido como unidade real da comunicação em que o conceito supera os problemas que são próprios das unidades desvinculadas da natureza real da linguagem – palavras, frases, orações.

³² A empresa é líder no mercado de pesquisa de mídia na América Latina e, após a aquisição em 2015, faz parte da Kantar Media, trabalhando junto a seus clientes com informações importantes para a tomada de decisões sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia.

e, conseqüentemente, para os anunciantes. O pico de consumo nos 13 mercados aferidos, compreendido apenas entre 6h e 9h da manhã, corresponde a 34.300 pessoas sintonizadas em alguma estação de rádio.

Figura 3 - Dados do tempo médio de escuta de rádio por dia. (Fonte: Kantar IBOPE Media).



De acordo com levantamento quantitativo domiciliar sobre os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira realizado pela PBM (2016), aproximadamente, dois em cada três entrevistados afirmam ouvir rádio, sendo que metade destes o faz diariamente. O rádio figura na terceira posição de veículo de mídia mais consumido, atrás da TV e da Internet.

Os números apontam que 63% dos entrevistados afirmaram escutar rádio nos aparelhos tradicionais, especialmente por meio da Frequência Modulada; 17% ouvem por meio do telefone celular; 14% acompanham o rádio no carro. O veículo também é escutado em aparelhos de MP3 (4%) e por meio do computador (2%).

Os dados da PBM (2016) sinalizam alterações quanto a opção dos brasileiros na busca de informação. Os entrevistados afirmaram optar pelo rádio (30%) para obter notícias (primeira e segunda menções), percentual abaixo da TV (89%) e da web (49%), mas bem acima dos jornais (12%) e das revistas (1%). Devido à alta expansão do rádio, nenhuma emissora apresentou mais do que 2% na preferência dos ouvintes. Dados importantes também podem ser assinalados na

pesquisa PBM de 2015, que destaca que o hábito de ouvir rádio acontece, principalmente, no período da manhã, independentemente do dia da semana, em especial das 6h às 9h.

Estas questões evidenciam e servem como parâmetros para observar a conjuntura dos radiojornais matinais teresinenses, pois a interatividade³³, agilidade e mobilidade, palavras que de certa forma “ditam” a chamada era digital e que estão presentes desde o rádio em seus primórdios ainda são presentes e atuais.

Os programas jornalísticos do rádio teresinense mantêm uma veiculação diária, de segunda a sexta, direcionadas ao público de diferentes classes sociais devido às particularidades de grande penetração e baixo custo, características de um produto radiofônico. Em geral, os veículos apresentam semelhanças, a exemplo da atuação na mesma faixa de horário matinal, compreendido entre 6h e 9h.

Por meio de matérias, anúncios, recursos sonoros, entre outros, os programas são divididos em blocos e tratam por intermédio de seus âncoras³⁴ de assuntos específicos de diferentes áreas. Cada programa possui uma forma de abordagem específica, mas sempre fundamentada em opiniões de profissionais capazes de despertar o interesse do público, estabelecendo, assim, um vínculo com o ouvinte e fundamentando seus locais de fala.

Entretanto, mesmo as semelhanças não apagam as diferenças das estratégias discursivas que compõem o impacto desses quatro programas, pois mesmo que os domínios temáticos sejam parecidos, os posicionamentos que os suportes obtêm perante determinado material veiculado é o que configura o seu destinatário.

Examinando um conjunto de aspectos, percebe-se a articulação das estruturas empresariais – a partir de suas condições materiais e simbólicas – a capacidade de investimento e o de atribuir questões ideológicas aos profissionais direcionados para arquitetar, interpelar e fidelizar públicos, frente à competitividade do mercado radiofônico matinal em Teresina, tal como interesse de sua matriz institucional. Tais operações aferem as emissoras, redimensionam o território de atuação política, cultural e transformam os referenciais da estética de cada programa matutino.

Como envolvem hábitos cotidianos, como conversas, leituras, ouvir, ver, essas trocas se unificam em um processo que atualiza a sociedade como organismo social vivo, reconstruindo e desconstruindo sentidos, em um processo contínuo de transformação e possibilidade de

³³ A proposta é discutir o conceito de interatividade, aplicando-o ao meio radiofônico e às novas possibilidades de interação entre emissoras e ouvintes, por meio da utilização de diferentes recursos tecnológicos.

³⁴ Segundo Castro; Bruck (2013), o âncora assume o papel de condensador de distintas percepções, análises e modos de dizer de diferentes instâncias e lugares sociais.

compreensão e envolvimento mútuo. Os níveis de audiência definem os chamados horários *prime-time*³⁵ das rádios e, conseqüentemente, dos programas matinais de Teresina, ou seja, correspondem as horas em que os ouvintes mais escutam a grade de programação. São nesses horários que as emissoras apostam para fidelizar a audiência.

Em cada período de propagação de conteúdo, especialmente no início da manhã, meio dia e final da tarde, definem-se os *prime-times* das rádios que seguem uma determinada ordem para cada hora e horários fixos pré-determinados para veiculação do conteúdo radiofônico. A intenção vai além de apenas organizar e estruturar estes conteúdos e o tempo da emissão, mas também a de orientar o ouvinte sobre o horário do programa, o momento da previsão do tempo, dicas e informações de trânsito, assim como aquela rubrica³⁶ habitual.

Este reconhecimento da faixa de horário em que os programas são executados funciona como um reconhecimento do nosso próprio tempo cotidiano. Entende-se que a audiência não assinala a ordem nem o que quer escutar, mas integra essa ordem ao imediatismo do rádio e se insere na rotina diária, mesmo que inconscientemente.

Assim, compreende-se que os horários e as rotinas do ouvinte estruturam a programação da rádio, o que é verificado com o progressivo surgimento de programas situados no *prime-time* do rádio e com a frequência que as informações chegam ao ouvinte. Alguns estudos têm possibilitado aos analistas a compreensão de um público com “possibilidades e potencialidades” de escolha, ainda que em espaços limitados.

Para perceber/enxergar este novo ouvinte, há que se entender o mercado radiofônico não apenas como simples lugar de troca de mercadorias/conteúdo, mas também como território de interações³⁷, em que espaços de escolha, de diálogo entre sujeitos, de satisfação, de necessidades materiais e culturais escrevem a complexidade da sociedade contemporânea. O vínculo neste caso é recíproco. Como destaca Pinto (1999), a produção, a circulação e o

³⁵ O termo tem designação de horário nobre. É frequentemente definido em termos de um período de tempo fixo, determinando os horários de pico de audiência. Cabe ressaltar que nesses horários o preço para veiculação de anúncios publicitários é mais elevado e, conseqüentemente, é de onde provém a maior parte do faturamento das emissoras.

³⁶ Adotamos o termo como designação de um recurso (sonoro ou não) que tem a função de orientação de algo que está sendo executado ou de um lembrete para uso posterior na programação radiofônica.

³⁷ É importante ressaltar ao falar de interações, a necessidade de destacar a interatividade e interatividade radiofônica. Os termos acabam por serem confundidos como conceitos semelhantes, mas ambos revelam em sua origem aplicações diferentes como explica Lopez e Quadros (2015) ao destacarem que o primeiro termo é associado à informática e à internet, enquanto que o segundo está de fato correlacionado à comunicação por ondas sonoras. Todavia, em um espaço de convergência midiática, em que mídias tradicionais cada vez mais se fundem com as mídias digitais, os conceitos parecem se entrecruzar.

consumo no universo midiático são ajuizados por forças socioculturais, mas de igual modo constituem a sociedade e a cultura. Esse entrelaçamento pode ter o caráter remodelado como propagador.

Considerando, a partir dos estudos de Pinto (1999), que os discursos não surgem isoladamente num universo discursivo, essa contextualização favorece perceber a realidade que está em nosso entorno, por meio de dados observacionais, mas destacando que a análise não pode separá-los do contexto, pois as marcas encontradas pelo analista em superfícies discursivas produzidas em contextos diferentes podem ocasionar interpretações diferentes.

4.2. O contexto da inauguração das rádios teresinenses: modos de entender

Ao se percorrer a história das rádios teresinenses, em virtude da limitada bibliografia sobre o contexto histórico das emissoras locais pesquisadas, será lançado nas próximas páginas uma contextualização, por meio de fontes primárias e secundárias, ou seja, documentos, periódicos especializados e *sites* para tentar resgatar um pouco do cenário local e nacional que envolvia o ano da inauguração das rádios estudadas no cenário social, cultural, político e econômico do Brasil e de Teresina. Vale destacar também que ao longo da contextualização serão trabalhados aspectos econômicos e políticos por entender esta dinâmica está indissociavelmente ligada aos aspectos sociais.

De modo geral, a intenção, além de discutir o cenário social em que cada rádio foi fundada, é situar os respectivos contextos históricos, políticos, de política econômica e da economia nacional e local. É possível que o leitor discorde de um ou outro ponto de vista pessoal do autor desta obra principalmente no tocante a este capítulo, mas acredita-se que serão sempre discordâncias sobre questões que comportam interpretações divergentes segundo diferentes abordagens. O objetivo dessa seção é tão somente traçar, em linhas gerais, algumas características e contextualizar o cenário do surgimento das rádios teresinenses elencadas nesta pesquisa.

4.2.1 Contexto das rádios: modos de organização da composição no dial

4.2.1.1 Rádio Clube

Alicerçado nesse contexto, evidencia-se indicadores preexistentes em ações da Rede Clube na elaboração de políticas sobre a realidade sócio/econômica que envolve também agentes e fatores múltiplos para a posterior criação da FM Clube de Teresina em 19 de

novembro de 1993. França e Santos (2014) assinalam que ao longo dos anos de atividade, a Rede Clube esteve *sempre* na linha de frente no campo da informação regional, com um leque diversificado de temas que vão desde sociedade, desporto, política, dentre outros.

Para compreender melhor tal cenário é pertinente fazer uma incursão à década de 1990. Neste período, apesar do início de estrutura de interações em uma era de relações cada vez mais intensas em escala mundial, dá-se destaque à dimensão nacional a fim de se captar a referência do espaço-institucional e dos processos que eventualmente induzem à inovação e aumentam ou inibem a competitividade das empresas.

[...] o *Napster*, desenvolvido em 1999 por Shawn Fanning, para compartilhamento livre de arquivos via redes P2P – e que foi utilizado amplamente para troca de arquivos de música. Essa ferramenta, por sua vez, não teria sido possível sem uma inovação nos formatos de áudio digital que data do início da década de 1990, o MP3, que vinha sido desenvolvido em pesquisas do Instituto Fraunhofer, na Alemanha, e reduzia em cerca de 90% o tamanho dos arquivos digitais de áudio. Foi no ano de 1999 que o MP3 se popularizou, com gravadores de CD sendo automaticamente inseridos em computadores e discos em branco passando a ser vendidos por preços irrisórios (FRANCISCO; VALENTE, 2016, p. 12).

Durante a década de 90 estilos musicais surgiram, outros foram reinventados. As mudanças foram tantas e assinalaram de formas distintas cada geração. Uma lista elaborada pelo site *The Nostalgia Machine*, que reúne as canções de maior sucesso baseada seguindo parâmetros da aferição de 1951 a 2015, apresenta as músicas mais populares de cada ano. De acordo com a plataforma digital, figuravam entre os artistas e músicas mais tocadas: Whitney Houston com *I Will Always Love You*, *I'm Every Woman* e *I Have Nothing*, UB40 com *Can't Help Falling in Love*, o sucesso *Informer* de Snow, além de Mariah Carey com *Dreamlover*.

No cenário nacional, além dos sucessos internacionais já listados acima, com dados cruzados com Top 10 Mais e Som do Rádio, fica evidente a pluralidade de estilos tocados nas rádios em 1993. Como critérios, os vários álbuns de coletâneas com a temática dos anos 90 e as primeiras colocações das paradas das rádios nos anos de 1990 a 1999 foram disponibilizados no site Mais Tocadas (Top10Mais, 2017). Como destaca o site do Som do Rádio, “[...] nosso campo de pesquisa é apenas as músicas executadas nas FMs [...]” (Som do Rádio, 2011). Com os resultados obtidos é possível notar a presença do samba, pagode axé, pop e rock nacional além do sertanejo, conforme a tabela abaixo.

Tabela 3 - Lista de músicas nacionais que foram destaque em 1993 (Fonte: Som do Rádio)

Músicas	Artista/Banda
Loraburra	Gabriel O Pensador
Faz Mais Uma Vez Comigo	Zezé Di Camargo & Luciano
O Cheiro Dela	João Paulo & Daniel
A Barata	Só Pra Contrariar
Pensando em Minha Amada	Chitãozinho & Xororó
Auê	Banda Cheiro de Amor
Tanto	Skank
Eu tive um sonho	Kid Abelha
Perfeição	Legião Urbana
Todas as mulheres do mundo	Rita Lee

Castro (2011) assinala as peculiaridade no Brasil no sentido de que parte das mudanças na estrutura institucional e econômica (privatizações, liberalização e abertura às importações) sintetiza a transformação da economia brasileira na década de 1990, pois de acordo com o autor a natureza das privatizações, por exemplo, realizadas em relação aos prognósticos iniciais dos governos Collor e Itamar Franco possui várias explicações, entre elas, é que muitas empresas públicas estavam em má situação financeira e necessitavam ser saneadas para que existisse interesse na sua aquisição. O ano vigente marcou o Plano Collor – instituído pelo presidente Fernando Collor – que incluiu um inédito confisco de economias financeiras dos brasileiros. Tal aspecto foi sucedido por uma queda temporária da inflação, com congelamento de preços e acompanhada de uma forte recessão no país.

De fato, o governo Collor também foi marcado por profundas mudanças na política de comércio exterior uma vez que, simultaneamente à adoção do câmbio livre, intensificou-se o programa de liberalização de importações, que havia tido início ao final dos anos de 1980 (CASTRO *in* GIAMBIAGI et al, 2011, p.137).

Acusado de corrupção, Fernando Collor tentou renunciar, mas não obteve êxito. Sofreu um processo de *impeachment* no final de 1992. O então vice-presidente, Itamar Franco assume e, em 1994, com o desenvolvimento do Plano Real consegue restabelecer certa estabilidade no país.

No cenário local, o Piauí, de acordo a FGV CPDOC, era governado por Freitas Neto, que permaneceu no cargo até 1994, quando se desincompatibilizou do cargo para disputar uma vaga no Senado, e transferiu o comando do executivo ao vice-governador Guilherme Melo. Durante a eleição para governador, Freitas Neto disputou o cargo com Wall Ferraz. No segundo turno, com o então prefeito de Teresina, Heráclito Fortes, mantendo o apoio à sua candidatura, Freitas Neto derrotou seu adversário com mais de 90 mil votos de vantagem.

Durante esta época, a sociedade teresinense registrava desafios e experiências no sentido da materialização de questões político-institucionais estabelecidos a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988. Apesar do quadro institucional, o Sistema Clube é uma das empresas de comunicação com menor grau de rotatividade de profissionais. Exemplo disso são alguns dos jornalistas que estão há mais de 40 anos no grupo. Na Rádio FM Clube, nomes como João Neto, Marcelo Magno e Marcos Teixeira ditam o ritmo da produção radiojornalística.

Segundo o *site* da FM Clube, a inauguração aconteceu em conformidade com a diversidade da programação, fortalecida pelas raízes musicais nordestinas e do estilo de *flashbacks*, presentes na programação 24 horas por dia. Além destes, o samba tradicional brasileiro e os lançamentos da mídia atual são uma constante. A emissora também aposta em diversos eventos de aproximação junto ao público como ações sociais além de promoções desenvolvidas em parceria com a Rede Globo.

4.2.1.2 Rádio Teresina FM

Ao longo de quase 13 anos de atividade o Sistema Integrado de Comunicação LTDA, com o nome fantasia Rádio Teresina FM, atua sob a responsabilidade do sócio administrador Marius Milton Elshout de Aguiar. Fundada em 16 de agosto de 2006 – mesma data do aniversário de Teresina – tal estratégia aponta para um caminho levemente distinto quanto aos contextos de identificação com o público local. Dentre as emissoras de rádio listadas anteriormente, a Teresina FM é a única que não possui suporte de grandes grupos comunicacionais, a exemplo de portal de notícias e TV.

Em vista a um modelo comparativo focado na compreensão do cenário de surgimento das rádios teresinenses, o desenvolvimento de aspectos auxiliares na compreensão dos vetores da configuração e dinâmica da Rádio Teresina FM – como mudanças tecnológicas, a regulação governamental ou as alterações no panorama de propriedade econômica dos meios – e configura o contexto de tais e/ou quais realidades a rádio está envolta.

Como descrito nos casos das rádios Cidade Verde, Clube FM e Rádio Jornal Meio Norte, a maneira como veículos estão entrelaçados e correlacionados com outros segmentos midiáticos, por exemplo, é variável importante para perceber como os efeitos e mudanças nos grupos proprietários da mídia afetaram a realidade local e, concomitantemente, foram afetados pela mesma.

Neste sentido, aspectos da profissionalização do jornalismo, em conformidade com a reabertura democrática do país, subsidiam a explicação quanto ao debate centrado na pluralidade política e na regulação da mídia, pois como explica Kischinhevsky (2007)

O rádio ainda é, embora a maioria esmagadora de seus profissionais não tenha consciência disso, palco fundamental para a negociação de identidades nas sociedades contemporâneas, uma operação vital para a própria constituição da diversidade social (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 80).

Dois meses após a fundação da rádio, o cenário no país seria marcado no dia 29 de outubro de 2006 pela reeleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva para mais quatro anos de mandato. Com políticas públicas e sociais de investimento em educação, distribuição de renda e geração de empregos, o Brasil tem uma ascensão e se torna uma potência respeitada no mundo. Segundo o JusBrasil (2006), no mesmo ano, o presidente Lula assinou Diário Oficial da União (D.O.U) que, a partir do Decreto Nº 5.820, estabeleceu as diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão.

Em 2006, Wellington Dias, do Partido dos Trabalhadores (PT) – partido do também presidente Lula –, foi reeleito para mais quatro anos à frente do governo do Piauí a contar no início de 2007. O petista também havia vencido as eleições de 2002. Teresina era então comandada por Silvio Mendes, que havia derrotado a candidata peemedebista Adalgisa Souza no pleito de 2004.

No *site* da Rádio Cidade Verde, a emissora se define como uma rádio convencional que dispõe de uma programação musical diferenciada. Do MPB, transitando pelo Pop Rock nacional e internacional até o *flashback*. Segundo a estação, o forte de sua atuação é o radiojornalismo de qualidade, com abordagem de temas de cunho internacional, nacional e, principalmente, focado no segmento local com a participação popular e, por essa razão, apresenta novos desafios e possibilidades.

Em 2006, ano de lançamento da Teresina FM, os sucessos internacionais, segundo dados da plataforma *The Nostalgia Machine*, eram embalados por Nelly Furtado *featuring* Timbaland com *Promiscuous*, Shakira *featuring* Wyclef Jean embalando *Hips Don't Lie*, além de Justin Timberlake com *SexyBack*. Por outro lado, assim como estratégia adotada anteriormente, foram equiparadas às músicas vigentes durante o ano de fundação da Teresina FM, vide listagem a seguir: O cruzamento de informações coletadas nos *sites* Som do Rádio (2006) e MaisTocadas (2006). Destaque a um dos gêneros que começa a ganhar ainda mais destaque na cena radiofônica: o funk.

Tabela 4 - Lista de músicas que foram destaque em 2006 (Fonte: Som do Rádio)

Músicas	Artista/Banda
Inevitável (Ao vivo)	CPM 22
Quem diria, hein!?	Daniel
Se quiser	Tânia Mara
Velocidade da luz	Grupo Revelação
Totalmente demais	Perlla
Você vai estar na minha	Negra Li
Não reclame mais	Detonautas
Late Que Eu To Passando	Gaiola Das Popozudas
Ela só pensa em beijar (Se ela dança, eu danço)	MC Leozinho
Reggae Desenho De Deus	Armandinho

A Teresina FM vende-se à sociedade pela ênfase de um processo produtivo flexível que atenda ao anseio do público sem um caráter de rigidez e/ou amarras a grupos nacionais de comunicação. Das peças radiojornalísticas produzidas pela emissora, é demandada ao público a ideia de uma individualidade, isto é, um órgão de comunicação que existe para defender interesses do público que a acompanha. Ao contrário da demais emissoras a Teresina FM não faz parte de nenhum grupo comunicacional. Na atual conjuntura da rádio, entende-se que as vinculações que existem, sejam elas político-constitucionais ou referentes à organização econômica da sociedade são proporcionadas pela independência proveniente de mecanismos extraeconômicos, ou seja, pela lógica do capital, subsidiado por anunciantes e patrocinadores.

Mediante este entendimento da lógica de funcionamento há que se considerar que estas não podem ser entendidas como um movimento linear e unilateral, ou seja, uma dinâmica da Teresina FM para a sociedade como mera concessão ou da sociedade para a Teresina FM como sinônimo de luta e conquista obtida por meio das pautas veiculadas nesta. Contudo, tais questões precisam ser analisadas como um processo dialético no contexto da sociedade teresinense, pois pensar tais pontos na contemporaneidade é um desafio, haja vista que esta é reproduzida pelo retorno do mercado autorregulado.

Esta estrutura física favorece a divulgação de ideias, informações e modos de pensar, a partir de pautas estabelecidas de acordo com os interesses de quem controla esses veículos, no caso particular da cidade de Teresina, os próprios responsáveis pelas outorgas. A Teresina FM ocupa lugar de destaque como canal e espaço de relacionamento entre cidadãos e a emissora.

A emissora intitula-se voltada ao segmento adulto-contemporâneo de Teresina. Em 2015, a rádio divulgou junto ao público a ampliação do projeto esportivo. No ano seguinte, foram realizadas transmissões de jogos de futebol do Campeonato Piauiense de Futebol, além da Copa do Nordeste, Brasileirão Series C e D. Entretanto, a proposta vingou por apenas um

ano.

Em 2017, são inauguradas duas das rádios comerciais (Rádio Cidade Verde e Rádio Jornal Meio Norte) analisadas nesta dissertação. A estreia das emissoras acontece em meio a celebração do aniversário de 165 anos da capital Teresina. A nova configuração do cenário radiofônico teresinense potencializa uma já acirrada disputa por audiência na programação do rádio nas manhãs da cidade, movimentando o mercado e a mídia local, alimentado pelo engajamento de atrair e fidelizar o público de frequência modulada nos radiojornais das primeiras horas da manhã.

4.2.1.3 Rádio Cidade Verde

De acordo com a Cidade Verde (2017), a Rádio Cidade Verde entrou na disputa pela audiência com a estreia do programa Prata da Casa. Ao meio-dia do sábado, 07 de fevereiro de 2017, a programação oficial da emissora entra no ar, encerrando a etapa de três semanas de fase experimental. Antes do lançamento oficial, foi instituída uma ação de *marketing* com votação junto ao público para a escolha da música de abertura da programação musical (MORAES; CURY, 2017).

Informações complementares da Cidade Verde (2017) destacam que mais de 10 mil pessoas votaram na escolha da música “Teresina” – composição de José Rodrigues e Aurélio Melo. Durante a primeira edição do programa Prata da Casa, foram veiculadas as 20 músicas mais votadas pelo público em uma espécie de contagem regressiva até a audição da primeira colocada. Com versos acentuados, a exemplo de “No troca-troca, quem troca destroca. Minha Teresina não troco jamais”, a música foi interpretada por inúmeros artistas, a citar Quinteto Violado e Dominginhos.

No portal do Grupo Cidade Verde, a programação da rádio é classificada como “adulta contemporânea”, com foco em um público ávido por qualidade. Com o *slogan* 'O Piauí em alto e bom som', a rádio abrange mais de 40 cidades a partir de Teresina, com uma cobertura de aproximadamente 1,6 milhão de pessoas. Atualmente, a rádio funciona na mesma estrutura em que estão alocados a TV, a revista e o portal do grupo de comunicação do empresário Jesus Tajra Filho.

No cenário musical, o segmento sertanejo dominou as letras das músicas mais ouvidas no Brasil em 2017. Um levantamento feito pelo *Ranking ConnectMix*³⁸ analisa as canções mais

³⁸ A ConnectMix é uma empresa de monitoramento de músicas, *jingles* e *spots* comerciais executados nas rádios de todo país em tempo real, com aferição de desempenho das composições por meio de um site interativo e personalizado.

reproduzidas em todo o território nacional. Como resultado do ano em questão, o grande hit foi a música "Loka", canção da dupla brasileira Simone & Simaria com participação da cantora Anitta, seguido por “Acordando o prédio” de Luan Santana. Nove músicas sertanejas figuraram entre os dez hits mais tocados. O internacional Luis Fonsi foi responsável por se destacar como diferencial ao som do *reggaeton* “Despacito”.

Figura 4 - Lista do Ranking ConnectMix das músicas mais tocadas em 2017 nas rádios (Fonte: ConnectMix)

Ranking	Artista	Música	Gênero	Execuções
1	Simone e Simaria	Loka - Ft. Anitta	Sertanejo	926630
2	Luan Santana	Acordando O Prédio	Sertanejo	827918
3	Henrique e Juliano	Vidinha De Balada	Sertanejo	794294
4	Luis Fonsi	Despacito	Internacional	755168
5	Marília Mendonça	Amante Não Tem Lar	Sertanejo	625281
6	Felipe Araújo	A Mala É Falsa - Prt. Henrique e Juliano	Sertanejo	601789
7	Gustavo Mioto	Impressionando Os Anjos	Sertanejo	571346
8	Maiara e Maraisa	Sorte Que Cé Beija Bem - Ao Vivo	Sertanejo	569201
9	Zé Neto e Cristiano	Cadeira De Aço	Sertanejo	567996
10	Gustavo Lima	Homem de Família	Sertanejo	564457

No cenário macro político e econômico, 2017 foi marcado por episódios inéditos ou de relevância para o cenário nacional, estadual e municipal. Eleita em 2014 com mais de 54 milhões de votos nas eleições presidenciais, um artigo publicado pelo site *El País Brasil* (2016) destacou o *impeachment* parlamentar, jurídico e midiático contra Dilma Rousseff como um dano às instituições brasileiras.

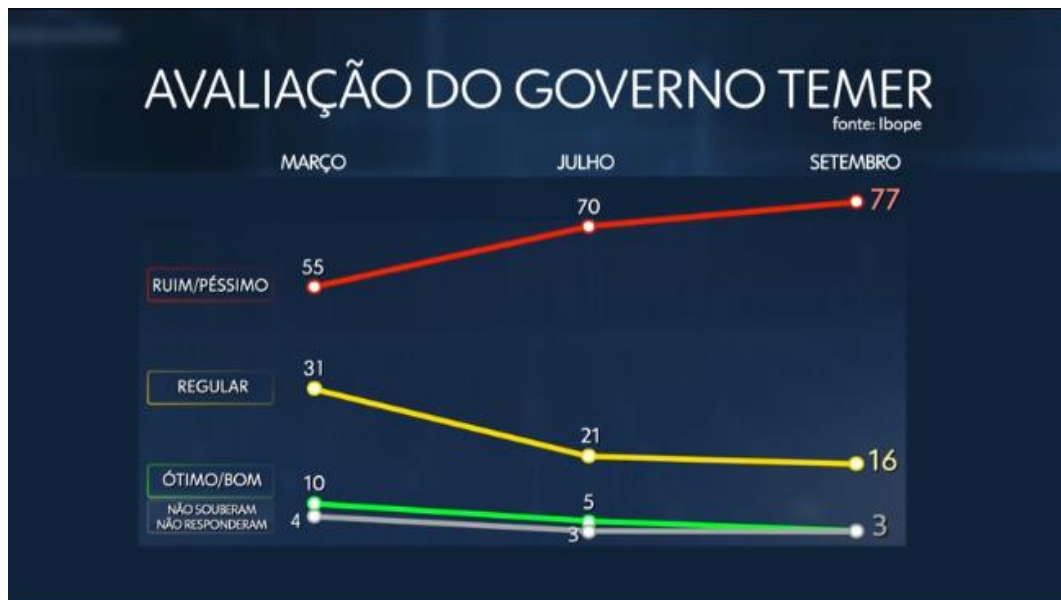
A destituição da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff [...] pelo Senado por 61 votos a favor e 20 contra, é um golpe baixo ao funcionamento institucional de um país que durante décadas e com esforço tinha se tornado um exemplo de democracia consolidada para toda a região (EL PAIS, 2016).

Outro fato que chama atenção neste ano destaca-se sob a figura de Michel Temer, sucessor de Dilma Rousseff, uma vez que “o peemedebista se torna o primeiro presidente brasileiro no exercício do mandato a ser denunciado por um crime comum” (BENITES, 2017). Posteriormente, Temer ainda seria denunciado pelos crimes de organização criminosa e

obstrução da Justiça. Contudo, uma série de articulações políticas fez com que a Câmara decidisse barrar a denúncia contra Temer. Em parecer, o ministro do Supremo Federal, Rodrigo Janot, destacou a atuação em conjunto com Loures nos crimes relatados pelos executivos da JBS.

Tais questões fizeram com que a impopularidade de Michel Temer batesse recordes negativos ao final do ano. De acordo com (FERNANDES et al., 2017) na pesquisa CNI-IBOPE (2017), apenas 3% dos brasileiros consideravam, à época, o governo do presidente bom. Outros 77% avaliavam a gestão do peemedebista como ruim ou péssima. Ainda no cenário nacional, 2017 marcou a condenação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em Primeira Instância na operação Deputados.

Figura 5 – Avaliação do governo Temer (2017) – Fonte IBOPE



Segundo IBOPE (2017), aprovação de Michel Temer é a mais baixa para presidente desde 1986

Em um contexto político complexo nacionalmente, Wellington Dias, à frente do governo do Piauí, teve como um dos desafios de gestão lidar pela primeira vez em anos de mandato com uma oposição no Governo Federal. Contudo, o ano de 2017 foi marcado pelo crescimento de 84% no Produto Interno Bruto (PIB) do Piauí a partir de dados registrados entre 2002 e 2015 pela pesquisa IBGE (2017). Deste modo, o estado ocupou o terceiro maior crescimento do país em 13 anos. Conforme Nunes (2017), mesmo com o segundo menor PIB do país, com R\$ 12.218,51, o Piauí foi o estado que mais cresceu (valor do PIB per capita) dentre todas as unidades da federação, aumentando em cinco vezes o valor do PIB entre 2002 e 2015.

No cenário municipal, em 2017, Firmino Filho estava à frente da prefeitura da cidade.

No fim do ano, a pesquisa divulgada pela Fundação CEPRO (2015), em parceria com o IBGE (2017), revelou que a capital teresinense continuava em primeiro lugar no estado, com PIB de R\$ 17,62 bilhões (correspondente a 45,03% da economia estadual), sendo que 76,37% da economia municipal foram movidas pelo setor de Serviços.

Entender o surgimento da Rádio FM Clube significa compreender a dinâmica do desenvolvimento do Sistema Clube de Comunicação. Alencar (2017) afirma que essa história começou com um convite feito por um diretor da Globo em 1973. Em vista disso, a TV Clube foi a quinta emissora no país a integrar o grupo da Rede Globo de Comunicação (G1 PIAUÍ, 2012).

O período de surgimento da empresa de comunicação estava em consonância a um Piauí mais estruturado e com a população modificando o estilo de vida vigente cada vez mais pautada pela ascendência da televisão, pois como assinala Dourado (2011) “se a reflexão efetivada pela TV acerca dessas questões são cogitações construídas por conta da midiatização, é imprescindível delinear o traçado de sua ação metodológica” (DOURADO, 2011, p. 35).

Assim, as análises das relações sociais e econômicas provenientes do surgimento e expansão das rádios em Teresina podem e devem ser consideradas dentro de uma situação de continuidade ou de uma descontinuidade, possibilitadas pela permanente capacidade de mutação da sociedade.

4.2.1.4 Rádio Jornal Meio Norte

No dia 6 de fevereiro de 2017, a Rádio Jornal Meio Norte estreia oficialmente a programação oficial. O lançamento dessa rádio acontece quase que simultaneamente a Rádio Cidade Verde, inaugurada oficialmente dois dias antes, em 4 de fevereiro de 2017. Na oportunidade, o programa Notícias da Boa (anteriormente transmitido pela Boa FM) foi realocado para a nova estação.

Desta forma, a Rádio Jornal Meio Norte surge em um contexto particular e com um estatuto de legalidade na busca de formar a marca do grupo frente ao setor em pleno crescimento. Mesmo com a concorrência, a área de abrangência da nova rádio do grupo de Paulo Guimarães busca disputar o mesmo público correspondente às concorrentes, com o objetivo de tentar captar, cativar e fidelizar o maior número de ouvintes.

Talvez não à toa o incremento tecnológico seja um forte componente, tendo em vista que a estação figura na classe E3, em atualização feita por Cappia (2015) a partir de dados fornecidos pela ANATEL (2010). Desta forma, a Rádio Jornal Meio Norte é a única nesta classificação em Teresina. As demais emissoras de classes mais elevadas na capital piauiense

estão na categoria A3. Em síntese, isto significa que as emissoras das classes E1, E2 e E3 possuem um raio de maior alcance.

Tabela 5 - Classificação das emissoras em função de seus requisitos máximos (incluída pela Resolução nº 546) de acordo com ANATEL, 2010 – Fonte: ANATEL.

CLASSES	REQUISITOS MÁXIMOS			
	POTÊNCIA (ERP)		DISTÂNCIA MÁXIMA AO CONTORNO PROTEGIDO (66dB μ) (km)	ALTURA DE REFERÊNCIA SOBRE O NÍVEL MÉDIO DA RADIAL (m)
	kW	dBk		
E1	100	20,0	78,5	600
E2	75	18,8	67,5	450
E3	60	17,8	54,5	300
A1	50	17,0	38,5	150
A2	30	14,8	35,0	150
A3	15	11,8	30,0	150
A4	5	7,0	24,0	150
B1	3	4,8	16,5	90
B2	1	0	12,5	90
C	0,3	-5,2	7,5	6

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS PARA ANÁLISE DOS PROGRAMAS MATINAIS TERESINENSES

A origem de uma determinada investigação/pesquisa científica se estabelece pela inquietação. Esta pode surgir em momentos mais distintos do cotidiano. Seja ao assistir um programa de TV, realizar o trajeto de ônibus a caminho de compromissos diários ou mesmo em uma conversa informal com alguém na fila de banco, por exemplo.

Tomando como base proposições peirceanas, entende-se que percepções advindas apenas pelos sentidos³⁹ não podem e nem devem ser premissas para o conhecimento, pois “o ponto de partida da sua teoria baseia-se no questionamento histórico-filosófico de como ocorre a apreensão e compreensão do mundo pelo ser humano” (LOPES, 2004, p.34).

A observação de um dado empírico, seguindo tais conjecturas, abre o caminho para a produção de descobertas a partir da formulação de perguntas e inferências no processo reflexivo que se subscreve. Embora também se entenda que este processo está sujeito ao erro, ou mesmo a resultados imprecisos, acredita-se que este é essencial a produção de conhecimento e autocorreção de questões previamente estabelecidas.

Ao planejar os caminhos, organizar ideias, elencar perguntas, analisar os observáveis e realizar um árduo exercício, esta pesquisa propiciou uma jornada frente a um percurso complexo, norteador e circundado por diferentes etapas em que permeou um trabalho de constante atenção e reflexão.

Deste modo, foi possível perceber, a partir de etapas do percurso, a importância e singularidade de cada processo encadeado para estruturar esta dissertação, pois a análise projeta um mundo a partir da natureza e especificidade do olhar lançado ao problema proposto, assim como dos elementos observáveis e das inferências feitas. Seria, assim, a verdade um estado de crença resistente a proposição da dúvida. Portanto, a investigação/pesquisa auxiliou no ajuste de julgamentos e pressuposições a respeito das singularidades hoje vigentes no fluxo radiofônico.

O processo reflexivo acerca das práticas metodológicas auxiliou, portanto, no entendimento de interpretações provenientes em cada passo da análise/observação, assim como favoreceu a uma reflexão diante de fatores que implicam aspectos desta dissertação, a citar, os contextos históricos, sociais, culturais e experiências vivenciadas pelo pesquisador. Assim, questionar é incorporar incertezas na conduta e na construção do social, pois a dúvida rompe

³⁹ Neste caso compreendido como as capacidades que possibilitam ao ser humano interagir com o mundo exterior.

hábitos, gera angústia e inquietação carregadas de dualidade.

A resolutividade de questões promove um “novo estado de estabilização” para que se possa balizar a conduta diante de relações de contraste, distinção e particularidades. Uma das inquietações frente à análise dos programas matinais de Teresina é o lugar e aplicabilidade da teoria na pesquisa. Isso acontece, pois, por vezes, a constituição teórica existente sobre determinados fenômenos midiáticos pode levar a sedução e a um movimento aprisionador do olhar do pesquisador.

Com a descrição do percurso metodológico, objetiva-se destacar sobre as especificidades que desafiam e têm desafiado as pesquisas no campo do jornalismo, principalmente no que tange aos estudos no radiojornalismo. Este exercício se estabelece pela adaptação das categorias de uma analítica da midiatização (FAUSTO NETO, 2008) ao universo radiofônico no modo de produção dos programas matutinos teresinenses, estabelecidas pelo e por um complexo processo de circulação de mensagens. Este engendramento envolve dimensões/instituições midiáticas e não midiáticas circunscritas no contexto de uma sociedade em vias de midiatização.

A cadeia complexa que envolve e é envolta pelos processos midiáticos e sociais amplifica um ambiente midiatizado que estrutura, condiciona e organiza os sentidos por meio de operações e de novas práticas de interação dos atores envolvidos, pois “[...]o que vemos é a geração de fenômenos distintos e que se caracterizam pelas disjunções entre estruturas de oferta e de apropriação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2006, p.3).

A primeira fase da análise foi estabelecida ainda no processo de coleta do material veiculado pelos programas matinais teresinenses. Mesmo que neste momento do processo de captura de dados, ao papel de pesquisador seja condicionada a complexidade de interpretar de maneira eficaz pontos quanto ao objeto empírico, esse primeiro contato foi de suma importância no processo.

Isso é explicado, pois, na oportunidade, foram utilizados quatro *smartphones* para a gravação dos programas de rádio de maneira simultânea, haja vista que todos são veiculados na mesma faixa do *prime time* da programação radiofônica de Teresina. Posteriormente, ao observar mais detidamente o *corpus*, foram inferidas formas de compreendê-lo.

Cabe ressaltar a observação sistemática como percurso produtivo para compreender as lógicas de organização dos atores e, principalmente, para a coleta do material empírico para análise. Entendendo que todos os procedimentos propostos para a realização da pesquisa devem ser planejados no sentido de solucionar ou esclarecer o problema proposto, destaca-se o critério de delimitação temporal, isto é, o período em que o *corpus* foi coletado, pois como destaca

Verón (2004) ao se colocar como observador da semiose social, é importante também pensar a posição que é ocupada.

Neste caso, recorreu-se a captação dos programas ainda em 2017 – primeiro ano da pesquisa – pois, no ano subsequente, entendeu-se que por ser um ano de pleito eleitoral, o cenário das eleições poderia ocasionar alteração na rotina dos assuntos costumeiramente veiculados pelos programas matinais do rádio teresinense. Consequentemente, o delineamento para minimizar vieses e evitar ao máximo os fatores que denotassem outras intercorrências que poderiam interferir na interpretação dos resultados foi mensurado ao fazer o recorte.

Ao passo que se detinha atenção aos programas, estratégias foram elaboradas e articuladas para encaminhar os próximos passos a seguir. Se na primeira ação – a coleta – o enfoque era a gravação dos programas, nos passos subsequentes o foco da análise se deu pela escuta, repetidas vezes, das verbalizações gravadas. Retroceder e escutar os áudios novamente para poder se colocar no papel de interpretador de dados tornou-se imprescindível para reviver a escuta em outro momento e com uma percepção diferenciada a cada nova audição⁴⁰.

Desse modo, em determinado momento da pesquisa foi percebida a constituição de injunções do processo de midiatização, isso com o tensionamento a partir de descobertas advindas da observação empírica em que os conceitos norteadores para esta investigação e o modo como o quadro teórico referencial foram estruturados ajudaram a compreender.

A partir dos primeiros momentos da escuta, foi estruturado o encadeamento e organização da maneira como os programas se apresentaram, que podem ser conferidos na conformação disposta no apêndice desta dissertação. Com o olhar de pesquisador deslocado para as zonas de circulação das mensagens, constituídas midiaticamente para além do quadro do suporte tradicional – o rádio como instrumento físico –, favoreceu para também perceber as produções discursivas e assimilações dos atores e instituições sociais interconectados por meio das denominadas redes digitais.

É neste contexto que surge, durante esta pesquisa, um conjunto de questões quanto aos aspectos da circulação, compreendida aqui para além de um mero ponto de passagem linear. Este cenário constitui uma descontinuidade entre as lógicas de produção e estabelece um processo de conexões e amplitude de sentidos⁴¹.

Como o ouvinte atualmente também está inscrito como um usuário da vida digital, o

⁴⁰ Compreendido como ato escuta, em que é necessária a utilização de uma função específica, a saber, a da atenção, pois entende-se que ouvir é mais superficial do que o ato de escutar.

⁴¹ De acordo com Verón (2004) seriam o engendramento de feixes de relações discursivas produzidas no âmbito da circulação, estabelecido pela produção e recepção.

exponencial crescimento e propagação de plataformas multimídia lhe proporcionaram subsídios para uma comunicação para além da ambiência radiofônica. Deste modo, “se as continuidades restam evidentes, uma novidade emerge do estudo das interações entre ouvintes deste novo rádio expandido [...]” (KISCHINHEVSKY, 2012, p.431).

Embora com características estritamente ligadas à oralidade, existe, de certo, um consenso entre pesquisadores da área, profissionais do rádio e ouvintes de que a veiculação de informações no universo radiofônico foi expandida para além da transmissão do conteúdo de áudio. Com os conteúdos essencialmente sonoros foram agregadas inúmeras possibilidades de proliferação para além das ondas hertzianas.

Hoje, este conteúdo está presente nos mais diversos dispositivos. Entretanto, é necessário entender e destacar que tais mudanças implicam diretamente em questões relativas à produção e circulação das múltiplas linguagens radiofônicas. O conceito de rádio expandido se torna imprescindível dentro da análise para entender a expansão da convergência midiática, em função da qual o “rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.13).

Neste sentido, analisar o objeto empírico pela perspectiva da mediatização permite interpretar a ebulição do universo radiofônico em âmbitos digitais, este envolto com a ativa participação e inclusão de atores sociais mediatizados. Em decorrência, isso constitui diferentes linguagens, gêneros, estilos e dispositivos técnicos que promovem múltiplos sentidos para a sociedade.

Alinhado ao pensamento de Verón (2013), que assinala a necessidade de uma epistemologia de reconhecimento nos distintos níveis de observação implicados no processo de mediatização, a pesquisa exploratória apresentou um universo vasto de materiais referentes à mobilização que se desenhava nas redes sociais digitais. Neste ponto, verifica-se que instituições midiáticas e não midiáticas se encontram envoltas em novos processos organizados nas fronteiras permeáveis que se interconectam ao universo radiofônico.

Deste modo, vale destacar o modo transversal como foram pensados conceitos para aplicabilidade na análise, ou seja, a incidência de um sobre o outro como instrumento de operacionalização para interpretar tanto o ambiente mediatizado dos programas matinais de Teresina quanto as estratégias para identificar modos de criar vínculos com os ouvintes e construir, assim, os contratos de leitura de cada emissora.

Isto posto, depreender e repensar os modos como o processo de mediatização afeta e se desenvolve na constituição de um acontecimento possibilita inferir sobre novos ambientes para

sua eclosão e, logo, oportuniza outros olhares, interpretações, usos e concepções que remetem a um modo singular de constituição do próprio acontecimento⁴² constituído em notícia.

Cotidianamente, distintos suportes e plataformas de mídia envolvem e acercam a vida de inúmeros cidadãos, proporcionando múltiplas opções de comunicação, seja no rádio, na TV, nos jornais ou na *internet*. Cada meio articula formas de fidelização do público junto às transmissões ou publicações.

Talvez uma das maiores mudanças nas formas de interação humana é a recente propagação das redes sociais na sociedade. O rápido desenvolvimento de plataformas e dispositivos criados para *web* tem proporcionado uma mudança significativa no comportamento social, seja pela natureza das atividades humanas ou mesmo nas relações destas.

Este movimento, apoiado pelo suporte digital, permite aos indivíduos o compartilhamento de conhecimento, a promoção de diálogos entre culturas diferentes, assim como no entrelaçamento de relações a partir da expressão de opiniões, emoções e pensamentos partilhados à distância de um clique. Atualmente, é possível ouvir rádio pelo *smartphone*, *PC's*, *tablets*, entre outros dispositivos.

A agilidade do rádio aliada a aplicativos de mensagens que funcionam como canais de comunicação e interação para com o público mantém o suporte como um dos maiores veículos de comunicação. A forte disseminação destes dispositivos móveis e a presença do rádio em grande parte destes aparelhos avivam o consumo individual e, conseqüentemente, coletivo.

Neste contexto, há de se considerar também uma expansão e migração de estações de rádio do AM para o FM⁴³ em todo território brasileiro, bem como o surgimento de programas e posicionamentos distintos que buscam atrair também públicos distintos. Deste modo, o rádio tem se firmado como um poderoso canal de comunicação, constituindo um forte e complexo elo entre emissor e ouvintes.

A interação entre os campos de emissão e recepção jamais é completa, requerendo o funcionamento de contratos de leitura capazes de produzir, de maneira imaginária, a estabilidade para o funcionamento ajustado entre os dois campos (KROTH, 2006, p. 23).

No universo radiofônico, os aplicativos de mensagens têm propiciado aos ouvintes

⁴² Embora mencionado, nesta dissertação o conceito de acontecimento não será abordado na plenitude e densidade de suas significações. Em síntese, é abordado como o que traz um conjunto de regras e convenções discursivas, como enredo e enquadramento no universo jornalístico.

⁴³ Números datados do dia 04 de dezembro de 2018 pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), apontavam que de 1.616 pedidos de migração do AM para o FM, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) havia liberado cerca de 1,2 mil canais sem a necessidade da faixa estendida.

partilharem de ideias sobre assuntos e temas da atualidade, dando assim pareceres e testemunhos sobre as diversas e distintas abordagens realizadas durante as transmissões de rádio. A portabilidade e uniformidade de conteúdos em dispositivos multiplataforma permitem às rádios estarem cada vez mais próximas do público e, conseqüentemente, ampliarem o espectro na busca por uma maior audiência. A partir de uma lógica mercadológica que rege o funcionamento de emissoras de rádios comerciais, as empresas buscam também captar e fidelizar ouvintes, pois as audiências têm cada vez mais impacto no investimento de anunciantes que garantem receitas publicitárias.

O rádio recebeu 4,4% do *share* de investimento publicitário no primeiro semestre de 2018. Ao todo, o meio recebeu quase 3 milhões de inserções publicitárias no período. Ao somarmos o tempo de todas as comerciais no período e em todas as emissoras monitoradas, foram mais de 1 milhão de horas de publicidade no rádio (KANTAR, 2018).

Mesmo em um cenário atual, em que as mídias sociais obtêm a atenção de um público cada vez mais crescente, pode-se induzir que o universo radiofônico ainda tem espaço significativo de uma audiência numerosa, objetivamente pelas características de um meio de comunicação prático, simples, objetivo e acessível. O veículo, ao contrário de outros suportes de mídia, a exemplo da TV, não exige atenção fixa e dispensa certo letramento digital, este último, como ponto necessário para o domínio das redes sociais circunscritas na internet.

Desde as experiências iniciais para a transmissão de mensagens de voz à distância, a busca pela portabilidade foi uma constante, ligada além de questões tecnológicas a aspectos econômicos. Ao final da década de 1920, “quase todos podiam adquirir um receptor confiável e a preço razoável, pagando em prestações” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1923, p.123). Vale salientar que este cenário descrito acima se a realidade dos países centrais, principalmente da realidade vivenciada nos Estados Unidos. Hoje, o rádio informa o culto e até o inculto, pois “atualmente a concorrência mudou de característica, a produção da informação se descentralizou, os limites se tornaram mais tênues e o perfil do público se alterou” (LOPEZ, 2010, p.115).

Os atributos do veículo acentuam a cumplicidade entre ouvinte e locutor, mesmo que por vezes seja despercebido por ambos. Dado ao baixo custo para adquirir um aparelho receptor, o vínculo estabelecido entre locutor e ouvinte ultrapassa barreiras geográficas, assim como de questões religiosas, étnicas, culturais, físicas, emocionais ou mesmo financeiras.

Avaliando que o rádio ganhou impulso com a popularização do *streaming* na internet, é pertinente pensar que o veículo também se vale desta plataforma para ter um contato

completamente diferente com o público e promover a programação de uma forma mais dinâmica. Se antes a captação do sinal acontecia apenas por ondas sonoras⁴⁴ e a interação do público se dava por cartas e/ou telefonemas, este cenário hoje é outro.

Cada vez mais emissoras de rádio e os programas vinculados às mesmas possuem diversas plataformas de comunicação na internet como forma de interagir com o público para alavancar audiência e manter em evidência sua programação. “Estes conteúdos nos ajudam a estabelecer sentimentos de pertença e a marcar diferenças frente ao ‘Outro’” (KISCHINHEVSKY, 2009, p.226).

Ostensivamente, o rádio dá os primeiros sinais de experimentos para uma nova forma de interação, na expectativa de transformar o ouvinte em parceiro dessa estrutura mútua e complexa. Essas novas interfaces e configurações agenciadas junto ao universo radiofônico estabelecem um convite à participação popular, aqui analisados sob a ótica dos programas matinais teresinenses *Jornal da Clube* (FM Clube Teresina 99,1), *Jornal da Teresina 1ª Edição* (Teresina FM 91,9), *Acorda Piauí* (Rádio Cidade Verde 105,3) e *Notícias da Boa* (Rádio Jornal Meio Norte 90,3).

5.1. Conhecendo os programas jornalísticos das quatro rádios teresinenses

Neste item, vale destacar aspectos das rotinas produtivas dos programas *Jornal da Clube*, *Jornal da Teresina 1ª Edição*, *Acorda Piauí* e *Notícias da Boa* enquanto elementos que configuram os conteúdos da informação. Cabe, portanto, analisar, refletir e assinalar a forma como os referidos programas dispõem, não a imagem da realidade, mas fazem a construção da própria realidade com o objetivo de expor ao público prerrogativas de temas sobre os quais deve pensar e opinar.

Outra característica observada nos programas matinais é referente ao espaço publicitário que apela à atenção do público. Tais anúncios aparecem durante transmissão e pode-se verificar a venda de espaço (referente à duração do anúncio). Por consequência, se as notícias veiculadas instigam ao ouvinte sobre o que pensar, a publicidade inserida nos radiojornalísticos aponta para o que comprar, o que consumir, em anúncios quase sempre associados a locuções enunciativas acionadas pelos apresentadores.

Assim, tais estruturas organizacionais e as relações profissionais sistematizam, em torno

⁴⁴ Gravações de conteúdo de áudio por meio de dispositivos eletrônicos, a exemplo de gravadores e celulares. São utilizadas por repórteres para a criação de material radiofônico. Também utilizadas como recursos nos radiojornalísticos, dão às personagens que têm opiniões relevantes sobre determinados assuntos.

de questões sociais, econômicas, políticas e culturais, afirmando-se como fontes de informação que permitem estabelecer relações entre conteúdos, audiência e modelos de negócio. As conformações dos programas passam a ter importância como lógicas de produção e componente da enunciação radiojornalística, em que os radiojornais buscam compilar fatos do cotidiano por meio de discursos, naturalizando-os a partir da construção, legitimação e interpretação partilhada e, assim, aptos a oferecer repertório de temas variados para consumo do ouvinte.

5.1.1. Jornal da Clube

O Jornal da Clube é um produto da grade da FM Clube. A emissora é parte integrante do grupo de TV e Rádio Clube, afiliada da Rede Globo de Televisão, instalada em Teresina. A TV Clube foi a primeira emissora de TV do Piauí e a única a operar no estado por quase 13 anos. A empresa procura vincular sua marca junto ao público com questões que enfocam a confiança e a credibilidade, a partir do *slogan* “a notícia que você confia”. A rádio teve o sistema de Frequência Modulada (FM), inaugurado em 19 de novembro de 1993, funcionando na frequência 99,1 MHz.

Apresentado pelo jornalista Marcelo Magno, o radiojornalístico conta com comentários dos também jornalistas Marcos Teixeira e João Neto. Parte do processo de produção, distribuição e circulação dos conteúdos veiculados perpassa pela relação com as redações – portal, TV e rádio – da organização a qual o programa está vinculado, no caso, o grupo Globo. Assim, observa-se que a maior parte do radiojornal ajusta-se a construção de estratégias de reconhecimento e de aproximação à lógica das narrativas que se colocam como legítimas e únicas, mas que não são produtos feitos exclusivamente para veiculação nas ondas hertzianas.

Como exemplo, o uso de matérias e/ou reportagens como produtos de conteúdos feitos especialmente para TV, cabendo ao âncora Marcelo Magno o papel de situar o ouvinte sobre as vozes de cada personagem que surgem nas ondas de rádio. Deste modo, o programa, enquanto produtor de sentidos, assume-se como agregador social, fomentando o estabelecimento de uma estrutura de relações junto ao público.

Embora haja uma realidade pretensa ao radiojornalismo que toma forma quando o locutor enfatiza *‘estamos aqui juntinhos com você’*, *‘aqui você fica não só informado, mas muito bem informado’*. Quando o ouvinte torna-se parte desses dizeres, compreende-se que o mesmo está inserido e representado na e pela posição enunciativa.

Para a compreensão dos processos de midiaticização, em especial o deslocamento do papel do jornalista, autorizam, assim, o apresentador Marcelo Magno a ocupar o lugar de

narrador e assinalam suas narrativas a partir de legitimador da verdade⁴⁵. Portanto, é pertinente refletir pela lógica dos processos de apropriação ou replicação empreendida pelo matinal. Ao que se percebe, a assimilação das rotinas produtivas desempenhadas é vista como decorrência natural do próprio processo do radiojornalismo, entretanto, é necessário destacar que tais ações podem configurar um rompimento de questões próprias do universo radiofônico, uma vez que passam a ocupar espaços que não cabem ao matinal, vistos pela ótica de uma produção legítima.

5.1.2. Jornal da Teresina 1ª Edição

Produto da grade jornalística da Teresina FM, o Jornal da Teresina 1ª Edição tem uma forte interação com os ouvintes que acompanham o matinal. Com 12 anos de fundação completados em 2017, a Teresina FM se coloca junto ao público com o conceito de música e informação de qualidade, buscando sempre abordar temas internacionais, nacionais e locais.

A proposta é de um jornalismo rápido e confiável que busca abordar fatos e notícias com o enfoque em debates, entrevistas, *flashes* ao vivo e a participação popular por meio das redes sociais e ligações telefônicas. O radiojornalístico opera na frequência modulada apresentado por Lícia Assunção e Chico Leal.

A aposta do radiojornalístico é centrada na participação ao vivo dos repórteres e intensa participação dos ouvintes. Daí a necessidade de adoção por parte do matinal de fundamentar estratégias que ajuízem aos apresentadores a função de matriz informativa e, conseqüentemente, a manutenção do status de intermediador frente à sociedade. Isto, pois, nem sempre o lugar social, observado a partir das posições enunciativas, acontece de forma simétrica com o lugar discursivo.

A partir desta percepção do programa, pelo menos duas abordagens são aqui pertinentes para reflexão. A primeira é estabelecida frente algumas questões deontológicas do jornalismo – enquanto prática social –, tais como os aspectos circunscritos na enunciação dos apresentadores quanto a objetividade e a imparcialidade. A segunda indica a distinção entre a informação e a opinião demarcada no matinal. Ajuizando a mídia como espaço de experiência singular, de ordem técnica, que atua como intermediação da experiência humana por meio das rotinas produtivas, tais questões criam efeitos de sentido, marcando e ajustando o lugar social que perpassam os discursos postos em circulação pelo programa.

Deste modo, o Jornal da Teresina 1ª Edição assume também o papel de construir

⁴⁵ “A verdade é produzida no jogo histórico das práticas concretas de poder” (FOUCAULT *in* CANDIOTTO, 2010, p.58).

socialmente a realidade por meio de eventos e fatos que se conformam em narrativas operacionais que perpassam o radiojornal, permeadas por protocolos organizacionais. Nesse sentido, as estratégias do matinal estabelecem fluxos comunicacionais a partir do acionamento de ferramentas que possibilitam aos ouvintes o uso e apropriações na participação. Tais ações denotam formações imaginárias, visto que designam o lugar que os enunciadores e co-enunciadores atribuem a si e ao outro.

5.1.3. Acorda Piauí

O radiojornalístico Acorda Piauí é um produto da grade da Rádio Cidade Verde. A emissora é vinculada ao grupo Cidade Verde, detentor de uma TV e portal de notícias de mesmo nome da organização. Atuando no dial 105,3 MHz, a programação da rádio foi inaugurada em 04 de fevereiro de 2017, após três semanas de fase experimental. Com o *slogan* “o Piauí em alto e bom som”, a Internet aparece como palco da rádio na busca por visibilidade junto ao público, haja vista que o lançamento da programação aconteceu concomitantemente a uma votação no site, em que o público escolheu a música Teresina para abrir oficialmente a programação da emissora.

Com apresentação dos jornalistas Joelson Giordani e Fenelon Rocha, o Acorda Piauí possui como características determinantes – a exemplo das outras emissoras analisadas nesta dissertação – a associação do conteúdo produzido e a participação do público por meio das mídias digitais, como pontos de interações sociotécnicas, peculiares de uma sociedade em vias de midiatização, em que a mídia se torna ambiência estabelecida em eixos da experiência humana em sociedade. Mediante este contexto, com os novos padrões de interação surgidos em meio a uma sociedade em vias de midiatização, o Acorda Piauí aposta também na transmissão *online* via *Facebook*.

O matinal não dispõe de matérias ou reportagens. Aposta nas participações de repórteres, entrevistas (em estúdio ou por telefone), mas, sobretudo, fundamenta o conteúdo a partir dos locais de fala dos apresentadores e comentaristas. Ou seja, ao assumir o papel de jornalistas, os apresentadores estabelecem uma autorização para colocar em ação a enunciação a partir de outros setores, ocupando-se e comprometendo-se dessa forma com a abordagem de assuntos sobre política, economia, educação, etc.

Desde as participações dos jornalistas Elivaldo Barbosa e Fábio Lima, com abordagens de temas e comentários sobre política e esporte, respectivamente, são ajuizados valores a partir da enunciação acionada por estes profissionais que tem, por consequência, maior credibilidade

por se tratar de editorias pertencentes a zona de atuação de cada um.

Quanto a participação do público, denota a este a possibilidade de também atuarem na produção e/ou distribuição de informações de interesse público, mesmo que o protagonismo delegado aos ouvintes seja de forma intermediada de mensagens lidas pelos apresentadores. Não existe uma participação direta, seja por áudio de redes sociais ou por telefone por parte do público que participa do programa.

5.1.4. Notícias da Boa

Dentro deste cenário, outra nova aposta do rádio piauiense se estabelece com a Rádio Jornal Meio Norte – vinculada ao grupo Meio Norte de Comunicação, detentor de uma emissora de TV, jornal impresso, portal e por outras três estações de rádio: Meio Norte FM (99.9 MHz), Boa FM (94.1 MHz) e Cocais FM (89.5 MHz).

O radiojornal Notícias da Boa, anteriormente transmitido pela Boa FM, foi incorporado a Rádio Jornal Meio Norte após a inauguração oficial da emissora em 06 de fevereiro de 2017. Com o *slogan* “a notícia em primeiro lugar”, a aposta do grupo Meio Norte é consolidar o primeiro projeto de rádio totalmente *Allnews*⁴⁶ no Piauí. Atualmente, a rádio possui programação jornalística transmitida de 6h às 22h.

Conduzido pela jornalista Cinthia Lages e com a participação do jornalista Efrém Ribeiro, o Notícias da Boa aposta em conteúdo centrado na opinião dos âncoras e de outros profissionais do grupo de comunicação que eventualmente participam do programa. Seguindo uma tendência em que cada vez mais as emissoras buscam e concorrem por espaços de visibilidade nas plataformas digitais, o radiojornalístico também centra a atenção no público da Internet. A partir da transmissão *online* do conteúdo via *Facebook*, o programa busca estar presente e, mais do que isso, estabelece a incorporação de características e possibilidades das mídias sociais na rotina produtiva. Portanto, sendo estes espaços como novas esferas de discussão e produção participativa de informação, interação e vínculo com o público, o radiojornal se acerca de outras possibilidades de legitimação perante a sociedade.

É possível, portanto, visualizar as estratégias empregadas pelo programa para legitimar-se por meio do reforço do papel social enquanto intermediador da informação e/ou atualização deste *status*, penetrado atualmente pelas características e possibilidades interacionais das mídias sociais das plataformas digitais. Quanto a participação do público, o

⁴⁶ Termo da língua inglesa que significa "totalmente notícias".

radiojornal afirma que o microfone está à disposição, no entanto o que acontece, de fato, não é uma participação efetiva dos ouvintes, mas sim uma intermediação circunscrita na enunciação da apresentadora Cinthia Lages. Isso porque o programa, enquanto instituição social, é permeado de regras, normas e ritos que demarcam a ação dos atores sociais que dela participam.

5.2 Construindo contratos de leitura

Cada um dos radiojornalísticos tem uma natureza particular ao estabelecerem mecanismos para o início de cada programa. Os matinais mantêm singularidades no primeiro bloco referente à ordem de apresentação quanto às estratégias informativas, tais como abertura, escalada, entre outras. Essa dinâmica não sofre alteração na estrutura dos quatro programas ao longo dos dias analisados.

Todavia, embora exista um ordenamento a partir da escalada, no decorrer dos programas, observa-se desconexões quanto à natureza de cada editoria. Os procedimentos adotados pelos matinais proporcionam que temas relacionados à polícia, cidades, política, concursos, etc., sejam apresentadas de forma “entrelaçada”, sem uma organização de divisão no que diz respeito ao exemplo da distribuição de temas por blocos.

As matérias, intervenções de repórteres, entrevistas e participações de ouvintes são distribuídas em conformidade com o decorrer dos programas. Com base nisso, observa-se que os radiojornais agregam características de uma organização da programação de forma espiralada, com ciclos de notícias dos mais diversos temas e editorias. A editoria de esportes é a única em que se nota uma abordagem fixa com relação à estrutura dos matinais. Nos programas Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição e Acorda Piauí, as notícias esportivas são trabalhadas sempre no último bloco, pouco antes do encerramento dos radiojornalísticos.

5.2.1. Formas de enunciar: características e peculiaridades de cada um dos radiojornais matutinos

Ao passo em que as ações institucionais das rádios de Teresina consolidam-se junto à população, ou seja, o público pretendido, as mesmas constataram a necessidade de utilização de estratégias comunicacionais adequadas às características da sociedade em vias de midiaticização em que estão inseridas. Tais estratégias são percebidas ora focadas na divulgação de ações, ora na abordagem a partir de pontos de vínculos junto ao público, aferindo o nível de circulação das mensagens transmitidas por atores midiáticos e não-midiáticos. Deste modo, os

programas consolidam-se a partir da escolha e participação do público, estabelecendo um modelo no qual a audiência é consumidora, mas também produtora de conteúdo.

Operando dentro de uma sociedade em vias de midiatização, os programas matinais de Teresina definem, com base em condições próprias de processos produtivos, as operações que engendram as lógicas de interação, estabelecendo as zonas externas e definindo os espaços de conexão entre estas fronteiras.

Tais espaços constituem, concomitantemente, procedimentos que se inscrevem na vida da sociedade, permeando e compondo formas de disposição e funcionamento de uma sociedade em “vias de midiatização” como organizadora de sentidos. Isso acontece, pois, a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social e de intensificação de processos conformam tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos (FAUSTO NETO, 2008).

Os programas jornalísticos do rádio teresinense mantêm uma veiculação diária, de segunda a sexta, direcionadas ao público de diferentes classes sociais devido às particularidades de grande penetração e baixo custo, características de um produto radiofônico. Em geral, os veículos apresentam semelhanças, a exemplo da atuação na mesma faixa de horário matinal, compreendido entre 6h e 9h. No que diz respeito ao turno que são veiculados, os matinais encontram-se em uma faixa considerada como o horário nobre do rádio e que se constitui, assim, em um horário apropriado para o público que os programas disputam audiência.

Por meio de matérias, anúncios, recursos sonoros, entre outros, os programas são divididos em blocos e tratam por meio de seus apresentadores de assuntos específicos de diferentes áreas. Cada programa possui uma forma de abordagem característica, mas sempre fundamentada em opiniões de profissionais capazes de despertar o interesse do público, estabelecendo, assim, um vínculo com o ouvinte e incorporando seus lugares de fala.

Entretanto, mesmo as semelhanças não apagam as diferenças das estratégias discursivas que compõem o impacto desses quatro programas, pois mesmo que os domínios temáticos sejam parecidos, os posicionamentos que os suportes delegam perante determinado material veiculado é o que configura o seu destinatário.

Entre os elementos observados, podem-se destacar as estratégias que modelam as relações dos programas matinais com o ouvinte e como estas relações se apresentam como reflexo da midiatização no cenário radiofônico teresinense. Dessa forma, observa-se que o desenho organizacional da rádio e dos programas em questão se organiza pela intensa e imperativa participação dos ouvintes na programação diária. O público participante complementa e ‘nor-teia’ o trabalho da emissora e proporciona aos apresentadores, juntamente

com a equipe, traçar um retrato amplo de questões abordadas em tempo real.

Para o rádio, cujo modelo de negócio quase sempre se alicerçou na comercialização da audiência de potenciais ouvintes – a partir da venda de espaços de publicitários dirigidos a segmentos específicos de consumidores – cada vez mais as rádios teresinenses apostam no uso de plataformas digitais para contribuir no aumento e a relevância deste modelo de negócio.

Tais procedimentos, adotados pelos programas, analisados a partir da organização da produção radiofônica conferem um aspecto de recurso atrativo ao programa, assim como a possibilidade de inserir o ouvinte na categoria de indivíduo assíduo e participe da programação dos matinais. Vale reforçar, antecipadamente, que a delimitação de bloco para esta dissertação considera a seleção do estilo de linguagem usada e a organização sistemática da estrutura da proposta por cada radiojornalístico.

5.2.1.1. Jornal da Clube

O Jornal da Clube é desenvolvido em seis blocos. O programa começa com um *jingle* que destaca a marca da FM Clube no universo radiofônico. Em seguida, é entonada a locução de “hora certa” pelo apresentador Marcelo Magno, assinalando o início do radiojornal. A vinheta padrão do matinal marca a transmissão radiofônica: “Jornal da Clube, as primeiras notícias do dia com a credibilidade do jornalismo do Sistema Clube de Comunicação”.

A singularidade do radiojornal é associada aos traços da locução e a utilização de recursos sonoros, tais como a vinheta padrão do programa e a trilha que marca o tom da locução durante a escalada com alternância do BG. Na escalada, são geralmente utilizadas quatro manchetes. Durante apresentação das principais notícias o apresentador Marcelo Magno busca tecer comentários, respeitando características como a simplicidade.

Após a escalada, uma das características é apresentar os destaques da editoria de política dos principais jornais impressos do Piauí e do país. Embora o jornal Meio Norte figure entre os jornais de maior circulação no estado, o mesmo não aparece durante a locução do apresentador Marcelo Magno. Isto se justifica, pois, o grupo Meio Norte é um dos concorrentes da FM Clube.

Vale ressaltar, mais uma vez, que o entendimento sobre a divisão de blocos não é condicionado apenas à pausa proveniente pelo intervalo. Tal como identificado no matinal Acorda Piauí, o Jornal da Clube segue uma estrutura de organização bem particular. Embora utilize efeitos sonoros de trilhas, vinhetas e alternância de demarcação com o BG, o matinal não mantém uma lógica estrutural pela separação de editorias. Assuntos de política estão sempre sendo trabalhados juntamente com temas ligados a outras áreas.

O radiojornalístico é estruturado por meio da leitura de notas, participação de repórteres por telefone e em estúdio, entrevistas com personagens também realizadas por telefone e estúdio. O programa não dispõe de conteúdo de matérias e/ou reportagens feitas com antecedência pela equipe. Nota-se o uso de conteúdo produzido para TV – seja da Globo nacional como da afiliada TV Clube – que são veiculados no rádio sem uma devida adaptação às características do suporte.

Pela particularidade da TV em utilizar imagens e, conseqüentemente, caracteres para identificar cenários e pessoas, ao apresentador Marcelo Magno é condicionado o papel de explicar pontos do conteúdo veiculado, como informar os ouvintes quem foram os personagens que surgiram ao longo da matéria/reportagem.

Seja na inserção do público na cena radiofônica por meio da linha telefônica ou por mensagens enviadas por redes sociais, o Jornal da Clube busca reforçar traços particulares do programa. A exemplo, para inserir a participação do ouvinte, o matinal usa o recurso de uma vinheta personalizada como “porta de entrada”. Também se percebe uma preocupação com o uso da técnica, com a utilização de vinhetas trabalhadas para demarcar a chamada e retorno do intervalo comercial.

Durante os dias analisados não foram verificados informes sobre o clima. Notícias sobre o trânsito são veiculadas de acordo com informações que chegam por meio dos ouvintes ou por assessorias, a exemplo do caso em que a Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito (Strans) enviou nota para alertar a população na mudança do trajeto da avenida Miguel Rosa em virtude da queda do poste no cruzamento desta via com a rua Magalhaes Filho.

A editoria de esportes é trabalhada no último bloco. Os jornalistas João Neto e Marcos Teixeira que dividem o estúdio com o apresentador Marcelo Magno comentam as principais notícias sobre esportes. Porém, quase que na totalidade, assim como acontece no Acorda Piauí, as informações giram em torno do futebol. Outra particularidade do jornalístico é a constante presença da produtora Nayara Nadja ao longo do programa, seja por meio da checagem de informações, seja na participação a frente dos microfones para comentar sobre temas abordados no programa. Contudo, no encerramento do matinal não é disponibilizado a ficha técnica.

5.2.1.2. Jornal da Teresina 1ª Edição

O Jornal da Teresina 1ª Edição possui uma variedade de ações que lhe conferem uma dinâmica peculiar na abertura e condução do programa. A primeira sistematização que marca a transmissão do radiojornal é caracterizada por uma vinheta de hora certa que acompanha o

nome da emissora – “hora certa, Teresina FM” – assinalado pela locução da apresentadora Lícia Assunção assinalando o horário.

A partir deste ponto, o programa utiliza uma vinheta de abertura – “Começa agora, Jornal da Teresina primeira edição. As principais notícias, debates, entrevistas e a sua participação. Jornal da Teresina primeira edição” -, som de trilha e, em seguida, outra vinheta para circunscrever o quadro de opinião na locução de Chico Leal. O programa sistematiza sempre essa lógica encabeçada para o início.

Sempre ao final do quadro opinião é executada a música “Aluga-se” – interpretada pelo grupo Titãs: “a solução pro nosso povo eu vou dar. Negócio bom assim ninguém nunca viu. Tá tudo pronto aqui é só vir pegar. A solução é alugar o Brasil! [...]”. Após o quadro, o programa realiza a abertura.

Diante do exposto, o reflexo dessa conjuntura sistematizada pelo programa merece atenção, uma vez que a reconfiguração e ajustes de mecanismos da estrutura estabelece uma relação específica com o público. O programa tem como premissa uma vertente participativa que ajuíza que qualquer cidadão é um potencial produtor de conteúdo e pode contribuir para a construção do noticiário. Isso estabelece uma forte conexão entre o programa e o público, que participa ativamente, seja pelas redes sociais ou por ligações telefônicas.

Com uma lógica particular, o programa delimita as transições ao marcar o fim de uma ideia com a alternância de BG. Também articula chamadas para temas nacionais de maneira destacada. Após o anúncio dos destaques nacionais, a apresentadora Lícia Assunção apresenta, de forma clara e objetiva as entrevistas em estúdio, situando o ouvinte sobre os personagens e o tema de cada uma. De igual modo, articula uma narrativa sobre os fatos históricos correlacionados com a data de veiculação do matinal.

A vinheta “trânsito e estrada” assinala dicas e sugestões na locução da apresentadora Lícia Assunção. Este espaço de informação é acompanhado do *spot* do anúncio de um centro automotivo, patrocinador do matinal. Outro ponto que chama atenção está no fato que a ficha técnica do programa aparece na abertura e não no final.

O Jornal da Teresina 1ª Edição condiciona o desenvolvimento por meio da leitura de notas pelos apresentadores, participação dos repórteres em estúdio e por telefone, entrevistas em estúdio e por telefone, mas, sobretudo, na participação dos ouvintes que atuam diretamente com comentários, opiniões, sugestões durante todo o programa.

5.2.1.3. Acorda Piauí

Ao todo, o Acorda Piauí é dividido em sete blocos. No primeiro, são apresentados a abertura, a escalada, o destaque de Fenelon Rocha (o apresentador aborda temas ligados à política em âmbito local e nacional), além da pergunta do dia, em que a proposta é discutir questões e temas atuais e polêmicos. O programa inicia com uma vinheta equalizada e trilhada. Por meio deste recurso sonoro é entoado o nome da empresa e do matinal: “Cidade Verde. Acorda Piauí!”.

Em seguida, Joelson Giordani faz a primeira locução de hora. Outra vinheta trilhada reforça o nome do radiojornalístico, desta vez, associada aos principais anunciantes do programa. A abertura é acompanhada por uma trilha sonora que se torna ausente a partir dos primeiros comentários dos apresentadores que ocorre, simultaneamente, após o anúncio da pergunta do dia e a chamada para as primeiras participações de ouvintes via *WhatsApp Messenger*. O transcorrer do matinal é marcado por uma locução seca e sem trilhas sonoras como complemento. Geralmente, são dispostas cinco chamadas na escalada.

No início do radiojornalístico, não existe uma sistematização para usabilidade de artifícios de BG⁴⁷ (*background*) para intercalar e ajustar a locução no fechamento de determinada ideia. Por consequência, a locução estabelecida de forma linear promove um encadeamento quase análogo a aspectos específicos, tais como a abertura e a escalada. Entende-se que a organização desencadeada pelo programa busca assegurar a audiência por intermédio da estratégia adotada, além do status da emissora e a popularidade do matinal.

Constatam-se os comentários dos apresentadores como ações para fomentar o andamento da proposta lançada a partir da pergunta do dia. Durante a análise, no programa veiculado no dia de julho de 2017, a exemplo, vê-se uma ruptura na estrutura correspondente ao início do segundo bloco com a inserção de um testemunhal⁴⁸. Na ocasião, Joelson Giordani e Fenelon Rocha detalham a matéria de capa da revista Cidade Verde com a precariedade e perigos da BR-135 no sul do Piauí.

⁴⁷ Recurso sonoro em volume inferior à locução do apresentador. Tal mecanismo possui uma função expressiva e reflexiva, pois compreende-se estes processos e estratégias cognitivas inerentes à mente humana, os quais são postos em prática na interação social

⁴⁸ O conceito é utilizado com base nas especificações de Barbosa Filho (2003) que define o testemunhal como peças radiofônicas que usam da confiança dos comunicadores para o convencimento do público. Assim, é necessário que os apresentadores se envolvam diretamente com o produto, para a notoriedade e efeito da mensagem publicitária, do contrário, o testemunhal perde o valor.

Quadro 1 - Descrição de testemunhal presente de forma diferenciada no Acorda Piauí

Testemunhal	Apresentador	Locução
Revista Cidade Verde	Joelson Giordani	Fenelon Rocha, a revista Cidade Verde já está circulando, já está nas bancas, trazendo na capa o drama que é a BR-135, a dificuldade que é trafegar por essa rodovia e o risco que implica circular alí naquele trecho de rodovia que liga cidades importantes do sul do Estado do Piauí e liga o sul do Piauí ao Brasil [...]
	Fenelon Rocha	[...] Tem um efeito pessoal, tem o efeito econômico isso tudo tem que ser levado em conta e esse desenho Geral do que representa a realidade de hoje da 135 é, tá nessa matéria extraordinária que é a matéria de capa da revista Cidade Verde que já está nas bancas[...]
	Joelson Giordani	[...]Vá lá na banca mais perto da sua casa e compre a revista Cidade Verde!

Fonte: Autoria própria.

No que corresponde à estrutura, entre o primeiro e último bloco, o programa segue uma padronização com relação ao uso de vinhetas para marcação de passagem e retorno de intervalo, leitura e comentários de notas, entrevistas com personagens em estúdio e por telefone, participação dos repórteres por telefone e em estúdio, interposições para situar o ouvinte quanto ao bloco seguinte e demarcação da hora certa na locução do apresentador Joelson Giordani.

O matinal não dispõe de matérias ou reportagens feitas a partir de material gravado. Em alguns casos, algumas sonoras de personagens veiculadas são complementadas com informações e comentários dos apresentadores. Convém destacar que embora ao longo do programa o apresentador Joelson Giordani busque instigar a participação do ouvinte por meio de mensagens via *WhatsApp Messenger* a mesma só acontece de forma intermediada.

Fica a cargo de Fenelon Rocha, o outro apresentador, realizar a leitura com as opiniões e comentários enviados pelo público durante o programa. Informações sobre o trânsito só foram observadas nos dois últimos dias do *corpus*. Contudo, informes sobre cotação da moeda e sobre o clima não foram identificados.

Durante o sexto bloco do Acorda Piauí é veiculado o quadro “a política em detalhes”. Nele, o jornalista Elivaldo Barbosa participa diretamente dos estúdios para dialogar sobre diversos temas ligados à editoria de política. O jornalista caracteriza-se como narrador e comentarista de conflitos e agendas políticas noticiáveis, tanto no âmbito local quanto nacional. A atuação do profissional centra-se na análise sobre os fatos por meio de diálogos com os demais apresentadores em estúdio, sobre falas dos parlamentares e diversas repercussões. Com participação de Elivaldo Barbosa, nota-se que o programa visa garantir equilíbrio e diversidade de opiniões e informações.

No sétimo bloco, é a vez do jornalista Fábio Lima elencar as principais notícias do esporte internacional, nacional e local com o quadro “cidade esportiva”. Na figura do

profissional, são estabelecidas opiniões, mas um conhecimento esportivo que embasa as informações. Com uma contextualização dos fatos e *links* com acontecimentos no mundo esportivo o jornalista busca apresentar uma visão sobre modalidades esportivas, com observações e análises que ajudam o ouvinte a compreendê-lo. Com a participação de Fábio Lima, ao informar, conclui-se que o programa ajuíza reconhecimento ao profissional como alguém capaz e com conhecimento suficiente para exercer tal ofício. Vale destacar que tanto o quadro político quanto o esportivo são precedidos de vinhetas que os demarcam na cena radiofônica.

O encerramento do programa tem uma estrutura particular. Não é disponibilizada a ficha técnica do matinal. Ao término é veiculada a vinheta – “um resumo do que foi destaque no Acorda Piauí de hoje”, que tem uma trilha com efeitos de *plugins* para diferenciar a voz do locutor principal em um tom mais grave. Depois da vinheta, Joelson Giordani relembra as principais notícias que foram veiculadas no radiojornalístico.

5.2.1.4. Notícias da Boa

A organização é uma das questões que caracteriza as fases das rotinas produtivas de cada programa. Pode-se compreender a divisão do Notícias da Boa em três blocos. O primeiro bloco começa a partir da locução de hora realizada pela apresentadora Cinthia Lages. Depois, uma vinheta sem trilhas marca o início do matinal: “agora na Rádio Jornal Meio Norte, Notícias da Boa, com Cinthia Lages”.

O primeiro bloco, assim como os demais, não tem uma estrutura de ordenamento para a distribuição de conteúdo, exceto que no início do programa são veiculadas as principais notícias do jornal impresso Meio Norte. Contudo, desde a previsão do tempo no primeiro, como mensagens de ouvintes, observa-se uma falta de sistematização de encadeamento, agrupamento e execução do material veiculado. Informes de “hora certa” são poucos e espaçados, visto a característica do programa ao vivo.

Em uma sociedade imediatista, no qual a praticidade e rapidez são muito valorizadas, a clareza e simplicidade ainda são características preponderantes do universo radiofônicos. Para tanto, os apresentadores/locutores precisam passar as informações da maneira mais concisa possível. O que se percebe no programa é totalmente o oposto. Tanto as locuções de Cinthia Lages como do jornalista Efrém Ribeiro se conformam em um diálogo, por vezes, prolixo e outras vezes desconexo. Outra prática observada que pode atrapalhar a compreensão dos seus ouvintes é a locução em ordem indireta. Vícios de linguagem são constantes durante a locução

dos apresentadores. Por mais que sejam um traço da fala oral, tais vícios tornam a locução confusa.

Assim como os demais matinais analisados nesta pesquisa, o programa Notícias da Boa não dispõe de material produzido exclusivamente para o rádio. A aposta é centrada nas entrevistas e participações dos repórteres, ambas tanto por telefone quanto no estúdio. Outro aspecto também está na centralidade destinada aos comentários dos apresentadores. A participação dos ouvintes é condicionada a leitura de mensagens pela apresentadora Cinthia Lages e veiculação de áudios enviados pelos mesmos.

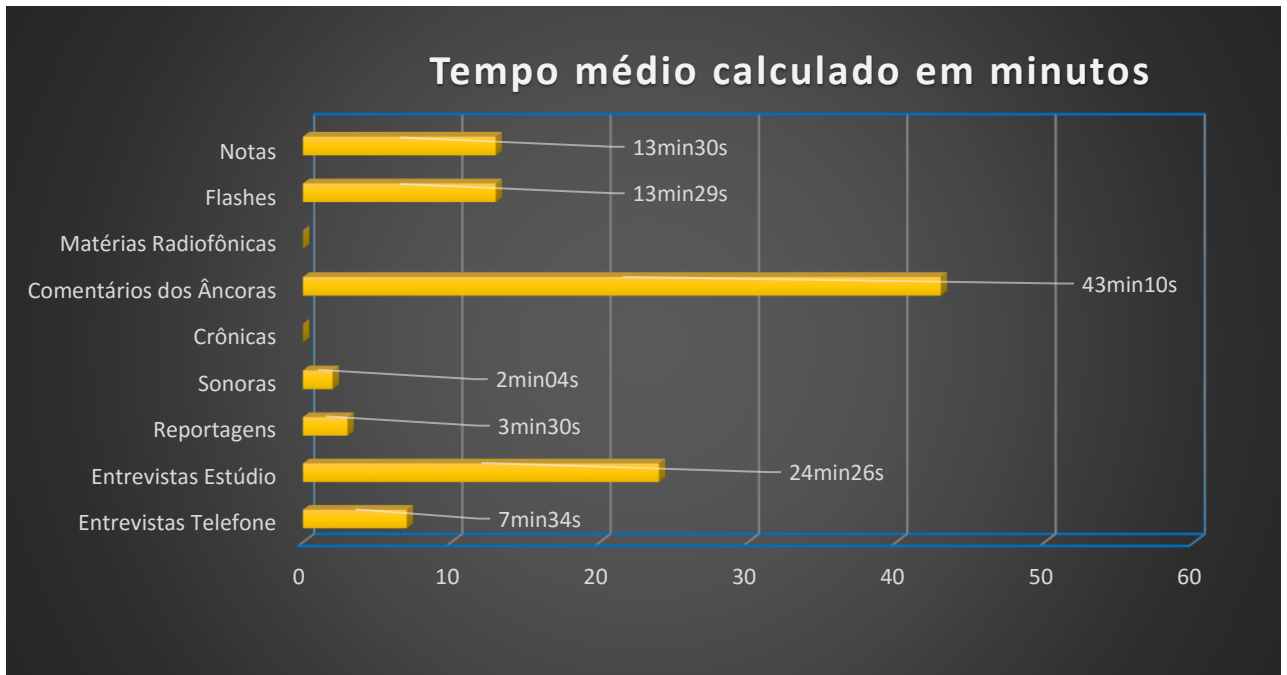
Boa parte das matérias veiculadas são produtos da Agência Rádio Web e normalmente a referência quanto ao detentor dos direitos e o repórter responsável pela matéria são suprimidos na edição. Mesmo após a veiculação, repórteres e agência não são creditados na locução da apresentadora Cinthia Lages. Durante a análise, foi verificada também a utilização do quadro Viva Maria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) apontado como matéria. O mesmo também não foi creditado.

Erros técnicos e de organização são corriqueiros. Desde a interrupção abrupta de matérias, som de BG na mesma altura da locução, veiculação de áudio de ouvinte incompressível, identificação de repórteres apenas pelo primeiro nome, até o esquecimento de microfone ligado após ida para o intervalo comercial. No último bloco, é apresentada a “boa de hoje”, referente a uma notícia a qual o matinal quer dar ênfase. Ao final do programa, é veiculada uma vinheta de encerramento – “você ouviu na Rádio Jornal Meio Norte, Notícias da Boa, com Cinthia Lages”.

Constatam-se, a partir da análise, que os programas configuram distintas adequações quanto ao universo da produção sonora: a nota como relato mais sintético e objetivo da notícia; a matéria radiofônica enquanto relato mais completo da notícia; os *flashes* como registros de fatos de maneira concisa e objetiva por meio da participação de repórteres; os comentários dos âncoras dispostos pelo encadeamento de assuntos ou de aspectos de um assunto; a crônica como formato que transita nas fronteiras do radiojornalismo e da literatura; as sonoras como diversificadores da programação radiojornalística, identificadas diretamente com a voz dos envolvidos; a reportagem como uma estrutura mais complexa, fruto de uma investigação minuciosa e com a utilização de recursos sonoros, como exemplo, uso de trilha, sons ambientes, entre outros; entrevistas (por telefone e em estúdio) configuradas pelo diálogo entre apresentadores e entrevistados, geralmente no sistema pergunta-resposta

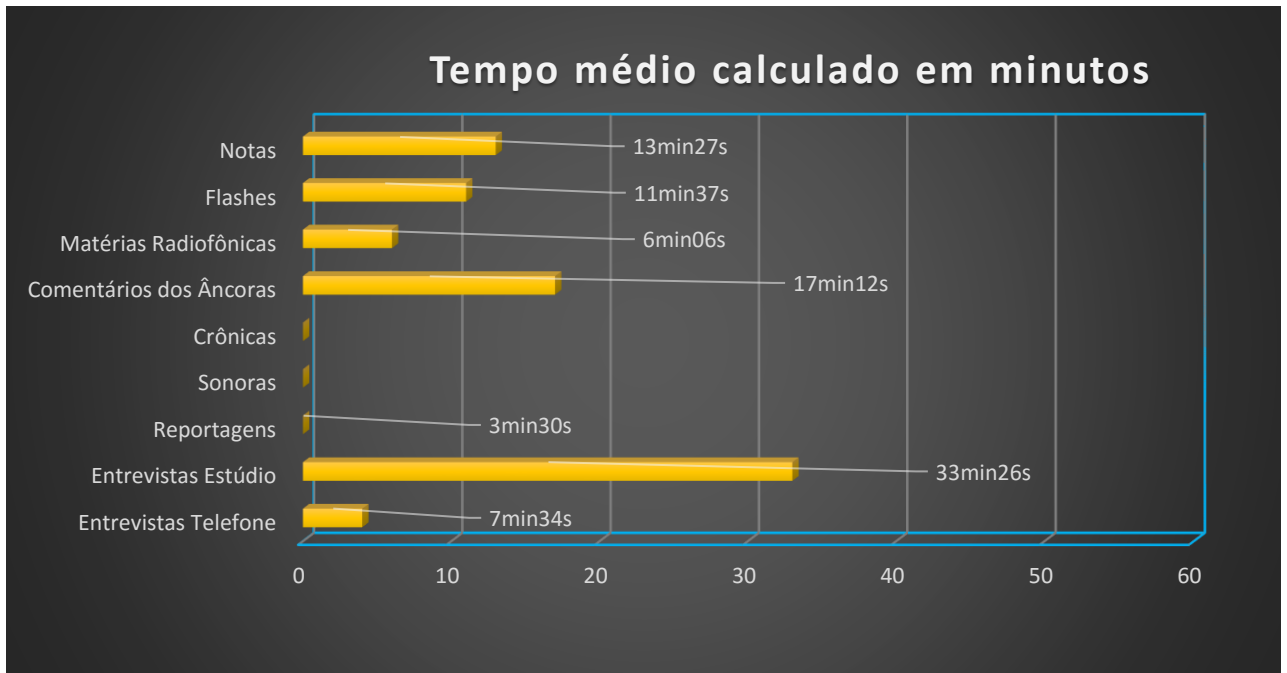
A seguir, a distribuição do conteúdo seguindo a ordem de demarcação estabelecida pelos programas matinais teresinenses.

Quadro 2 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Acorda Piauí



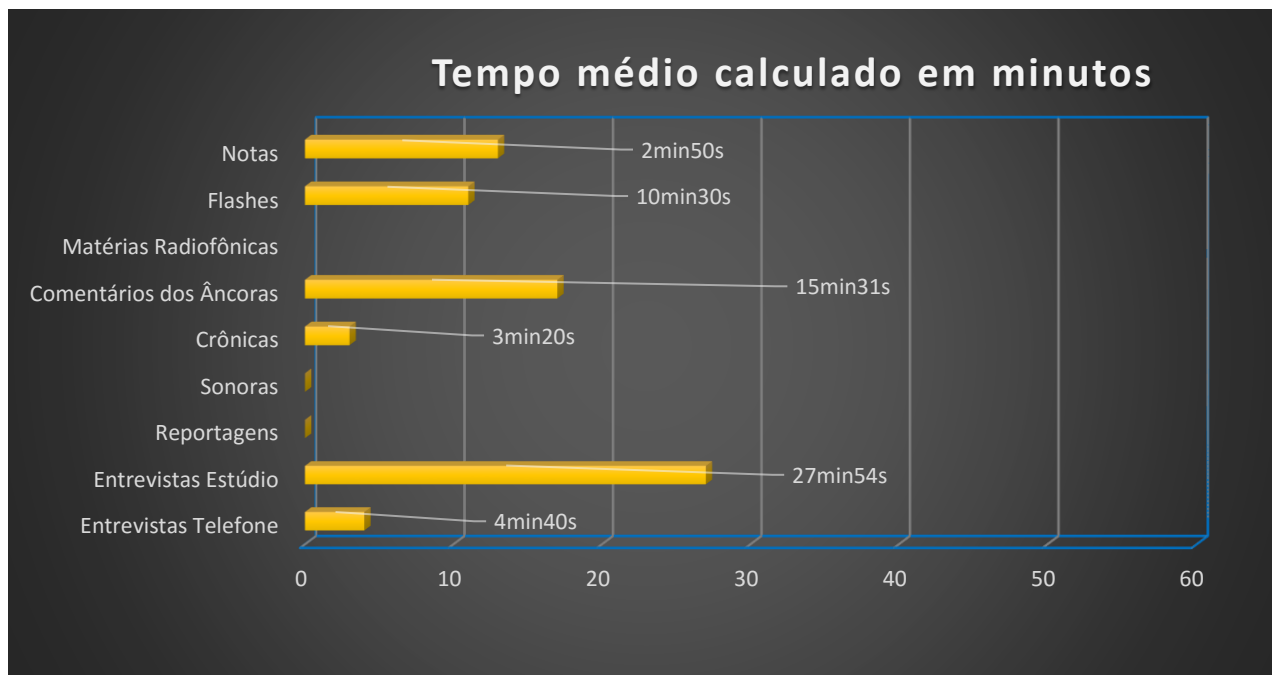
Fonte: Autoria própria.

Quadro 3 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Jornal da Clube



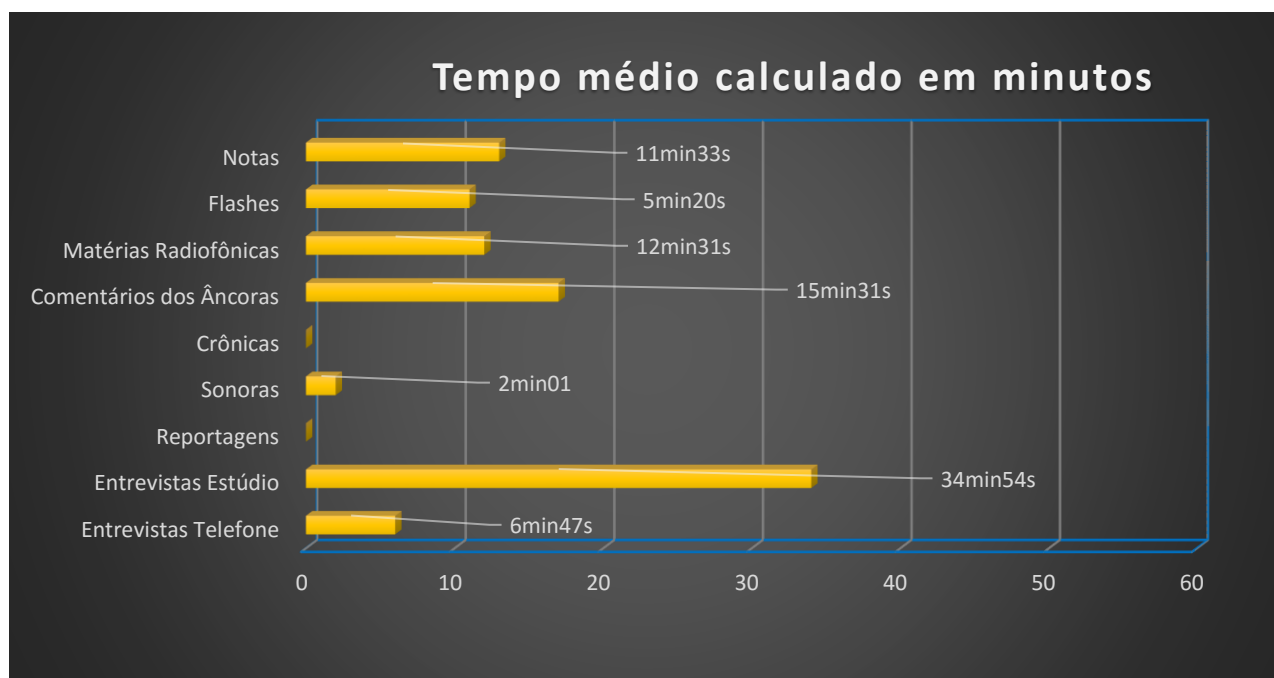
Fonte: Autoria própria.

Quadro 4 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Jornal da Teresina 1ª Edição



Fonte: Autoria própria.

Quadro 5 - Tempo médio destinado a diferentes segmentos no transcorrer do Notícias da Boa



Fonte: Autoria própria.

5.2.2. Diversidade dos formatos de entrevistas

As entrevistas nos quatro matinais seguem padrões similares quanto a dois formatos, assim como a dinâmica de perguntas e respostas em que o primeiro apresentador é o fio condutor da intermediação com os personagens. Quanto às entrevistas, elas são feitas por telefone e em estúdio. A entrevista por telefone nos quatro programas tem a média de 5 a 8 minutos. E as que acontecem em estúdios possuem duração maior, compreendendo uma média entre 15 e 23 minutos

As entrevistas em estúdio do programa Acorda Piauí são conduzidas pelo âncora Joelson Giordani e complementadas por comentários e questionamentos de Felon Rocha. Todavia, entre as particularidades que podem ser elencadas é a existência de uma fragmentação por comentários tanto por parte de Joelson Giordani quanto de Felon Rocha.

Dentro deste cenário, algumas questões referem-se a prováveis eventos futuros "PP pode virar Progressista" ou consequências futuras de ações do governo "prefeitura de Teresina vai inaugurar série de obras durante programação do aniversário da capital". Geralmente, são informações originadas em especulações e apontamentos por principais líderes, difíceis de contrastar em outras fontes e, portanto, improvável de refutar.

Assim como acontece em estúdio, as entrevistas por telefone também seguem a dinâmica de interposição de comentários e questionamentos por ambos apresentadores. A repetição de estruturas é forçada mutuamente validando uns aos outros. Vale destacar que não existe participação dos ouvintes do Acorda Piauí durante a condução dos processos de entrevistas elencados.

No Jornal da Clube, a interação nas entrevistas em estúdio tem uma relação assimétrica. Embora o matinal disponha uma ideia que os participantes tem os mesmos direitos comunicacionais que o apresentador Marcelo Magno que trabalha métodos para se assemelhar ao protocolo exigido no acionamento dos próximos passos da entrevista, isso não acontece. O que percebe-se é uma lógica de disjunção e corresponde a uma assimetria.

Contudo, é oportuno assinalar que os locais de falas de cada um dos participantes, seja qual for seu endereçamento, são diferentes e definidos pelos lugares ou funções que cada interlocutor ocupa no espaço da entrevista, pois existe uma heterogeneidade que permite caminhos diferentes nessa forma singular de conversação.

Nota-se, por exemplo, na figura de Marcelo Magno a existência de uma amplificação das questões que envolvem os temas das entrevistas. Em outros momentos, um filtro de cerceamento para conduzir a narrativa de acordo com os interesses do programa e, por último,

uma conjunção de manobras que potencializam a recriação e constituição dos fatos por parte dos envolvidos.

Quanto à participação dos ouvintes durante as entrevistas em estúdio, percebe-se uma assimetria, visto que a interação do público se associa à descrição e discussão das características dos eventos e fatos relatados. Ademais, revela-se a partir dessas participações, a organização do programa a partir de estruturas interativas específicas, em que cabe ao público determinar como e qual informação deseja.

Neste cenário, surgem estratégias que priorizam a participação do ouvinte, seja pela questão de uma dinâmica proposta pelo matinal ou pela compreensão que o envolvimento do público está diretamente relacionado às exigências de uma sociedade participativa e ativa. Em vista disso, a pragmática da função de cada um dos interlocutores na entrevista não esgota. As atribuições se sustentam nas intervenções do público e do âncora concomitantemente.

As entrevistas em estúdio no Jornal da Teresina 1ª Edição são arquitetadas e projetadas como alguém que busca averiguar algo no ou por meio do entrevistado. Ainda que o matinal engendre formas singulares que tem a ver com cada um ou com cada situação, Lícia Assunção e Chico Leal ao perguntarem, selecionam elementos do que o outro fala, para pontuar, interrogar ou incentivar a continuidade do diálogo. Os apresentadores situam-se num polo de atividade que detêm certo poder de indicar a direção da narrativa. Nesta corrente, os âncoras se apresentam como imparciais, defensores e como intermediadores das necessidades de um público que também tem voz.

Logo, há sempre outras questões, ponderações, palavras e questionamentos que chegam a redação por meio da participação dos ouvintes, refazendo a estrutura e contribuindo para o desenrolar dos temas propostos nas entrevistas. Com esses manifestos ordenamentos nas rotinas produtivas, é possível, então, redefinir o papel dos apresentadores. De articuladores da produção noticiosa nas entrevistas passam a exercer a função de intérpretes e controladores da qualidade com o apoio do público produtor/consumidor.

Quanto à disposição do tempo das entrevistas em estúdio, o matinal condiciona o tempo dentro da duração de determinado bloco, com exceção de entrevista com a advogada Eduarda Miranda, conselheira federal da OAB-PI, sobre a reforma trabalhista, veiculada no dia 10 de julho de 2017, em que foi intercalada por intervalo comercial.

Nas entrevistas por telefone, mesmo que o prestígio do entrevistado o ilustre de alguma forma como detentor do comando da situação, existe uma atividade de diferença indicada nos vocábulos dos entrevistadores e entrevistado. Um instiga, desencadeia um processo ao qual o outro, em princípio, se submete. Sejam quais forem as formas técnicas adotadas, a condução é

sempre função dos entrevistadores, pois cabe a eles gerenciarem as perguntas, levando o outro a falar, sendo mantida, portanto, uma condição assimétrica.

O tom de conversa casual, improvisada e leve da vida cotidiana, funciona como parâmetro avaliativo das questões desempenhadas no Notícias da Boa durante o processo das entrevistas em estúdio. Estes pontos assinalam que os participantes estão ligados por pactos, compromissos, que, de alguma forma, determinam seus lugares no cenário radiofônico matinal. Neste caso, há negociação individual ou de determinado contexto em função do quadro de relevâncias que se estabelece na interação entre Cinthia Lages e Efrém Ribeiro com o(a) entrevistado(a).

Isto se deve não apenas pela autoridade estabelecida previamente aos apresentadores, mas também pelo contexto da entrevista atribuída aquele(a) que está na condição de entrevistado(a). Cinthia Lages e Efrém Ribeiro detêm a capacidade de permitir ou conduzir o deslocamento de autoridade associado às figuras que representam para aquilo que os entrevistados dizem. Um dos locutores pode fazer uma pergunta não efetivamente por um esclarecimento, mas para condicionar o entrevistado, orientando, assim, os argumentos que seguem na fala do(a) entrevistado(a). Um exemplo desse tipo de deslocamento se instaura quando os apresentadores criam um comentário com a finalidade de direcioná-lo para certo objetivo, estabelecendo uma locução persuasiva.

De acordo com os objetivos e articulações citadas acima, nas entrevistas por telefone Cinthia Lages organiza tais ações de modo a alcançar os fins a que se propõem no início da interação com o(a) entrevistado(a). Neste formato de entrevista, embora fique mais evidente uma organização dos elementos de linhas de subordinação, abrem-se ramificações que produzem nos entrevistados a possibilidade de se reconhecerem nas narrativas ou mesmo de promoção de uma autoavaliação em relação aquele tema.

Assim, a simetria como condição intrínseca à entrevista nos quatro matinais, considerada aqui de maneira específica pode oscilar em uma continuidade situada entre extremos, a autoridade e a possibilidade de alteridade. Quanto à estrutura, destaca-se no procedimento dos matinais que as entrevistas por telefone sempre são conduzidas pelo primeiro apresentador: Joelson Giordani (Acorda Piauí), Marcelo Magno (Jornal da Clube), Lícia Assunção (Jornal da Teresina 1ª Edição) e Cinthia Lages (Notícias da Boa).

Os cortes ou interrupções feitas pelos apresentadores, seja para interposição de notícias e/ou questionamentos de ouvintes são mais identificados no Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição, vide as particularidades dos dois programas na permissão de participação do ouvinte por telefone. Esses mecanismos de corte e reintrodução da entrevista são, portanto,

típicos destes dois matinais citados por meio de uma “costura” com comentários dos apresentadores dos radiojornalísticos em questão. Identifica-se que os apresentadores dos quatro matinais primam pela simpatia na busca por criar um ambiente agradável para que a situação comunicativa se instaure durante a condução das entrevistas.

5.2.3. A participação dos ouvintes e os tipos de informação veiculados no rádio matinal

Frente ao ato de noticiar, os programas matinais se ajuízam como uma tribuna em que diversos atores dialogam sobre distintos assuntos. Se no aspecto da produção os radiojornais possuem apresentadores fixos nos estúdios e repórteres percorrendo a cidade, no que tange ao processo de circulação, os ouvintes interferem na programação participando, principalmente, com entradas ao vivo por telefone ou por meio das redes sociais digitais com envio de mensagens de texto, fotos e vídeos. O tempo destinado à participação dos ouvintes segue parâmetros diferenciados por cada um dos matinais.

No Acorda Piauí, o tempo médio é de dois minutos de participação, que totaliza 1,6% do tempo do programa; Jornal da Clube é designado o tempo de dez minutos e vinte segundos que corresponde a 10,2% do tempo do matinal; o Jornal da Teresina 1ª Edição destina cerca de 26 minutos totalizando cerca 38,3% do tempo do radiojornalístico; no Notícias da Boa, o tempo médio concedido à participação do público é cerca de três minutos, correspondente a 2,5% de duração do programa.

Deste modo, a fala institucional dos profissionais dos matinais como operadores do conteúdo radiojornalístico é acrescida pela participação do público decorrentes de múltiplos fluxos interativos. Transitando nessas circunstâncias, o ouvinte auxilia na composição de narrativas multifacetadas. Todos os programas matinais enfatizam a participação do ouvinte pela qual lhes é oferecida a possibilidade de expor críticas, sugestões e opiniões sobre os assuntos abordados. Contudo, vale ressaltar que a participação do público não é totalmente efetiva. No Acorda Piauí, as participações são apenas através das leituras das mensagens enviadas pelas redes sociais e aplicativos. Pode-se afirmar, portanto, que existe certa interatividade. Entretanto, o ouvinte participa apenas na voz do locutor ao ler as mensagens.

No radiojornalístico Notícias da Boa, a participação dos ouvintes acontece por meio da leitura de mensagens e divulgação de áudio enviado pelo público. Em ambos os programas, o ouvinte não participa por ligação telefônica. Outro aspecto pertinente ao condicionamento informativo destes dois programas é quanto à legitimação de atuação em que são incorporadas transmissões *online* à rotina produtiva na busca de elevar a presença no ambiente virtual a um

patamar equivalente à programação sonora.

Quanto à relação entre os temas abordados no Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição e o espaço conferido aos ouvintes, além das formas de participação citadas acima, nota-se a presença do ouvinte em segmentos que podem ser delineados como colaborativo (participa e auxilia com sugestões e menções de fatos para a produção do matinal), propositivo (introduz novos pensamentos e ideias sobre assuntos em voga no matinal) e crítico (desempenha posição reflexiva e questionadora com a opinião e comentários).

Em tempos de discussão de um rádio cada vez mais inclusivo, o desenvolvimento sob aspectos de uma sociedade em vias de midiaticização e focado estrategicamente para as demandas do público, no Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição o ouvinte colaborativo atua de modo a fomentar a ação informativa, com vistas a alçar processos mais prospectivos na rotina produtiva dos radiojornalísticos. O deslocamento e, conseqüente, foco quanto a um novo ponto de vista de relevância se instaura a partir da percepção do ouvinte. Ao assinalar algo que estava no entorno e que agora foi inserido no contexto situacional do universo radiofônico, marca o status colaborativo.

O aspecto do ouvinte propositivo é notado conforme a este é atribuído o domínio sobre certo assunto e a compreensão relativa às situações apresentadas durante veiculação dos dois matinais em questão. Compreender tais circunstâncias suscita também interpretar na figura do ouvinte – em termos sociais, afetivos, políticos, entre outros – o ato de sintonizar, acompanhar e buscar complementar a programação em conformidade com as estratégias de poder e saber destes matinais. Isso coloca, frontalmente, os envolvidos na dinâmica do universo radiofônico quanto à possibilidade de reconfiguração e um olhar distinto às narrativas radiofônicas apresentadas.

Reconhecendo que os aspectos da escuta – circunscritos nas esferas racional, sensorial e emocional – podem provocar determinados efeitos nos ouvintes, tais ações decorrentes desses fatos estariam interligadas tanto ao julgamento do valor estético na audição quanto da sensação que os matinais evocam no público, convocando o ouvinte a preencher ou completar as lacunas no ato comunicacional. Embora limitados pelo controle editorial, este ouvinte participa ativamente da programação e assume, por vezes, papel de protagonista.

O interesse na dinâmica dos matinais remete à ampliação e projeção da fala dos ouvintes, com depoimentos, sugestões, críticas e comentários sobre os mais variados temas. Pela lógica desempenhada por cada radiojornalístico, a participação dos ouvintes ajuda a tornar o programa mais variado e, conseqüentemente, menos cansativo, despertando a curiosidade e o interesse por parte do público. Além de buscar dinamizar a relação entre os interlocutores

presentes no universo radiofônico, com a participação do público, os radiojornalísticos visam romper a monotonia de um eventual monólogo e, assim, tornar os programas mais atrativos ao ouvinte.

5.2.4. Os comunicadores-estrela nos programas matinais

Os “comunicadores-estrela” dos matinais teresinenses configuram-se em um tipo mais versátil de apresentadores para além do radiojornalismo. Simbolizam o protagonismo dos radiojornais, que transitam pelo espaço televisivo e afixam junto ao público aspectos de legitimidade e credibilidade. O Jornal da Teresina 1ª Edição é o único entre os programas analisados em que os profissionais figuram e atuam apenas no universo radiofônico. Os quatro programas também apresentam a dobradinha de comentarista-analistas, que assumem o papel de especialistas em assuntos, como política, polícia e esporte.

Se por um lado as transformações históricas no radiojornalismo contribuíram para a consolidação de valores inerentes à produção radiofônica, por outro, também pode-se pontuar que o papel da prática profissional é fator determinante para as dinâmicas dos apresentadores que, ao longo do tempo, passaram a representar um importante papel social.

O radiojornalismo, entendido como um conjunto de saberes especializados que estabelece modos de ser, de agir, de falar, de descrever e de perceber o mundo, contribui igualmente para compreender o papel exercido pelos apresentadores dos matinais teresinenses que, geralmente, carregam a responsabilidade junto ao público a respeito da veracidade e credibilidade do que é noticiado.

Os apresentadores apresentam grande versatilidade em suas atividades como comunicadores, uma vez que atuam num mercado de trabalho amplo e variado. Podem residir justamente na participação por parte destes profissionais em outros espaços de mídia as formas de vínculo com o público no universo radiofônico.

Além de ser um dos responsáveis pela condução do radiojornalístico Acorda Piauí, Joelson Giordani ocupa o lugar de âncora no telejornal Jornal do Piauí, produto da grade da TV Cidade Verde. Em 2015, o apresentador teve uma passagem de três meses pela TV Clube (afiliada Rede Globo no Piauí), onde atuou como repórter. De volta ao grupo Cidade Verde, é um dos principais nomes da empresa de comunicação, com desempenhos, principalmente, na TV e no rádio. Adota uma linguagem acessível e direta e tem espaço para comentar sobre os assuntos abordados.

Coapresentador do matinal, Fenelon Rocha tem ampla atuação no jornalismo local e

nacional. No setor público, exerceu inúmeras funções, incluindo o cargo de secretário de Comunicação do Piauí. Além de exercer a atividade de apresentador, é diretor de jornalismo da Rádio Cidade Verde, atua como comentarista político da Cidade Verde com atualização de uma página no portal e diversas participações nos programas televisivos da emissora.

Além dos dois apresentadores, o Acorda Piauí conta com a participação de outros “comunicadores-estrela”, a exemplo do jornalista esportivo, Fábio Lima, e do jornalista político, Elivaldo Barbosa. Ambos possuem uma página destinada às editorias mencionadas no portal do grupo Cidade Verde. No mais, os profissionais também são figuras constantes como analistas das respectivas editorias nos programas de TV da emissora. Cabe assinalar, igualmente, a participação dos repórteres da TV Cidade Verde, Gorete Santos e Tiago Melo, no matinal. Este último, inclusive, figurou como apresentador do Acorda Piauí no recorte do *corpus* analisado nesta dissertação.

À frente de programas da TV Clube, Marcelo Magno tornou-se sinônimo de credibilidade e está entre os nomes de destaque do jornalismo piauiense. Para além da função de apresentador do radiojornalístico Jornal da Clube, ocupa o cargo de editor-chefe, responsável pela linha editorial do programa. O profissional também exerce as atribuições de apresentador do Piauí TV 1ª Edição e editor-executivo da TV Clube. No matinal, o comunicador interage bastante com o público que, vez por outra, participam do radiojornal opinando, pelo telefone, sobre os mais diversos assuntos do dia.

Como âncora do Jornal da Clube, Marcelo Magno divide a bancada com o jornalista e repórter, Marcos Teixeira, e com o também apresentador do Bom Dia Piauí (telejornal da TV Clube), João Neto. Este último tem 27 anos dedicados à profissão de jornalista. Com a presença dos profissionais mencionados, os assuntos abordados, geralmente do âmbito econômico, político ou esportivo, tomam forma.

Embora dividam a apresentação com Marcelo Magno, os outros “comunicadores-estrelas” não chegam a ser considerados âncoras do programa. Na faixa de horário que corresponde a veiculação do Jornal do Piauí, João Neto está no ar pela TV Clube. A ele fica reservada a participação nos 15 minutos finais. Embora assuma uma postura mais informal, a figura de Marcos Teixeira está mais vinculada ao papel de repórter. Por meio da interação entre os profissionais, o programa se configura em um tom ainda mais intimista, o que, eventualmente, o torna mais leve.

A condução do programa de maneira mais flexível exige dos comunicadores uma performance que transita pela centralidade da veiculação de notícias e no estabelecimento de vínculos com o ouvinte. Em circunstâncias muito específicas, a formalidade característica do

matinal dá lugar a um ar de descontração.

Além de estar à frente da condução do matinal Notícias da Boa, Cinthia Lages é conhecida do público piauiense pela apresentação do programa de entrevista Universo Mulher, exibido pela TV Meio Norte. Com sólida experiência no universo televisivo, a partir da realização de matérias factuais e especiais para os mais diversos programas de TV, atualmente, a comunicadora divide a rotina produtiva entre a rádio, TV, portal e jornal impresso do Sistema Meio Norte de Comunicação.

Cinthia Lages tem como companheiro de bancada no programa Notícia da Boa o jornalista Efrém Ribeiro. Estima-se que o comunicador seja um dos profissionais mais bem pagos do jornalismo piauiense. O coapresentador coleciona polêmicas no currículo profissional. É considerada uma figura controversa, pois não se furta a emitir a opinião sobre qualquer assunto abordado, mesmo os mais delicados e constrangedores. Tais aspectos renderam ao jornalista um histórico de agressões por companheiros de imprensa e até mesmo políticos locais.

Tanto Cinthia Lages como Efrém Ribeiro têm aparições recorrentes na programação da TV Meio Norte. Além de atuarem como profissionais em múltiplas plataformas, os comunicadores usam com frequência as próprias redes sociais para reportarem fatos ligados ao espaço jornalístico. No matinal, os apresentadores buscam utilizar uma linguagem simples, entretanto, pouco direta. A exploração de diferentes nuances da notícia é sempre complementada com comentários carregados de ironia. Pela análise, demonstram certo desapego do *script* e se permitem comentários particulares e reações menos programadas.

Diversas são as funções dos “comunicadores-estrela” nos programas matinais. Além do papel informativo, dão lugar à publicidade por meio de testemunhais para validar um produto/ideia, oferecendo uma leitura particular sobre os eventos que narram. Em consonância, esses profissionais se encontram inseridos em um contexto hipermediático em que as fronteiras entre instâncias de TV, do rádio e outras plataformas, de certo modo, se inter cruzam.

5.2.5. Aspectos da linguagem radiofônica nos radiojornalísticos matinais

As funções da linguagem estão para além da gramática. Para entendê-la inteiramente, é necessário entender o processo comunicacional. Aprender que a comunicação é um modo de expressão, não apenas na língua falada ou escrita, denota assimilar um gesto, uma escultura, uma melodia como processos comunicativos. Assim, em um sentido macro, a música e a pintura são exemplos de linguagens.

No âmbito comunicacional, a linguagem detém e se conforma por um código próprio,

que compartilhada pelos interlocutores da mensagem configuram a transmissão da ideia pretendida. Considerando as características dos programas matinais de Teresina, assinala-se que elas possuem um papel diferenciado e isto significa, entre outros aspectos, a criação de uma linguagem radiofônica para produzir um ambiente sonoro que, de alguma forma, traduzam, a partir de traços peculiares, à construção dos relatos.

Um dos fatores que pode ser considerado para tornar o ouvinte participante do processo no e pelo qual está inserido demanda da experiência estética o reconhecimento do valor simbólico das mensagens irradiadas pelos matinais do rádio teresinense. Outro ponto que precisa ser destacado é o caráter da metalinguagem que aciona determinada situação e, consecutivamente, os resultados da experimentação, pois como explica Bakhtin (1997), a metalinguagem não é simplesmente um código: sempre há um comportamento dialógico para com a língua descrita e analisada.

Compreende-se este desempenho na ação comunicacional de organizações/produtos de radiodifusão com o objetivo de fortalecer as marcas e vender produtos e serviços. Partindo de tais entendimentos, nota-se que os matinais se comunicam diferente com o público a fim de se demarcar nos espaços como diferenciais. Isto correlaciona-se com Kischinhevsky (2016) ao reconhecer a radiofonia a partir da configuração de um complexo midiático – ademais no âmbito tecnológico – por meio das etapas de criação/produção, edição, distribuição e consumo, contudo, sem desconsiderar os hábitos de escuta.

Dos inúmeros processos/atividades executados no radiojornalismo, da redação à leitura de notas, da edição à veiculação do material produzido, da pauta, primeiro momento da produção jornalística, à apresentação dos radiojornais existe uma relação assimetricamente negociada.

Na análise dos quatro matinais, nota-se que a linguagem não é pensada e produzida para o radiojornalismo. Em um primeiro momento, os interlocutores/apresentadores dos matutinos teresinenses tratam a fala e a escrita como formas completamente dicotômicas no processo comunicacional radiofônico. Explica-se, durante a observação do *corpus*, a escrita, segundo esse entendimento, sobrepõe-se à fala sempre. Valorizam-se, neste momento, a pronúncia das palavras. Ritmo, clareza e objetividade da mensagem padecem – quase sempre – diante de tais questões fonético-fonológicas.

Em geral, os programas matinais teresinenses ainda não conseguiram definir, de forma integral e única, uma forma de se falar em radiojornalismo. De modo mais específico da contextualização, os profissionais que atuam na área produzem os textos, em diferentes níveis, e em atividades para além do radiojornalismo, tendo como referência e parâmetros, textos de

outras plataformas.

O desajuste da linguagem radiofônica nos matutinos teresinenses também pode ser notado pela realocação de profissionais oriundos de outras mídias – televisão, jornais impressos, revistas, portais, etc. Concomitantemente, desde meados da década de 1990, as redações foram informatizadas e o *gilette-press*⁴⁹ aparentemente foi apenas reconfigurado para uma forma de *internet-press*, com a leitura literal, no ar, do material publicado por portais, *blogs* e por sites de notícias especializadas.

Continuando a respeito do aspecto da linguagem radiofônica, é necessário destacar pelo menos quatro elementos que complementam o texto, de acordo com Ortiz e Marchamalo (2005). Os autores destacam que a música, efeitos sonoros e palavras são elementos que compreendem os códigos necessários para que o receptor crie a imagem concreta daquilo que se objetiva demonstrar e transmitir.

Na concepção de Ortiz e Marchamalo (2005), a música composta pelo timbre, a harmonia, o ritmo musical, a orquestração, etc, pode apresentar dois diferentes tipos de mensagem: um de conteúdo meramente emocional e outro de caráter convencional. A primeira condicionada às sensações anímicas que é capaz de provocar. A segunda pelo sentido inconscientemente associado (ex. o hino nacional).

Os efeitos sonoros, de maneira descritiva, ilustram o texto ou a situação de forma realista. De forma figurada, criam ambientes ou situações emocionais. A palavra corresponde à dicção, ao tom, ao timbre da voz que acentuam determinados tipos de mensagens e sinais. A estes elementos, os autores acrescentam o silêncio que se configura na ausência premeditada de som que provoca no ouvinte sensações de expectativa ou inquietude.

A partir das proposições dos autores, compreende-se a linguagem radiofônica constituída e integrada por componentes verbais e não verbais. Ou seja, organizada por elementos linguísticos objetivamente determinados: combinação harmoniosa e expressiva (música); sons artificiais e/ou naturais que recriam cenários e elementos que fazem parte do ambiente descrito (efeitos sonoros); sons fonéticos (palavras); lapsos e ausências de sinais vibracionais de caráter significativo em uma sequência temporal (silêncio).

Fundamentado nas propostas de Ortiz e Marchamalo (2005), a música aparece presente nos matinais por meio, principalmente, de jingles e trilhas nos casos específicos do Acorda Piauí, Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição. No programa Notícias da Boa, não há trilhas.

⁴⁹ Jargão jornalístico para o ato de copiar informações de outros veículos de comunicação

Os efeitos sonoros, por sua vez, têm a função de tornar o que se ouve nos matinais verossímeis. Os efeitos sonoros, determinantes para a recriação das paisagens sonoras são identificados nos programas por meio de vinhetas. No caso do Jornal da Teresina FM, identifica-se também sinais acústicos (bipe temporizador), utilizados para demarcar que o tempo está esgotado durante a participação do ouvinte por telefone.

A palavra é o instrumento pelo qual se expressa o pensamento humano. Entende-se, de acordo com as premissas de Ortiz e Marchamalo (2005), a palavra como fator para evocar sensações e estimular a imaginação. Portanto, a palavra configura-se nos programas, principalmente, a partir das locuções dos âncoras, participações dos ouvintes e o material produzido.

O silêncio, na proposta dos autores, parte de um caráter premeditado. Entretanto, nos programas não se observa isto de forma previamente concebida. Portanto, o silêncio estabelecido nesta conformidade estaria ausente na programação nos radiojornalísticos matinais.

No Acorda Piauí, embora a repetição, que permite sobrevida à memória do ouvinte ao significado dos enunciados pronunciados, a linguagem empregada quase sempre segue contornos de uma orientação não objetiva. Verifica-se uma comunicação restrita, pois o que os apresentadores Joelson Giordani e Fenelon Rocha aparentam é uma ausência de percepção de que o público alvo da emissora configura-se como potencial ouvinte, uma plateia projetada/imaginada. Não o público de fato, mas a projeção deste.

Se durante a programação do matinal veem a necessidade de chamar a atenção do ouvinte que gira o *dial* em busca de um conteúdo, é pertinente ajustar os modos da linguagem apropriada para manter o público sintonizado por um período maior e mais contínuo. Isto é, identificado nas relações de poder entre os interlocutores, podem refletir-se na simetria ou assimetria e a colaboração observável em nível de construção dos enunciados postos em circulação. Por meio do segmento de esquetes do programa os apresentadores expõem os jogos entre os sentidos explícitos, os implícitos e os seus alargamentos.

Tanto no Acorda Piauí quanto nos demais matutinos nota-se uma conformidade dos apresentadores, ou seja, não existe uma diferenciação no caráter da informação e da opinião, pois como bem assinala Ortriwano (1985) as emissoras de rádio ainda não se conscientizaram de que a informação é realmente sua matéria-prima e que devem cumprir a função principal do meio: informar.

Embora no Jornal da Clube o âncora Marcelo Magno articule ações na tentativa de tornar “compreensível” a veiculação de matérias, a citar, a identificação dos personagens que

deveriam constar na locução do repórter e não do apresentador, o conteúdo proveniente de outras plataformas veiculado sem qualquer adequação implica na desconsideração de características pertinentes à linguagem radiofônica.

Verifica-se na locução do apresentador um esforço para alinhar a linguagem às estratégias de identificação do público-alvo. Desconsidera-se, portanto, a simplicidade e clareza, aspectos básicos da linguagem para a necessária criação e desenvolvimento de programas e da grade de uma emissora de rádio.

Na análise da linguagem diante do processo interacional com foco em uma conversação, ou mesmo em parte dela, pode-se observar a possibilidade de delineamento (ou reestruturação) dos interlocutores presentes no *Jornal da Clube*. O processo de uma objetivação de um fluxo planejado de informação é uma característica que define o radiojornalismo, simultaneamente, sobretudo, pela velocidade da entrada dos conteúdos, das vinhetas e das vozes. No matutino, a tensão e o compasso são mantidos com o auxílio das trilhas sonoras.

O exemplo peculiar de uma logística da escrita programada na linguagem do matinal é assinalado por meio de uma produção grafada. Tal fato é proveniente da locução de uma nota, chamada e pequenos conteúdos informativos. Por outro lado, a locução espontânea do apresentador Marcelo Magno – compreendida por uma conversação não grafada⁵⁰ – segue a lógica da fala, assume lógicas de estratégias discursivas, ao longo da conversação, que podem resultar em sucesso ou não na argumentação.

No *Jornal da Teresina 1ª Edição*, o público alvo e a audiência propiciam a aliança entre conteúdo e linguagem radiofônica na busca de um fortalecimento de relações de proximidade entre os interlocutores. O estilo humorístico, por vezes, presentes na linguagem do programa também robustecem a relação com a audiência. Uma estrutura que chama a atenção da audiência, pois Lícia Assunção e Chico Leal buscam estabelecer afinidades.

As vinhetas e a música “Aluga-se”, interpretada pelo grupo Titãs e veiculada logo após o Quadro Opinião enquadram a conexão e dão certa continuidade aos conteúdos que estão justapostos na linguagem presente no programa. A música citada assume as categorias de voz-discurso, ou seja, aquela que transporta uma ideia e conserva uma organização dentro da lógica oral ou da escrita. Contextualizando com Bakhtin (2003), principalmente sob os aspectos da polifonia, entende-se que seu material (da música) não é inerte, pelo contrário, é falante, significante (ou semiótico)

⁵⁰ Denota-se pela observação e percepção na análise de disposição da locução que não se centram em um texto redigido.

Sob este aspecto, nota-se que a linguagem adotada no Jornal da Teresina 1ª Edição segue uma premissa de que o público conhece os contextos, as características da linguagem aplicada na música, seja ampla ou heterogênea em concordância com a linguagem disposta na crônica de Chico Leal. Todavia, tais estratégias levam ao questionamento se estariam centradas na eficácia deste esforço, vide que pelo descrito até o momento, pressupõem de uma dupla dimensionalidade de Lícia Assunção e Chico Leal em mensurar (1) ouvinte real: aquele que sintoniza a rádio (fruto efetivo da audiência); (2) ouvinte potencial: ou seja, projeção da audiência (público pretendido).

Tendo a mensagem sonora apenas a duração da continuidade da realidade acústica a qual se estabelece, percebe-se na locução dos apresentadores, principalmente de Lícia Assunção a atenção na busca por situar o ouvinte sobre a condução do programa. Todavia, alguns aspectos de cacofonia⁵¹ são observados e a utilização do gerúndio é recorrente (ex: só lembrando aos ouvintes; continuamos recebendo em nossos estúdios; estamos falando). É válido salientar que as frases devem representar uma ideia ou ação, sempre usando o verbo no infinitivo, pois é a forma mais forte e vibrante.

Na linguagem do matinal também podem ser observados aliterações, ou seja, palavras iniciadas pela mesma letra, frases que denotam rimas (“a elevação da inflação”), pronomes possessivos e redundâncias (“em sua ampla maioria”).

Como descrito anteriormente, pelo aspecto da instantaneidade na linguagem radiofônica, proveniente, entre outras similaridades pela natureza dos programas ao vivo, torna-se fundamental uma locução clara, precisa e popular no rádio. Mesmo esta relação possuindo aspectos particulares, deve-se respeitar a conformidade da linguagem no rádio. Alguns pontos pertinentes são observados de forma mais contundente no programa Notícias da Boa. Ao longo do programa, evidencia-se o uso de vícios de linguagem e termos clichês (“o velho fantasma volta a assombrar”). Uma escassez na estruturação gramatical pode ser constatada com erros de português recorrentes.

Verifica-se a deficiência de uma linguagem forte e direta que, eventualmente, deve partir do mais importante para o menos importante. Durante o programa, os apresentadores Cinthia Lages e Efrém Ribeiro abusam do excesso de adjetivos que não fornecem informações, distraem a atenção e são associáveis com a opinião dos âncoras. Os apresentadores que procuram ressaltar as marcas da fala fazem uso de frases apelativas, das

⁵¹ Vício de linguagem. Consiste em sons produzidos pela junção do final de um vocábulo e começo de outro. Ecoam desagradavelmente, causando tonalidades ridículas ou muitas vezes que levam à não distinção da mensagem.

aliterações, do gerundismo, do pleonasma, das onomatopeias, das reduções fonéticas e outras estratégias que aproximam a lógica da escritura da fala e comprometem o entendimento.

Além destes, expressões que remetem ao futuro e ao passado também são bastantes presentes. Vale destacar, igualmente, que a cacofonia presente empobrece a linguagem do programa (“nós nos truncamos”), assim como os deslizos no uso de expressões que não correspondem com as características auditivas do suporte (“veja, olhe”). Além dos vícios provenientes da linguagem da TV, materializam-se na locução de Cinthia Lages e Efrém Ribeiro, tendo em vista que assim como o Acorda Piauí, apostam na transmissão de vídeo do conteúdo radiofônico tal como é desenvolvido no estúdio.

Isto corrobora com Adami (2016) quando o autor acentua que o rádio sequer tornou-se arcaico diante das novas mídias e o potencial interativo propiciados, ao contrário, ajustou ao veículo conviver como nenhum outro meio com as mídias sociais digitais e aprendeu. Meditsch (2016) auxilia a repensar as formas como os programas continuados, que se vendem numa duração variável de acordo com a sustentação econômica, por meio do patrocinador, são maleáveis, pois não obstante sofrem altos e baixos devido a capacidade de organização e as modificações do ambiente social, assim como nos seus fenômenos cotidianos.

O rádio, veículo da efemeridade, do transitório, presente em uma sociedade em vias de midiática tomou proporção importante tanto em aspectos mercadológicos quanto em estudos científicos sobre a área.

A linguagem do matinal nos radiojornalísticos teresinenses dispõe de elementos invocativos (“confira, fique conosco”); imediatismo, haja vista que a mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida; a instantaneidade como característica da rapidez na divulgação de informações e a brevidade que pressupõe que a mensagem seja entendida na primeira vez. Os apresentadores buscam uma comunicação interpessoal, pois estabelece uma proximidade, uma forte identificação, uma ligação emocional junto aos ouvintes.

As utilizações de efeitos sonoros nos matinais teresinenses dependem da transformação técnica e do desenvolvimento para a produção de som, mas também da alfabetização/arquitetização na linguagem radiofônica de produtores, pois compreendida, devem ser percebidas pelo ouvinte para além da linguagem oral-verbal. Não se pretende aqui desqualificar o trabalho desenvolvido por apresentadores e equipes dos referidos programas. Entretanto, é preciso insistir na necessária formação teórico-prática dos profissionais, o que traria mais qualidade na performance e narrativa ao conteúdo irradiado durante a programação dos matutinos.

6. O CENÁRIO RADIOFÔNICO MATINAL TERESINENSE PARA ALÉM DAS ONDAS HERTZIANAS

No âmbito radiojornalístico, a inserção de dispositivos como os *smartphones* facilitaram o trabalho de captação, produção, distribuição e circulação da notícia. Por oferecer inúmeras vantagens, estes aparelhos têm sido cada vez mais adotados pelas instituições de imprensa e por usuários ávidos a participarem da rotina produtiva das redações radiojornalísticas.

Compreende-se, assim, as múltiplas faces do jornalismo como setores expressivos pela forma de organização de novos padrões de construções discursivas da realidade, tornando-se referência para os atores sociais na forma de indivíduos e/ou instituições. Estas colocações são pertinentes, pois, como afirma Lopes (2004), dois processos consolidam-se no campo do jornalismo: a comercialização da mídia e a profissionalização dos jornalistas.

Hoje, algumas emissoras apostam nos aplicativos de mensagens multiplataforma que permitem a troca de informações pelos *smartphones*. As redes digitais e sem fio tem propiciado a mobilidade e o dinamismo. Além das mensagens tradicionais de texto, os usuários de plataformas, a exemplo do *WhatsApp Messenger*, podem utilizar a ferramenta para o envio de imagens, vídeos e áudio. O aplicativo, lançado em 2009, teve a patente obtida em 2014 pela rede social *Facebook*. Em relatório dos resultados financeiros, publicados em 30 de outubro de 2018 pelo site *PR Newswire*, a empresa de Mark Elliot Zuckerberg estima que 2,6 bilhões de pessoas usem o *WhatsApp Messenger*.

No Brasil, a estimativa é de que 120 milhões de usuários utilizem o aplicativo de troca de mensagens. Mediante tantos recursos, a utilização destes dispositivos móveis aliados às tecnologias e engendramento no meio social auxilia na reflexão da midiatização como resultado de um fenômeno que instaura novas percepções a partir da virtualização de processos sociais, portanto, atua em um tipo de relacionamento do indivíduo, além da complexidade e a atribuição para a apreensão de uma realidade comunicacional, com referências sensíveis à percepção de verdade, ou seja, uma outra condição antropológica.

Esse fenômeno em uma sociedade em vias de midiatização circunda, entre outros, a presença física de equipamentos tecnológicos, assim como usos, suas características informativas e o conjunto de práticas discursivas organizadoras da informação e que são postos em circulação. Posto isso, pode-se inferir que a midiatização caracteriza o relacionamento da sociedade com as mídias, a forma de apropriação de lógicas midiáticas e a centralidade da mídia no seio social. As relações cotidianas com a mídia assinalam, de igual modo, a própria produção midiática.

Isso acontece, pois com a potencialização e expansão da tecnologia os veículos de comunicação estão cada vez mais inseridos no mundo virtual, meio interativo por natureza. Por conseguinte, os processos sociais são caracterizados pelos modos de interagir da sociedade a partir da experimentação e validação de ações que traçam um limite em torno de arquétipos, que ao se tornarem disponíveis, delineiam os processos sociais. “Na sociedade em ‘vias de midiatização’ estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção” (FAUSTO NETO, 2010, p.59).

Integrantes de uma sociedade em vias de midiatização e mediante as colocações dos âncoras⁵², a participação do ouvinte é considerada essencial no processo de produção, construção e debates dos conteúdos postos em circulação. Diante deste cenário, os atores sociais obtêm espaço com a utilização de ferramentas antes predominantemente operacionalizadas por jornalistas, assim o ouvinte é convidado a participar no interior de uma cadeia produtiva, assumindo, papel de coparticipante do processo posto em circulação.

Por outro lado, o ouvinte, por meio de processos interativos, a exemplo de comentários, correções sobre um relato ou fato, e pelo envio de mensagens por aplicativos, torna-se produtor de conteúdo e transforma a notícia em um processo de construção, porque “de forma similar, quanto mais o seu formato se aproximar da linha editorial da empresa, incluindo os critérios técnicos de redação das notícias, mais probabilidade tem de ser publicizado” (LOPES, 2004, p.134).

Cada vez mais as organizações se valem de mídias virtuais para emissão de opiniões, para se relacionarem e na realização de publicidade, assim como de produtos e serviços. Estes, entre outros fatores, estabelecem o ambiente midiático virtual num espaço cada dia mais relevante na vida dos sujeitos e fator determinante para consolidação das demandas e anseios sociais. Nesse sentido, as emissoras de rádio também têm se adaptado a tal realidade na busca de satisfazer as necessidades de informação e entretenimento do cidadão para atrair e fidelizar o ouvinte.

A opção por um *corpus* que favoreça a noção da processualidade do contrato de leitura das referidas emissoras de rádio em publicações no contexto de um espaço de midiatização é de que estes observáveis sejam capazes de produzir reflexões e descrições do funcionamento do contrato. Contudo, é necessário reconhecer que este não é um estudo de tendência, mas de compreensão das particularidades dos veículos radiofônicos no contexto de relação com o público.

⁵² Segundo Castro; Bruck (2013), o âncora assume o papel de condensador de distintas percepções, análises e modos de dizer de diferentes instâncias e lugares sociais.

Para fins de identificação e descrição das estratégias de construção do contrato de leitura, neste trabalho, para além das ondas hertzianas é tomado o *banner* do perfil das emissoras no *Facebook* como superfície de análise – por ser ele uma região topográfica que sintetiza intencionalidades. Os *banners* remontam a um espaço que funciona como primeiro contato entre as emissoras e o público neste espaço virtual. Nas imagens, são analisados operadores de identificação, como o nome das emissoras, as imagens e os *slogans*.

Quanto ao uso dos aplicativos de mensagens na produção dos programas matinais teresinenses, pode-se refletir que as modificações no cenário radiofônico como meio de comunicação estão diretamente relacionadas às mudanças pelas quais acontecem junto à expansão tecnológica e à diversificação dos dispositivos de transmissão e consumo de informação. As formas de consumo do conteúdo radiofônico, seja pelo caráter individual ou coletivo, a portabilidade dos aparelhos, a inserção em dispositivos multiplataforma – a exemplo dos *smartphones* – no cotidiano consentem ao rádio estar mais próximo do público e o inserem em um contexto social que demanda repensar sua estrutura e em seus fazeres atualmente.

Percebe-se que com o surgimento das tecnologias digitais, o fluxo e a velocidade das informações despertam nos programas matinais a necessidade de aderir a essas tecnologias como forma de conquistar a audiência de um público diversificado e cada vez mais conectado na Internet. Entre os mais populares aplicativos de mensagens, estão os três grandes que pertencem ao conglomerado de empresas do *Facebook*. São eles: *Facebook Messenger*, *Instagram* e *WhatsApp Messenger*.

Nesse sentido, os radiojornalísticos vislumbraram nestes aplicativos a possibilidade para troca de mensagens de texto, imagens, vídeos e áudios. Esta ação se configura como mais uma oportunidade e estratégia dos matutinos para estabelecerem e reforçarem os vínculos com o público.

Embora citados os três maiores aplicativos existentes atualmente, no caso dos programas matinais se nota maior adesão em torno do *WhatsApp Messenger*. Somente no Notícias da Boa a apresentadora Cinthia Lages, por vezes, faz menções à plataforma do *Facebook Messenger*. O *Instagram* não aparece como opção em nenhum dos matutinos.

Os quatro programas fazem uso sistemático do *WhatsApp Messenger*, reforçando de maneira contínua a possibilidade de o ouvinte participar por esta ferramenta. Porém, cada radiojornalístico exerce uma maneira particular de utilizar o aplicativo. O programa Notícias da Boa embora veicule conteúdo de áudio enviado pelos ouvintes, a utilização deste recurso é quase nula. O radiojornalístico da Rádio Meio Norte, assim como o Acorda Piauí, condicionam

praticamente as formas de participação do público por meio das mensagens lidas pelos apresentadores.

No caso do *Jornal da Clube* e *Jornal da Teresina FM 1ª Edição* são ampliadas as formas de interação por meio do *WhatsApp Messenger*. Ao longo dos dois programas, são veiculadas mensagens de áudio enviadas pelo público e, sistematicamente, os apresentadores fazem alusões às imagens enviadas pelos ouvintes no aplicativo.

6.1. Rádio FM Clube

Antes de adentrar nas considerações e análises da proposta da Rádio FM Clube de Teresina, vale ressaltar que o *Facebook* da emissora é o único entre os quatro veículos analisados que não possui nenhuma publicação recente. A última postagem é datada de 1º de julho de 2016. Os argumentos em torno das alterações ou construção do design costumam estar associados também às questões relacionadas às estratégias de tratamento dos conteúdos, bem como ao posicionamento mercadológico das empresas.

Figura 6 - *Banner* do Perfil da Rádio FM Clube de Teresina no Facebook – Fonte: Facebook Rádio Clube



Para Verón (2004), o contrato de leitura é estabelecido em uma relação entre suportes e leitores que se constitui e que se mantém no tempo, configurando-se como um hábito de consumo baseado em uma relação de confiança. Isso é reforçado pelo *slogan* trabalhado na imagem quando apresenta “uma rádio do seu jeito!”. A ênfase da frase “seu jeito!”, descrita em caixa alta, explicita a tendência do veículo em buscar legitimar que as características do público são os aspectos que constituem a emissora.

Para melhor compreender esta dinâmica, o Verón (2004) lança mão de explicar três condições necessárias na constituição e manutenção deste contrato. É preciso considerar a dinâmica dos leitores de modo que pelo discurso seja admissível estabelecer uma relação, na

medida do necessário pode constituir mudanças que visem a acompanhar a evolução sociocultural dos leitores. Por fim, mas não menos importante, deve-se levar em conta a avaliação da concorrência com outros suportes para orientar sua adequação.

Se, de um lado, o projeto gráfico da Rádio FM Clube de Teresina representa a forma editorial e comercial, de outro ele é o aspecto que dá maior visibilidade à similaridade do público assegurando o lugar deste como quem dá credibilidade ao conjunto de informações que constituem a programação. Mais uma vez, percebemos o destaque na centralidade do papel da mulher jovem, livre e despojada na imagem.

Uma das características intrínsecas à emissora é a participação do público na constituição da rádio, mas suprime o número de uma importante ferramenta de interação em ambiente de midiatização, o *WhatsApp Messenger*. Em contrapartida, o endereço do site institucional aparece destacado duas vezes nas duas extremidades do *banner*.

O discurso não é estabelecido apenas por possuir uma gramática ou formas estruturais, embora possa tê-las como elementos caracterizadores. Nessas condições, leva-se a análise a considerar a emissora como uma instituição social. Sobre instituição social, o que se entende, a partir da visualização do *banner*, é que este funciona como um mecanismo agenciador das práticas sociais do público, na medida em que se inferia que a proposta constitui e transforma os indivíduos em atores de uma determinada ação interacional, cujas operações e lógicas se definem no âmbito do projeto radiofônico.

Com esta parte da análise, pode-se perceber que apesar do *banner* de cada uma das emissoras de rádio incluir no conteúdo diversas vozes, ocultas ou não, a proposta de todos os suportes segue um formato que as identifique perante aos leitores/ouvintes. Isto, de certo modo, permite a verificação da construção necessária para que cada veículo consiga a fidelidade do público, ou seja, que cada rádio construa o contrato de leitura a partir de marcas presentes nas e pelas formas de tratar as posições enunciativas que as definem. A comparação entre os *banners* das rádios FM Clube Teresina, Rádio Jornal Meio Norte, Rádio Teresina FM e Rádio Cidade Verde mostra as diferenças e semelhanças que as emissoras apontam para fidelizar o público.

Assim, acredita-se que os *slogans* são elaborados com objetivo de captar a atenção de um leitor/ouvinte mais preparado para desenvolver certo raciocínio e, conseqüentemente, uma identificação. Diferente disso, a Rádio Jornal Meio Norte aposta neste cenário na busca por uma identificação por meio dos aprimoramentos das condições de produção radiojornalística e de transmissão, à luz da lógica midiática, com a modernização do estúdio e a constituição de fluxos de interação com a sociedade local.

Não tratamos neste trabalho de avaliar a qualidade ou êxito na forma de apresentação das referidas emissoras apresentadas, uma vez que o objetivo se consistiu na identificação e discussão do papel do *banner* no estabelecimento de contratos de leitura. A avaliação das estratégias adotadas pelas rádios auxilia a problematizar aspectos da questão central.

A enunciação possibilita a concepção de imagens acerca de quem fala, como também permite a identificação dos aspectos de interlocutores almejados pelos veículos. A presença de um leitor/ouvinte imaginado percorre o discurso que move as propostas editoriais e gráficas pelas quais os veículos buscam renovar e/ou manter o contrato de leitura com o público a partir de determinadas configurações que assumem.

Entretanto, a análise realizada neste trabalho está sujeita a outras perspectivas de estudos, uma vez que o direcionamento dos resultados segue o enfoque da investigação e o pesquisador que emprega a análise de discursos assume um lugar de fala que sintetiza interpretações ancoradas igualmente em conhecimentos anteriores e enunciados constitutivos a própria história de vida com relação ao tema trabalhado.

6.2. Rádio Teresina FM

O jogo de sentidos e significações inerentes à atuação da linguagem oral pelas emissoras de rádio piauienses proporciona uma interação a partir de abordagens com objetivos explícitos de informar e entreter, mas também implícitos de orientar, seduzir e vender uma imagem. Tais ações estão ligadas às condições de emprego de ordem pessoal, social, institucional ou organizacional e cultural, nas quais o profissional de comunicação social está inserido.

Figura 7 - *Banner* do Perfil da Rádio Teresina FM no Facebook – Fonte: Facebook Rádio Teresina FM



O *banner* reúne muito mais do que a chamada, fotos, cores e *layout*. Ele carrega um resumo da proposta da emissora. Mais do que isso, é portador de um conjunto de marcas que

foram construídas ao longo da tradição do veículo e que, de alguma forma, são percebidas pelo público. Uma dessas marcas é a variedade de personagens utilizadas para compor a cena enunciativa.

Essa diversidade de agentes sociais, sendo ela uma operação de permanência⁵³, e os modos de abordagem são fundamentais para iniciar a relação de vínculo entre o enunciador e o público a partir do *banner*. O enfoque também chama atenção para o conteúdo da programação ser caracterizado por música e informação, remetendo na imagem um *hiperlink*, com o endereço do *site* da instituição.

Além disso, o veículo privilegia a figura da mulher jovem, salientando no *banner* também uma multiplicidade de raças. Espera-se que as mulheres se reconheçam na figura, mas não estamos falando de qualquer tipo de reconhecimento, este é definido pela publicação. A lógica segue a tendência adotada pelo *slogan* “*uma rádio para quem tem bom gosto*”.

A partir do acionamento discursivo da proposta do veículo, o entendimento dos processos de sentidos considera bem mais do que as estruturas de produção das mensagens dispostas, avalia a constituição destas mensagens tendo em vista o consumo como parte dos efeitos de sentido gerados pelo discurso, principalmente, para o público para o qual é direcionado, neste caso, o feminino.

Diversas ações que se desencadeiam no âmbito das articulações do contrato de leitura são resultantes de um trabalho midiático que, nessas condições, tem grande protagonismo, especialmente, na constituição da transformação em uma rede no processo de mobilização e fidelização do público. Os modos pelos quais é estabelecida uma relação entre enunciador e co-enunciador – por meio da enunciação – são o ponto de partida para a abordagem metodológica do contrato de leitura.

Neste caso específico da análise deste trabalho, a abordagem do contrato de leitura pressupõe que a rádio, por meio dos discursos produzidos, sugere aos receptores um modo de se relacionar, ou seja, estabelecem um dispositivo de enunciação, construindo um lugar para si, para o outro e um modo de constituir uma relação.

Portanto, em um segundo nível de percepção da análise do contrato de leitura a partir do *banner* da Rádio Teresina FM, estabelece-se que o lugar a ser ocupado é o da mulher, feliz, radiante, sendo estas características intrínsecas às personagens que ilustram a publicação. Estando estas mulheres nesta condição, as leitoras/ouvintes da Rádio Teresina FM precisam

⁵³ Ao se referir a questão da permanência é, sobretudo, o tempo em que o *banner* é utilizado. A rádio completou 10 anos de fundação em 2016, mas o veículo continua utilizando um aspecto de conformidade que reforça 9 anos de existência, o que pressupõe que a imagem está em uso há um longo período.

também se apresentar dessa forma. Nota-se também que para a composição do *banner* a emissoras faz uso de fotos, possivelmente de banco de imagens e desconsidera fatores que a rádio tenta passar, a citar, a de um veículo ligado ao povo e aos aspectos que constituem a população e, sobretudo, a mulher teresinense.

6.3. Rádio Cidade Verde

Como mencionado anteriormente, o pressuposto está no fato de que as mensagens produzidas pelos meios de comunicação e pelos suportes midiáticos associados às emissoras de rádio de Teresina constituem um discurso. Deste modo, é relevante considerar que na produção do discurso, a Rádio Cidade Verde parte de uma articulação de elementos verbais e não verbais.

Figura 8 - *Banner* do Perfil da Rádio Cidade Verde no Facebook – Fonte: Facebook Rádio Cidade Verde



Na conjuntura do estudo dos discursos, a diagramação se institui em uma importante matéria significativa operacionalizada na construção dos sentidos e, deste modo, pode ser adotada como ponto de partida para uma análise dos processos enunciativos destes discursos. Assim, é possível pensar no formato como um dos elementos acionados pelo discurso para produzir sentido, em que o formato e os elementos não verbais também são tomados como aspectos na construção deste discurso.

E quais são esses lugares que a Rádio Cidade Verde propõe ao público? O primeiro a ser ocupado é, sem dúvida, o de reconhecimento de parte da equipe, neste caso composta pelos jornalistas Joelson Giordani (em primeiro plano à esquerda), Nadja Rodrigues, Zózimo Tavares (à direita ao fundo) e Fenelon Rocha (à esquerda ao fundo).

Tais questionamentos abrem perspectiva para compreender o papel desempenhado pela diagramação na construção do discurso pelo suporte. A própria composição dos jornalistas na imagem apresenta um contraste entre o jornalismo de vanguarda (representado por Fenelon

Rocha e Zózimo Tavares) e a inovação por meio dos profissionais Joelson Giordani e Nadja Rodrigues.

Do mesmo modo, chama atenção para a figura da jornalista Nadja Rodrigues como a única mulher na cena enunciativa constituída em maior parte por homens. As posições sociais/profissionais das vozes presentes no enunciado proposto evocam, assim, credibilidade, tradição e novidade. Estes ganham, na proposta da emissora, novas posições na estrutura de trabalho no grupo Cidade Verde, mas que os currículos referendam trajetórias profissionais consolidadas.

O reconhecimento não se constitui apenas pela imagem dos profissionais em destaque, mas também compreende todas as operações discursivas do dispositivo.

Posição didática ou não, transparência ou opacidade, distância ou diálogo, objetividade ou cumplicidade, partilha de valores no nível do dito ou no plano das modalidades de dizer, forte articulação dos níveis ou discursos montados “em paralelo”, grau e tipo de saber atribuídos ao leitor: por meio das escolhas efetuadas em relação a essas dimensões (que, é claro, admitem graus) e a muitas outras, constrói-se o contrato de leitura: apresenta-se um enunciador que propõe um lugar a um destinatário (VERÓN, 2004, p.233).

Analisando um segundo fator, é necessário destacar a reflexão acerca de um produto que resulta de uma atividade de divulgação mediada, periódica e organizada e de informações que detêm interesse público, no caso, o jornalismo. Portanto, é necessária a familiaridade e singularidade no slogan: “a informação em alto e bom som”. Ou seja, chama atenção para validação de aspectos do conteúdo produzido como podendo ser obtida de qualquer lugar e com qualidade.

Os enunciados dispostos na imagem chamam atenção para os dias e horários dos respectivos programas - Acorda Piauí e Cidade Verde Notícias-, o que leva a crer que são as grandes apostas da emissora no segmento radiojornalístico, que implica o reconhecimento de uma rede conceitual que perpassa um contrato de comunicação.

6.4. Rádio Jornal Meio Norte

Os aspectos semânticos pragmáticos verificados nos enunciados dos *banners* têm como finalidade de elucidar, pela linguagem, os modos como a prática pela atuação da enunciação radiofônica é intencional e motivada. É pertinente assinalar que, por meio desta etapa, muitas outras indagações se estabelecem no radiojornalismo, especialmente nas emissoras matinais teresinenses, em que o fazer radiojornalístico potencializa os discursos, a organização de

conteúdo, assim como criação de um vínculo como forma de atrair a atenção do público pelos sentidos e pela relação entre as diversas matérias significantes que compõem os radiojornais.

Figura 9 - *Banner* do Perfil da Rádio Jornal Meio Norte no Facebook – Facebook Rádio Jornal Meio Norte



Articulando linguagens diversas, coordenando-as segundo funções e objetivos específicos, alojando-as em sistemas textuais diferentes, a proposta da Rádio Jornal Meio Norte na construção do contrato de leitura a partir do *banner* se centra na construção do cenário do estúdio. A partir desta lógica, o contrato proposto será o resultado dessas articulações, em que cada uma das mensagens construídas e particularizadas joga semioticamente as linguagens.

Com a visualização do cenário do estúdio, o público pode inferir como o programa radiofônico centraliza as ações – vinculadas ao conteúdo proposto – que repercutem diretamente na sociedade. Destacando a modernidade do espaço e dos equipamentos utilizados, o veículo aciona um processo de mobilização de sujeitos em torno de determinadas concepções de causas sociais, que se encontram cada vez mais intimamente ligados às características da emissora – de estabelecer um jornalismo com participação do público. Os assentos vazios são o convite a este público que participa e interage.

Ao lançar mão dessas estratégias de captura do receptor, o veículo busca satisfazer as necessidades dos indivíduos de se enxergarem no cenário que eles participam em diferentes momentos de interação. Da observação mais aproximada, com visitas ao estúdio da emissora, pode-se inferir que o dispositivo radiofônico se torna um lugar de negociação a fim de construir, por meio do discurso, um sistema de vínculos com o receptor, reforçando a demarcação do local com os logotipos situados nas duas extremidades.

A viabilização de contratos de comunicação possíveis, a partir de um conjunto de elementos, leva o público a estabelecer um acompanhamento continuado e rotineiro dos

programas. O que se entende, a partir da visualização do cenário, é que este funciona como um mecanismo agenciador das práticas sociais dos ouvintes.

7. ENTENDENDO A MIDIATIZAÇÃO NOS PROGRAMAS MATINAIS DAS QUATRO EMISSORAS TERESINENSES

Ao longo desta pesquisa de dissertação, foram reunidos um conjunto de materiais que pudessem ser avaliados na perspectiva de observar os modos como os programas matinais do rádio de Teresina articulam estrategicamente aspectos discursivos e de linguagem que procuram constituir os contratos de leitura levando em consideração o processo de midiatização da sociedade no qual estão imersas. Desta forma vale salientar que o rádio teresinense possui existência em uma sociedade em vias de midiatização em um cenário onde acessar informação não significa, *a priori*, mudar a forma com que o jornalismo atua.

No rádio, os contratos são adaptados à articulação oral que pode estar acompanhada de música e/ou efeitos sonoros, objetivando, assim, o estabelecimento de um vínculo com os ouvintes. No universo dos discursos radiofônicos, a abertura dos programas é constituinte do processo de interação locutor/ouvinte. Bruck (2003) aponta que “[...] a participação é permitida e controlada, mantém os receptores em sua condição, e submetidos a regras de linguagem, de temas e tempo” (BRUCK, 2003, p. 23).

Exposta essa dinâmica, é necessário compreender os fatores das lógicas de produção do jornalismo, sobretudo, no radiojornalismo teresinense, em relação à midiatização deste processo. Fausto Neto (2008) chama atenção para as transformações no ambiente e nas produções jornalísticas a partir do processo de uma sociedade em vias de midiatização.

A proposta deste item e desta reflexão se insere em um exercício de adaptar as categorias de uma ‘analítica da midiatização’ (FAUSTO NETO, 2008) ao universo radiofônico a partir da abertura dos radiojornais que atuam como pontos de vínculos em uma sociedade midiatizada pela presença das redes sociais no modo de produção dos matutinos teresinenses.

Por meio de uma análise comparativa, o objetivo é perceber como cada programa estabelece as estratégias de contato com o ouvinte. Ao refletir sobre uma analítica e funcionamento da midiatização, Fausto Neto (2008) mostra que as mesmas se apresentam também no universo do jornalismo segundo quatro aspectos.

Para esta dissertação, as quatro categorias foram adaptadas para o universo do rádio: transformações da topografia radiojornalística; autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico; reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica e a transformação do status do ouvinte.

Os aspectos das **transformações da topografia radiojornalística** como espaço organizador do contato em que o rádio transforma cada vez mais os espaços e lugares de se

dirigir aos ouvintes como estratégia de relatar sua organização, o funcionamento e a dinâmica dos ambientes de trabalho. É uma forma de dizer ao público que está construindo uma maneira de se aproximar mais dele.

A **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** é a estratégia que a enunciação apresenta para falar de si mesma, de suas próprias operações, em que explicitam os seus próprios processos interpretativos. Já o aspecto da **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção** se trata das operações discursivas que trazem reflexões sobre o fazer jornalístico no rádio. A emissora agencia sobre o ato radiojornalístico e seus processos de produção de sentidos.

Por fim, **transformação do status do ouvinte** são as operações discursivas que transformam as interações entre produtores e receptores de discursos por meio da diluição das fronteiras que aproximaria locutores e ouvintes dentro de um sistema produtivo, onde os ouvintes se tornariam cooperadores de enunciação.

O percurso histórico para a configuração dos programas que identificam, hoje, as produções matinais das emissoras do rádio teresinense Jornal da Clube, Notícias da Boa, Jornal da Teresina 1ª Edição e Acorda Piauí (Rádio Cidade Verde 105,3) ilumina, portanto, a compreensão de algumas questões implicadas no entrelaçamento entre rádio e sociedade e a busca incessante pelo espaço de audiência.

Utilizando questões basilares quanto aos estudos de Fausto Neto (2008), que percebe o sistema social complexo devido a própria processualidade da midiaticização, ajuda a refletir sobre as atividades e cadeias produtivas do radiojornalismo, assim como os pontos de vínculos estabelecidos entre a sociedade, os produtos e processos produtivos no universo radiofônico, que se caracteriza como um sistema de circulação difusa. Deste modo, pela complexidade da midiaticização se faz necessário compreender na rotina de produção dos radiojornais matinais, elementos que complementam as circunstâncias em que são veiculados e idealizados.

7.1. Jornal da Clube

Com as mudanças, adaptações, reconfigurações e a emergência de novas práticas no cerne da atividade radiojornalística, cada vez mais emissoras e programas se lançam no desafio para alcançar uma efetiva credibilidade que possa ser compreendida junto ao processo de apuração e veiculação de notícias.

Neste sentido, a transparência estaria vinculada enquanto prática de buscar, a partir da própria organização, o ponto de equilíbrio com critérios de aferição dos fatos. Na edição do

Jornal da Clube, veiculado no dia 26 de julho de 2017, percebe-se dentro das características da categoria das **transformações da topografia radiojornalística**, as posições enunciativas do apresentador Marcelo Magno para realizar o enquadramento, interpondo relações de absorção e acréscimo entre setores distintos da empresa jornalística.

Marcelo Magno: Muito bom dia Teresina, bom dia Maranhão. Nós estamos chegando no Jornal da Clube, na Clube FM com Jornal da Clube. (...) Eu sou Marcelo Magno, chegando aqui com a nossa equipe. Na produção a coordenação da Nayara Nadja e com apoio técnico da redação da TV Clube, também da redação do nosso portal de notícias na internet que é o G1 Piauí e com o apoio também dos colegas da Rádio Globo Teresina. Esse complexo de comunicação que tem o objetivo de deixar você aí do outro lado amigo ouvinte, internauta, telespectador, bem informado, por dentro de tudo que acontece na nossa região, mas não adianta, não é apenas deixar você informado, é deixar você muito bem informado, com informação de credibilidade, com informação que você pode confiar. Por isso que a gente disse que o Jornal da Clube tem a notícia que você confia, tem a informação que você assina embaixo. A partir de agora até às oito e quinze da manhã [...]

Compreendendo a midiaticização como uma forma de interação, em que mútuas afetações envolvem questões de visibilidade, busca de vínculo e interação por meio dos dispositivos tecnológicos. Entende-se, em Fausto Neto (2008), que a midiaticização está associada à constituição e ao funcionamento da sociedade, ou seja, pelas suas práticas, lógicas e esquemas de codificação. Estes pontos de vínculos a partir dos dispositivos de mídia operariam como lugar de observação dos processos que os engendram. Entende-se que, a partir do exemplo acima, o apresentador Marcelo Magno aciona duas funções no espaço midiaticizado.

A primeira função pode ser denominada como delimitação. Ela quer dizer, ao escolher as posições enunciativas e dispô-las de uma maneira específica, que o apresentador revela os modos de ser da empresa, com objetivos de instituição inserida em uma sociedade em vias de

midiatização. A delimitação das redações seria, por conseguinte, uma extensão, um acréscimo das particularidades das formas de produção do matinal, ou seja, podem ser compreendidas como instituições, que propiciam ordenamentos organizacionais para ajuste do programa.

Por fim, a terceira função deste espaço midiático está associada aos sentidos que os discursos propiciam ou provocam no ouvinte, a partir dos pontos de vínculo, colocando em circulação as posições discursivas e enunciativas da empresa radiojornalística. Outro exemplo que reforça tais fatos foi retirado do programa veiculado no dia 10 de julho de 2017.

Marcelo Magno: Muito bom dia pra você a partir de agora tudo o que acontece no nosso estado, na nossa região, notícias nacionais também você confere aqui na Clube FM, noventa e nove virgula um, no Jornal da Clube que tá só começando. É segunda-feira, 10 de julho de 2017. As principais informações do fim de semana, um resumo de tudo que aconteceu no fim de semana você confere aqui com a gente. Informações que chegam direto da nossa redação, da redação do Sistema Clube de Comunicação, TV, Rádio, Portal. Todo mundo integrado pra deixar você aí, internauta, telespectador e ouvinte sempre por dentro de tudo que acontece na nossa região. O que você precisa ficar sabendo pra começar a semana bem informado você ouve aqui nas ondas da Clube FM, noventa e nove virgula um.

Nesse sentido, o programa retoma as estratégias que permitem estabelecer conexões entre os participantes inseridos no processo comunicacional, a partir de um complexo circuito de interação não linear e mostram que este lugar no rádio, dentro do universo da midiatização, atua como espaço dinâmico.

O desenvolvimento econômico associado à expansão dos aparatos tecnológicos constitui um conjunto padronizado de ações tipicamente realizadas pelos membros de um grupo, neste caso, as rádios e os programas matinais. Assim, o radiojornalismo, enquanto processo social, entropõe organizações, indivíduos e formas de circulação da informação, de modo que resguarda valores e/ou legítimos interesses dominantes. A prática se ajusta a posições e a estratégias enunciativas junto ao próprio funcionamento do sistema. Os lugares de fala estabelecem na operacionalização de certos conectivos aspectos da **auto-referencialidade do**

processo produtivo radiofônico, vide exemplos do dia 03 de agosto de 2017.

Marcelo Magno: *Gente, nós estamos acompanhando e com informações em primeira mão sempre, duas operações, uma desde ontem, a operação Fantasma que segue, tem os seus desdobramentos. Marcos Teixeira inclusive trouxe para a gente informações hoje direto lá do Ministério Público com o doutor Plínio Fontes e a outra operação, que é a operação Conexão, que é uma parceria entre a Polícia Civil e a Secretaria de Segurança Pública e a Secretaria Estadual de Justiça. Nós ouvimos aqui mais cedo o delegado William Morais, ouvirmos também há pouco o secretário de Justiça, Daniel Oliveira, e quem tava acompanhando de perto e tá chegando agora lá da sede do Greco é o repórter Felipe Pereira, do jornalismo da Rede Clube. Felipe tá aqui pra contribuir com a nossa cobertura também. Felipe muito bom dia! Obrigado por vir ao nosso estúdio. Você chegou do Greco agora e traz informações mais detalhadas dessa operação [...]*

Assim como a linguagem pode ser capaz de capturar o sujeito, esta também é passível de ser capturada por ele, uma vez que este mesmo sujeito produz novos sentidos. Quando Marcelo Magno extravasa, a singularidade para conquistar fidelidade, os sentidos e as significações dos enunciados sobrevêm conforme as circunstâncias e o contexto em que são empregados, reforçando as características da **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico**. É a presença do outro de forma implícita, como um dos componentes da enunciação radiojornalística, no recorte abaixo, não é apenas um elemento de persuasão ou sedução do ouvinte, é também constituinte do potencial informativo.

Marcelo Magno: *[...] Redação que tá aqui sobre o comando da Nayara Nádia. A gente tem o apoio técnico da redação da TV Clube afiliada Rede Globo em Teresina, também da redação do G1 Piauí nosso portal de notícias na internet, pessoal da Rádio Globo Teresina também sempre*

contribuindo com a gente e claro com a sua ajuda, né?! O seu apoio aí do outro lado pelo 2107 6650 e também pelo 98144 6650. Eu sou Marcelo Magno chegando com muito prazer e com muita felicidade sempre, estando aqui do outro lado nos microfones da Clube e com a nossa equipe fazendo um esforço grande todos os dias pra deixar você aí bem informado [...]

Os sujeitos discursivos presentes no universo radiofônico do matinal pertencem a lugares institucionalizados com relativa autonomia entre si, todavia, estão ligados a sentidos, dos quais são indissociáveis. Nesse aspecto, isso pode ser comprovado no exemplo a seguir, em que o jornalista Marcos Teixeira assinala que a exposição dos assuntos tratados deve ser a mais clara e legível possível, firmando as prerrogativas dos pontos constituídos entre o programa e o ouvinte e que possibilitam a percepção do sujeito como existência intrincada, entre outras, em uma determinada ambiência percebida.

Marcos Teixeira: Gente, muito obrigado pela audiência, as pessoas falam Marcelo, que assistem aqui porque tem notícia séria, programa sem brincadeira, né?! Onde o ouvinte é respeitado, as pessoas são respeitadas, a notícia é respeitada. Gente, essa é a nossa missão como jornalista. Muito obrigado pela audiência e até amanhã.

É perceptível que o enunciado acima traz consigo valores simbólicos e a imagem que o programa constrói de si perante a sociedade e para o público ouvinte. A enunciação, neste caso, busca legitimar propósitos e intenções, em um processo radiojornalístico ordenado e assimétrico. A partir desses princípios se estabelecem regras e normas institucionais, em que os discursos atuam como unificadores do espaço midiático em que o programa está inserido. De certa forma, o processo de constituição do universo radiofônico – a compreensão dos fatos, narrativas e acontecimentos, comentários sobre os acontecimentos, entre outros – associa-se à conformidade da ambiência radiojornalística.

Na medida em que a enunciação proposta pelo programa promove a aquisição e automatização de conhecimentos em um domínio de especialidade radiojornalística também favorece uma carga cognitiva imposta por tais atos. Compreender o ordenamento dos conteúdos

e o valor atribuído a cada assunto se impõe como lugar observável do processo produtivo ao se constituírem como uma materialidade tecno-simbólica. Como referência, o exemplo descrito abaixo da edição do dia 03 de julho de 2017. Ele traz consigo também marcas da **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica**:

:

Marcelo Magno: *Seja bem-vindo ao nosso programa, o jornalismo da FM Clube no ar a partir de agora, depois aí do show de audiência da nossa programação desde a madrugada e aí depois com o Edelson Moura e o programa Amado Batista, você confere a partir de agora as notícias do dia. Tudo que acontece na nossa região que tá acontecendo nesse momento você fica sabendo porque tudo tá sendo checado, nada passa despercebido aqui pela nossa, pelas nossas relações, pelas nossas relações e também aqui pela nossa produção [...]*

[...] O Marcos Teixeira, já encontrei com ele cedinho e agora tá nas ruas da cidade com as pautas da manhã. Pautas quentes do dia, os assuntos quentes do começo de todas as manhãs você confere aqui com a gente no jornalismo da Clube FM, jornalismo que você carimba, que você, que você assina embaixo [...]

[...] Também da Polícia Civil José de Freitas e o nosso ouvinte reclama que foi a José de Freitas, ficou decepcionado porque foi assaltado e não conseguiu lá contar com aparelho policial. A denúncia que chegou aqui do nosso ouvinte, a reclamação que chega do nosso ouvinte, mas a gente vai tentar também uma resposta da Secretaria de Segurança sobre esse assunto [...]

Nota-se que o programa busca expressar e reconfigurar necessidades, acontecimentos e fatos. Esta caracterização instala, por assim dizer, o programa como dispositivo no contexto social. Nesse sentido, o Jornal da Clube se projeta como uma dimensão instrumental, ou seja, produz múltiplos sentidos no contexto de uma semiose social.

Deste modo, a mídiatização torna possível uma forma de consciência compartilhada

entre os co-enunciadores, estes dotados de poderes, que atuam como produtores de sentidos e unificadores das experiências do cotidiano, acionados, assim, pela **transformação do status do ouvinte**.

Marcelo Magno: O programa tem o canal sempre aberto pro nosso ouvinte. É o canal para participação popular que é o 2107 6650. Esse é o telefone direto aqui do estúdio da gente. E tem também o 98144 6650. Esse é o nosso WhatsApp. E aí você manda mensagem de texto, mensagem vídeo, manda áudio que a gente coloca aqui no ar também. E o canal, como a gente sempre fala, a casa é sua. Portas abertas para o nosso ouvinte. Vamos trazer aqui agora alguns destaques, algumas informações que a gente vai divulgar ao longo do nosso programa. Claro, que o programa ele começa sempre em aberto, né Nayara?! Porque o ouvinte vai pautando, vai trazendo as informações, vai trazendo os assuntos, a gente vai discutindo e vai adaptando aqui o nosso programa sempre, prioritariamente as demandas que o ouvinte traz pra gente.

Os pontos de vínculo entre o programa e ouvintes se referem aos processos sociais, em que possibilitam a percepção do sujeito como existência complexa, bem como a percepção das práticas radiofônicas se manifesta por meio de estratégias que permitem estabelecer conexões entre os participantes imersos em uma sociedade em vias de midiaticização e que a circulação oferece condições para os acoplamentos e interconexões.

No fragmento retirado da edição do dia 18 de julho de 2017, ao analisar os enunciados referentes à reforma e ampliação da linha do metrô na capital, percebe-se que a materialidade se torna inseparável de uma essência simbólica, ou seja, de lugar de circulação de sentidos de **transformação do status do ouvinte** em protagonista:

Marcelo Magno: [..] porque agora tem participação do ouvinte ao vivo com a gente pelo 21076650, vamos lá ao telefone, Nayara. Alô, bom dia! Quem tá falando?
 Júnior (ouvinte): *É o Júnior.*

Marcelo Magno: *Júnior, amigo, tá falando de onde?*

Júnior (ouvinte): *Olha, eu falo aqui do Shopping da Cidade, mas eu resido no Novo Horizonte.*

Marcelo Magno: *Fique à vontade, meu amigo!*

Júnior (ouvinte): *O que eu tenho a falar é uma cobrança que o povo do Dirceu II sempre faz pra mim fazer, pra mim ligar aí pra você, pra que a reportagem cobre do governador o porquê a obra da parada do metrô no Dirceu II ainda não foi concluída. (...) Gostaria que interrogasse o Governo do Estado sobre isso aí e cobrar que essa parada do Dirceu II que o povo tão me cobrando muito. Obrigado. Bom dia!*

Marcelo Magno: *Ok, meu amigo. Muito obrigado. Bom dia pra você também. Aí, é o Junior no Shopping da Cidade ouvindo o Jornal da Clube. Júnior, sobre esse caso lá dessa estação de passageiros lá do Dirceu, a nossa produção já tava inclusive trabalhando, coincidência, né?! Já tava apurando essa informação, que já, já havia chegado pra gente aqui. Tem muitas ligações que chega pra gente aqui. Tem muitas ligações que a gente não coloca no ar, e que a Nayara, que o ouvinte as vezes liga, não pra participar. Ele diz, olha, eu quero levar uma informação para vocês. São as nossas fontes aqui e a partir dessas ligações a Nayara foi investigar essa situação e tem, tem uma resposta aqui né, Nayara?*

A partir deste último exemplo, é pertinente tomar o protagonismo do ouvinte, nesse sentido, considerando a possibilidade de coexistir questões díspares, destacada desde a situação enunciativa como também para identificar o posicionamento discursivo do matinal, o que significa dizer que os processos de acoplamentos, pontos de vínculo e interconexões mútuas que se desenvolvem nos enunciados são engendrados em última instância por aspectos da mediação.

7.2. Jornal da Teresina – 1ª Edição

Diante dos programas do rádio matinal teresinense, como uma tribuna onde diversos atores dialogam sobre a sociedade, cabe compreender as lógicas estabelecidas no polo da produção e circulação. Em regra, os programas radiofônicos têm os locutores fixos nos estúdios e os repórteres percorrendo a cidade ou fazendo coberturas setoriais. Contudo, em partes, os ouvintes intervêm diretamente na programação participando, principalmente, com entradas ao vivo por telefone ou pelas plataformas e suportes de internet, a exemplo das redes sociais.

Assim, o tecido informativo do universo radiofônico dos programas matutinos da capital piauiense é costurado e constituído por múltiplas vozes. No trecho abaixo, retirado do programa veiculado no dia 10 de julho 2017, pode-se constatar transformações referentes às relações econômicas, tecnológicas e das lógicas de delimitação exata e pormenorizada do espaço físico e de distribuição dos setores da emissora, condicionando a aspectos das **transformações da topografia radiojornalística**.

Lícia Assunção: *Últimas participações aqui desse bloco. Bom dia, quem fala e de onde? Linha um, Rabelo.*

(...) Ouvinte (Railson): *Alô?! Bom dia! É, eu moro aqui no parque Wall Ferraz, zona norte de Teresina e ouço a Teresina FM durante a semana, o dia todo, todo dia e tá invadindo, uma FM tá invadindo, é como é que eu digo, a Teresina FM. Ontem passou a manhã todinha, é, no lugar de vocês.*

Chico Leal: *Martins Júnior!*

Lícia Assunção: *Atenção Martins, que é do nosso setor técnico aqui!*

Chico Leal: *É, vamos ver isso!*

Ouvinte (Railson): *Não, meu nome é Railson.*

Lícia Assunção: *A gente tá passando aqui já pro nosso coordenador técnico. Na zona norte, né isso?*

Ouvinte (Railson): *É, uma tocadeira de reggae danada, reggae, reggae a manhã todinha.*

Lícia Assunção: *E o senhor procurando a Teresina FM.*

Ouvinte (Railson): *Não, mas tava noventa e um ponto nove.*

Ela invadiu.

Chico Leal: *Tem alguém invadindo nossa faz, essa é a verdade. Nós vamo verificar isso amigo. Muito obrigado!*

Ouvinte (Railson): *Pois, tá bom. Tá bom. Tchau!*

Chico Leal: *Tá, obrigado!*

Na edição do programa veiculada no dia 03 de agosto de 2017, durante abordagem da Operação Conexão, por meio da qual foi desarticulada uma quadrilha que facilitava fugas e entrada de celulares, baterias e outros objetos ilícitos nos presídios do Piauí, as estratégias de enunciação da Teresina FM ficam em primeiro plano a partir da **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** durante a participação ao vivo por telefone do repórter Walcy Vieira.

Walcy Vieira: *Ô Chico, e ontem, o delegado geral da Polícia Civil falou com exclusividade aqui no Jornal da Teresina Segunda Edição que vinte operações estão, ele usou a palavra maduras, maduras, ou seja, prontas para serem executadas até o final do ano pela Polícia Civil do Estado do Piauí.*

Tal fato evidencia como um evento isolado pode suscitar uma cadeia mais abrangente de fatores que se interligam de alguma forma a ele. Estes fatores (as demais operações) encontravam-se estabelecidas. Contudo, ao assumir a premissa da informação em “primeira mão”, percebe-se que a informação complementar estava, então, em estado não manifesto e, provavelmente, assim permaneceria caso não tivesse sido evidenciada a partir de outra ocorrência de caráter radiojornalístico, observado pela complexidade da atividade e da realidade em que a mesma está inserida.

Abaixo, trecho retirado do programa veiculado no dia 18 de julho de 2017, em que se identifica **a categoria da transformação do status do ouvinte**, de modo que por estratégias enunciativas, o programa Jornal da Teresina 1ª Edição convida o público a assumir o protagonismo na cena discursiva radiofônica.

Lícia Assunção: *Mais uma participação aqui de ouvinte, só lembrando que você pode ligar 2107 4998, 2107 4999, são*

os nossos telefones. Você pode mandar sua mensagem de WhatsApp pro número 99972011. Alô, bom dia!

Ouvinte: Bom dia, Lícia. É Luzinaldo, aqui do Pirajá. É um prazer falar com você e com o Chico Leal. Será que essa ausência do povo nas ruas, né?! Com os painelaços, com os protestos, né?! Sempre que o presidente se manifestava, como era antigamente, será que não foi porque grande parte da mídia disseminou o ódio contra um só partido? Depois desta estão até envergonhados, porque sabem que outros partidos se envolveram tão ou mais profundamente do que o Partido dos Trabalhadores, né?! Eu acho! Entendeu? E mesmo não sendo petista, eu acho que tá havendo aí uma resposta ou uma não resposta intrigante. É pra ser estudado. É um fenômeno sociológico, sei lá, antropológico, porque não justifica, né?! [...] Bom dia pra vocês!

Lícia Assunção: Bom dia, Luzinaldo. Brigada aqui pela sua participação.

Chico Leal: Eu tô fora disso aí, Lícia! Eu me limitei, eu, você, nós aqui na Teresina FM nos limitamos a divulgar os fatos, né?! A diferença, talvez, hoje esteja no que ele chama de contribuições da imprensa. A diferença talvez hoje resida exatamente porque, é, pela primeira vez nessa, nesse país houve realmente uma investigação profunda dos crimes praticados pelos os que estão no poder ou que estavam no poder. Isso gera fato, isso gera notícia, então a gente divulga [...]

Transitando em circunstâncias estabelecidas nas e pelas lógicas de produção, circulação e reconhecimento do ouvinte como um co-enunciador dotado de poderes, Chico Leal assume uma locução reflexiva ao assinalar enfaticamente “eu tô fora disso aí Lícia! Eu me limitei, eu, você, nós aqui na Teresina FM nos limitamos a divulgar os fatos, né?!”, o locutor, ao fazer ponderações sobre a dinâmica radiojornalística, acrescida a esta a posição enunciativa que o coloca como profissional interessado em apenas veicular um fato, enquadra-se na categoria da

reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica.

Em resposta às indagações que surgem com as proposições assinaladas pelo ouvinte, Chico Leal busca, também enunciativamente, destacar o fazer radiojornalístico da emissora e dos que a compõem, a partir de um modelo que se pressupõe guiar os profissionais da área como desenvolvedores, articuladores e produtores de um amplo processo de informações que garantam ao público uma história coesa.

No exemplo a seguir, trata da abordagem sobre um episódio de ampla repercussão nacional, após a Justiça de Mato Grosso do Sul autorizar a transferência de Breno Fernando Solon Borges, de 37 anos, de uma penitenciária em Três Lagoas para uma clínica psiquiátrica. Filho da então presidente do Tribunal Regional Eleitoral e integrante do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, a desembargadora Tânia Garcia de Freitas Borges, o jovem havia sido detido em abril com 130 quilos de maconha, centenas de munições de fuzil e uma pistola nove milímetros. O laudo com a análise da conduta de Breno Fernando em processo sobre insanidade mental solicitado pela defesa alegou que o empresário sofre da síndrome de Borderline – não sendo, assim, responsável pelo que faz.

Lícia Assunção: *Vou ler aqui um pouquinho sobre a síndrome, tá, chico?!*

Chico Filho: *Pois não!*

Lícia Assunção: *Lembrando que nós não somos especialistas, mas diz o seguinte, a síndrome de Borderline, também chamada de transtorno de personalidade limítrofe, é caracterizada pelas mudanças súbitas de humor, medo de ser abandonado pelos amigos e comportamentos impulsivos, como gastar dinheiro descontroladamente ou comer compulsivamente [...]*

Como produtores de discursos, os locutores constroem percepções, experiências, memórias e a participação ativa dos sujeitos sociais. Ao refletir sobre a prática no universo radiofônico – frisando que não são especialistas em saúde –, Lícia Assunção preenche lacunas que surgem naturalmente no exercício diário do fazer radiojornalístico, colocando em cena a proposição da reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica.

A transformação do rádio em multiplataforma ampliou as possibilidades do suporte quanto à produção e à circulação, alterando, por vezes, a relação entre produtores e

consumidores do conteúdo radiofônico. Mesmo com as transformações, algumas características basilares do veículo contribuíram para a sobrevivência do meio na atualidade. A informação radiojornalística – em uma sociedade em vias de midiaticização – estabelece uma nova relação com o tempo das informações disponibilizadas ao público.

Quando o ouvinte é acionado a participar do programa, ele assume o status de protagonista. Ao tempo que se marca como produtor de conteúdo ao delegar um assunto para apuração da equipe radiojornalística, o participante da cena enunciativa se caracteriza dentro da categoria de **transformação do status do ouvinte**. É por meio da linguagem da vida cotidiana que os sujeitos imersos no universo radiofônico estabelecem processos de subjetivação nos mais diversos campos, desde os aspectos mais corriqueiros do dia-a-dia até experiências mais particulares como no trecho abaixo:

Lícia Assunção: Aqui o ouvinte pelo telefone, em seguida o comercial. Alô, bom dia! Quem fala e de onde?

Ouvinte (não se identificou): Alô, bom dia! [...] e a respeito do Detran que eu havia falado, hoje começa uma nova paralisação no Detran. E os consumidores que se preparem, porque pode ser que seja por tempo indeterminado. Bom dia, Lícia. Bom dia, Chico. Brigado!

Lícia Assunção: Paralisação no Detran, Natanael! [...] lembrando que nós avisamos Chico, que ia paralisar. Aconteceu aquela paralisação, depois retomaram os trabalhos, mas outras iriam acontecer [...]

Neste recorte do programa, veiculado no dia 26 de julho de 2017, identifica-se, a partir da análise do ponto da locução “*lembrando que nós avisamos Chico, que ia paralisar*”, observa-se sobre o ato de noticiar primeiro, ou seja, expõe as estratégias da enunciação, configurando também a autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico.

Mediante a flexibilidade de retomada do tema e a relevância do conteúdo, estabelece a identificação com o público a partir de fatos informados que expressam características do imediatismo e a instantaneidade do universo radiofônico, assim coloca em cena a reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica.

7.3. Acorda Piauí

Algumas propostas de identificação dos momentos ou eventos que influenciaram mudanças no discurso radiofônico podem ser percebidas no exemplo sobre as **transformações da topografia radiojornalística**. Compreendido em trecho retirado da edição do dia 10 de julho de 2017, é possível perceber que os apresentadores reforçam a existência em estúdio de determinadas tecnologias de produção que possibilitarão a adoção de diferentes recursos para acompanhar o jornalístico matinal, via transmissão do *Facebook*.

Fenelon Rocha: *Você que não tá, que não tá muito acostumado ao vídeo agora pode começar a se acostumar, viu?!*

Elivaldo Barbosa: *É, estou vendo. Muito boa, muito boa aí a iniciativa. O Acorda Piauí demonstrando que, o Acorda Piauí não está parado. O Acorda Piauí em permanente evolução.*

Fenelon Rocha: *Sintonizado com as novas tecnologias*

Elivaldo Barbosa: *É isso mesmo!*

A topografia radiojornalística potencializa o discurso, organiza os conteúdos, cria identificação, ao mesmo tempo em que atrai a atenção do ouvinte e constrói o sentido pela relação entre as diversas matérias significantes (elementos não visuais), que compõem o universo radiofônico. A topografia radiojornalística é, portanto, um dos componentes da enunciação radiofônica, não apenas como um elemento de persuasão ou sedução do ouvinte, todavia, também como constituinte com potencial informativo que influi na construção do radiojornal como dispositivo de enunciação.

Na edição do programa, veiculado no dia 26 de julho de 2017 e conduzida pelo jornalista Tiago Melo, identificam-se junto à análise, as proposições **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** e da **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** no recorte abaixo:

Tiago Melo: [...] *Vamos, e gente vai, a gente, a TV Cidade Verde, a Rádio Cidade Verde, aqui nós estamos atentos pra saber se essa redução vai ser aplicada de fato agora, de*

imediate nas bombas aqui em Teresina. Certamente agora de manhã nossas equipes se movimentando pra saber se já há essa redução.

Ao noticiar a decisão do juiz substituto Renato Borelli, da 20ª Vara Federal de Brasília, que havia determinado a suspensão imediata do decreto publicado na semana anterior pelo governo e que elevou a alíquota de PIS/Cofins, que incide sobre a gasolina, o diesel e o etanol, Tiago Melo coloca em cena as duas premissas.

A **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** pode ser compreendida quando Tiago Melo pontua “[...] vamos, e gente vai, a gente, a TV Cidade Verde, a Rádio Cidade Verde, aqui nós estamos atentos pra saber se essa redução vai ser aplicada de fato agora, de imediato nas bombas aqui em Teresina”. Na elaboração de conteúdos e falas, a dinâmica da enunciação radiofônica se materializa por uma associação ordenada em discurso, segundo critérios argumentativos e persuasivos que buscam marcar o papel da emissora na cena e condicionar o sucesso da interação verbal com o público.

Para contemplar os distintos perfis de audiência e de público, as emissoras de rádio adotam tipos específicos de programação. Em suma, é a programação que distingue uma emissora em comparação a outra a partir de uma linha editorial específica de cada empresa de comunicação. A programação seria, por assim dizer, os modos da produção radiofônica estruturada em uma emissão constante de conteúdo por meio de faixas bem definidas e devidamente estruturadas. Ao refletir sobre o tempo de duração do quadro esportivo e, conseqüentemente, do programa Acorda Piauí, os locutores colocam em cena a **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** no recorte abaixo, veiculado no programa do dia 18 de julho de 2017.

Joelson Giordani: *Fábio já tá aqui! Bom dia, Fábio!*

Fábio Lima: *Bom dia! Eu só queria avisar como a Glenda⁵⁴ não tá aqui hoje, eu quero deixar bem claro que se o programa começa, pode até atrasar, oito e trinta, oito e trinta e dois, mas a gente tem esticar um pouquim, né?! Vamo até oito e trinta e cinco, oito e quarenta, prorrogar a hora do esporte. Ter mais tempo pro esporte.*

⁵⁴Glenda Uchôa, jornalista e produtora do Jornal Acorda Piauí.

Fenelon Rocha: Nam! Oito e trinta. Olha, tem, é porque o pessoal que curte o Viva Cidade fica cobrando que o Viva Cidade comece às oito e trinta.

Fábio Lima: Ah é! Tá certo. Vamos respeitar o Viva Cidade. Então vamos logo pro intervalo pra começar o esporte.

Percebe-se, a partir do exemplo, que o programa segue conceitos, princípios em função da atividade do radiojornalismo, ou seja, aquilo que define as características universais do que se pode reconhecer como programação radiofônica e os gêneros radiofônicos. A análise permite perceber que os enunciados nem sempre são conduzidos ou produzidos pelos interlocutores de maneira explícita, neste caso manifestados pela oralidade do rádio.

Todavia, a **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** também é marcada, haja vista que as mensagens radiofônicas têm papel vital no alcance das demandas sociais e na caracterização das mensagens a favor de alinhar e convidar os ouvintes a acompanharem o desenrolar do fato, ajuizando que o programa seja ouvido, considerado e acreditado a partir da apuração radiojornalística: “*certamente agora de manhã nossas equipes se movimentando pra saber se já há essa redução*”. Assim, a intencionalmente ou não, manifesta-se livremente sem a responsabilidade de assumir o que está sob (implícito) o que foi dito.

Outro exemplo ainda na mesma edição quanto à **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** é observado na notícia de um acidente na BR-230 que culminou na morte de Alicya Costa, filha do ex-secretário de Saúde e atual diretor do Instituto das Águas do Piauí, Francisco Costa. O acidente também levou a óbito o condutor do veículo, o engenheiro Rubens Neres, namorado da ex-esposa de Francisco Costa.

Tiago Melo: Um tribunal negou pedido de defesa de Lula para anular decisão sobre bloqueio de bens do ex-presidente. Nós temos uma, uma notícia urgente aqui!

Fenelon Rocha: É primeiro, depois a gente fala dessa, dessa, dessa notícia aí do Lula. A gente tem o Jonas Mato, inspetor Jonas Matos, na, no telefone. Jonas Mata, desculpe. É, o Jonas Mata no telefone, Tiago.

Tiago Melo: É uma informação Fenelon Rocha sobre um acidente que teria com vítimas fatais ocorrido durante a

madrugada ali na região de Floriano, deixa a gente falar então com o inspetor Jonas Mata, da Polícia Rodoviária Federal. Inspetor Jonas, confirmado esse acidente, de fato há óbito?[...]

Ao interromper a notícia sobre a negativa da justiça para o pedido da defesa do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva para que fosse anulada a determinação do juiz Sérgio Moro sobre o bloqueio de bens do petista, os locutores fazem valer as características radiofônicas do imediatismo – transmissão de acontecimentos em tempo real, enquanto estão se desenrolando – e da instantaneidade – a mensagem transmitida pelo rádio precisa ser recebida no mesmo instante em que é emitida –, frutos do universo radiofônico. Nota-se, portanto, que o ato de informar, ou seja, de ordenar e noticiar fatos e eventos é colocado em evidência a partir dos desdobramentos pragmáticos da enunciação acionados pelos locutores.

Na edição do Acorda Piauí, veiculado no dia 18 de julho de 2017, os locutores colocam em cena a **transformação do status do ouvinte** a partir de dois fatos noticiados na primeira parte do programa. O primeiro comentário está associado à notícia de que os servidores do Detran-PI haviam paralisado as atividades e os serviços ficaram suspensos. Vejamos:

Fenelon Rocha: Primeiro registrar aqui, Joelson, a mensagem do Rinaldo sobre aquela informação do Detran. Ele disse: esse Detran é uma vergonha. Quando o sistema não está fora do ar é o servidor que está fora do ar. Triste poder público! E aí a gente tem aqui o comentário do Juan [...] é lamentável, mas é a velha história. Sobre a questão da Isabella Nardoni (explica, Fenelon). Perde mesmo quem morre, como a Isabella Nardoni ou uma mãe que fica com a dor da perda da filha, a criminosa vai pra casa, diz o Juan.

A segunda diz respeito a “Pergunta do Dia”, em que questiona a participação do público para saber o que acham da decisão da Justiça conceder regime semiaberto a Anna Carolina Jatobá, condenada pelo homicídio de Isabella Nardoni. A garota de cinco anos foi jogada do sexto andar do prédio onde o pai morava em São Paulo, em março de 2008.

Joelson Giordani: *Tá aí então as opiniões dos ouvintes aqui pelo, pela Rádio Cidade Verde, o Piauí em alto e bom som, às sete horas em ponto!*

Desenvolver uma reflexão sobre o potencial dos programas como espaços em uma sociedade em vias de midiatização e o protagonismo atribuído aos ouvintes é importante para compreender a perspectiva social e estrutural, visto que a articulação entre os pontos de vínculos com o público e o desejo de protagonismo compõe o quadro de ordenação e os processos de enunciação radiofônica em que acontece uma associação entre linguagem e técnica.

7.4. Notícias da Boa

As emissoras e programas de rádio de Teresina têm cada vez mais buscado novas adaptações dentro dos espaços concebidos no universo *online*. Os modos de ouvir rádio e de participação sistemática na programação coloca o processo como fundamental para entender os programas radiojornalísticos teresinenses em vias de midiatização.

Se as matrizes culturais quanto à conformação do universo radiofônico complementam novas formas de produção e circulação a partir dos vínculos estabelecidos com o público, o lugar da ação, permeado pelo entrelaçamento do tecido social, se refaz e desfaz frente às múltiplas narrativas. O processo articulado entre o fazer radiojornalístico, sob a organização dos gestores da informação e de consumo apontam para o momento em que os bens simbólicos são recebidos e interpretados pelo público.

Em trechos recortados na edição do programa Notícias da Boa, veiculada no dia 10 de julho de 2017, pode se observar a premissa das **transformações da topografia radiojornalística** como espaço organizador do contato com o ouvinte. Neles, a apresentadora Cinthia Lages, logo na abertura, estabelece frente a uma narrativa da descrição da conformação do espaço em que está inserida:

Cinthia Lages: *[...] e lembrando também que nós estamos, você pode nos ver, nos acompanhar através da internet. Se ligarem aqui, a gente vai poder entrar em contato com vocês também através da net. Aí você fica ligado e interage também com nosso programa, tá bom? Muito bom dia pra você!*

Pode-se observar que a apresentadora busca sistematizar a configuração do espaço geográfico do estúdio, de maneira que o ouvinte se sinta parte da experiência vivenciada por outras pessoas.

A institucionalidade incidindo sobre a conformação dos dizeres, atravessados pela tecnicidade corresponde à retomada e produção de sentidos e das práxis midiáticas. O tecnicismo busca conceder respostas às ressignificações da tecnologia, partindo da oralidade primária – a fala – processada pelo meio radiofônico, reforçando o caráter das transformações da topografia radiojornalística.

Essa proposição pode ser observada em outro recorte na mesma edição do programa do dia 03 de agosto de 2017. Durante entrevista com o médico pediatra Edinaldo Miranda sobre os riscos de acidentes domésticos envolvendo crianças, as tessituras, novos contextos e novas formas de emissão se configuram no discurso da apresentadora Cinthia Lages quando se empenha em redesenhar um espaço, incorporando marcas e referências aos ouvintes para identificar esses cenários como no trecho abaixo:

Edinaldo Miranda[..] ou seja, ela vai se afogar em dez centímetros de água dentro de um balde [...]

Cinthia Lages:[...] é, você viu aí! nós tamos pela internet também ao vivo. Viu esses dois centímetros aí?! Esse tanto que é, é pequeno esse, esse, limite que pode provocar a morte de uma criança é realmente chocante [...]

A linguagem radiofônica, com todos os recursos expressivos, reproduz, arquiteta e recria a realidade sonora que envolve a sociedade, devolvendo aos ouvidos dos ouvintes os sons do mundo. A questão é que a definição ampla da linguagem radiofônica não se limita a enumerar os componentes da linguagem sonora, pois abrange recursos técnicos que tornam possível utilizá-los, reproduzi-los e difundi-los para além das ondas hertzianas.

No exemplo acima, as **transformações da topografia radiojornalística** são percebidas pela interlocução da apresentadora para descrever objetos contidos no espaço e na descrição da adequação existente no estúdio para acompanhamento do programa por outras plataformas digitais. De certo modo, a compreensão dos fatos e o aprofundamento dos comentários dizem respeito ao espaço e à forma, ou seja, como se dá a construção espacial do cenário radiofônico, ou seja, a topografia.

Por meio do questionamento “*viu esses dois centímetros aí?!*”, a apresentadora Cinthia Lages deixa, mesmo que de forma subjetiva, explícita que a imagem precisa ser utilizada como complemento para compreender a narrativa que é construída. Entretanto, a ressignificação desta aplicada ao som, no caso do rádio, é inclusa como parte da mensagem, seja pela constituição de ruídos, silêncio ou até mesmo das alterações na voz como fonte criadora de imagens auditivas, pois a capacidade expressiva da linguagem no rádio não pode ser reduzida a um simples sistema semiótico da palavra. Todos os recursos se alinham para fundamentar o sentido simbólico, estético e conotativo da linguagem no universo radiofônico.

Para romper com a lógica convencional, não se pode esquecer, em primeiro lugar, que a imagem de si estabelecida pelo programa, influencia o modo como as relações interpessoais se estabelecem, neste caso, como porta-voz do anseio social e não fruto de uma empresa comercial. Isso denota junto ao público um compromisso com o posicionamento voltado para o interesse da comunidade e da organização. Dentre os aspectos que evidenciam a **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** pode-se verificar no trecho: “[...]nós já enviamos o vídeo e eles prometem entrar em contato com o ouvinte porque a gente tá mandando o contato dele também”.

Outro exemplo da autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico é observado na abertura do programa veiculado no dia 11 de agosto de 2017.

Olá, Bom dia! São seis horas, seis minutinhos. Olha eu aqui no nosso Notícias da Boa, dando continuidade à programação jornalística da Radio Jornal Meio Norte. Nos últimos dois dias minha amiga Carol Durães⁵⁵ esteve aqui representando muito bem o Notícias da Boa. Bom dia pra você, Carol! Muito obrigada pela força de sempre, e, estamos aqui, agora, pra juntinhos fazermos esse programa. A partir desse momento você pode entrar em contato conosco, manda sua mensagem pra gente aqui no Notícias da Boa. Você faz o seguinte, você manda pro 81179003, tá bom?! Tô te aguardando. Me acompanha também pelo Facebook. Não esquece que agora a gente tem lá um link. Você abrir o jornalmeionorte.com também, você

⁵⁵ Carol Durães é jornalista, chefe de reportagem e coordenadora de conteúdo digital no Jornal Meio Norte. Também ocupa o cargo de apresentadora da Rádio Jornal Meio Norte FM.

tem um link que vem direto aqui pro nosso Notícias da Boa. Então, se você tiver na sua repartição, se você tiver no seu plantão, tem o seu fone de ouvido, você já fica sabendo das notícias do dia, logo cedinho, a gente tem essa obrigação aqui, esse compromisso com você. Obrigação nossa de fazer isso e um compromisso nosso com você.

Partindo do pressuposto do programa como sujeito, em que se adapta às configurações e estruturas relacionadas à tecnologia, cultura, economia e política, pode-se inferir que também são criados novos usos e apropriações das mensagens e novas formas de interação, em que por meio de estratégias enunciativas como “[...] *a gente tem essa obrigação aqui, esse compromisso com você. Obrigação nossa de fazer isso e um compromisso nosso com você*”, o programa cria e estabelece pontos de vínculo, elaborando estratégias para conquistar o público ao oferecer o conteúdo e a interação esperada pelo ouvinte convergente.

Em função de características e peculiaridades próprias do fazer radiojornalístico e das narrativas produzidas por este campo, assim como na forma em que o programa se insere na sociedade, duas premissas chamam atenção: a **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico** e a **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** – no recorte descrito abaixo, em programa veiculado no dia 18 de julho de 2017:

Cinthia Lages: Olha, eu sempre parto do seguinte princípio: a comunicação ela é hoje o que há de mais importante em qualquer prestação de serviço. Vou dá um exemplo bem pontual que acabei de conversar aqui com o editor, com o nosso produtor que é o Lucas. Ontem nós divulgamos aqui um vídeo, divulgamos o vídeo. Informamos que tinha o tinha o vídeo, divulgamos na nossa página do Facebook. Você que nos segue também pelo Facebook pode acompanhar na página do Notícias da Boa, de um morador do Centro de Teresina que (busca remontar o raciocínio) rua Coelho? Lucas, Coelho Rodrigues? Coelho de Resende, Coelho de Resende, bem no Centro. Ele mostrou a água, verde, a água saindo da torneira verde. Ele mandou o vídeo, nós postamos na página e a Águas de

Teresina, empresa, através da sua assessoria entrou em contato, nós já enviamos o vídeo e eles prometem entrar em contato com o ouvinte porque a gente tá mandando o contato dele também. Então, comunicação! [...]

Uma das questões acerca do radiojornalismo, ajuizada a partir de seu papel como ator social é como a prática, socialmente organizada e legitimada, assemelha-se a girar em torno de uma efetiva capacidade de reportar um fato em sua integralidade e do modo como esse ocorreu. O que se percebe mediante ao exemplo acima é a narrativa do episódio que se sucede e substitui o tempo de ocorrência pelo tempo da narrativa da locutora.

Assim, no primeiro momento, fica evidente as características referentes à **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** quando a apresentadora Cinthia Lages faz ponderações sobre as questões comunicacionais quanto aos aspectos da informação como descrito no trecho: “*olha, eu sempre parto do seguinte princípio: a comunicação ela é hoje o que há de mais importante em qualquer prestação de serviço*”.

Assim como os exemplos já demonstrados com o Jornal da Teresina 1ª Edição, observa-se que o programa Notícias da Boa estabelece uma programação de resgate à denúncia e estímulo à crítica, configurando o protagonismo a partir da **transformação do status do ouvinte**, pois o uso que é feito do veículo, do conteúdo produzido e difundido tem implicado diretamente nas práticas interacionais do rádio.

A **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica** se explicita a partir das facetas da experiência pessoal interpostas pela apresentadora Cinthia Lages e que sofrem interferência da forma como o indivíduo se vê, como se relaciona com o público, com as situações da vida e como reage a estes episódios como analisado no trecho abaixo:

Cinthia Lages: Olha, a professora Marcia, ela listou uma série de coisas que ela e a filha estão fazendo. Ela diz que elas fizeram uma lista de coisas pra fazer em Teresina. Parque da Cidadania. Olhar o céu do bairro delas. São mãe e filha, Efrém⁵⁶, que não vão viajar e dizem que estão se reinventando e reinventando Teresina. (...) Professora

⁵⁶ Efrém Ribeiro é um dos principais nomes do jornalismo no grupo empresarial Meio Norte, atuando no rádio, TV, portal e jornal e que divide diariamente o programa Notícias da Boa com a jornalista Cinthia Lages.

Marcia, quero fazer uma reportagem com vocês pro programa Universo Mulher⁵⁷. Tá bom?! Vou pedir bem aqui o Lucas pra me passar o seu contato, pra que a gente possa entrar em contato com vocês. Gostaria muito de fazer. Achei muito interessante. Acho que você e Pétala podem inspirar muitas outras famílias que estão em Teresina, acham que não tem nada pra fazer na cidade. O que vocês tão fazendo é o que muitos de nós fazíamos no passado e nos perdemos. A gente perdeu esse, a gente perdeu esse elo com Teresina, né?! [...]

O protagonismo do ouvinte no exemplo descrito além de instigar a atuação dos sujeitos também acaba por cumprir uma função social na medida em que a apresentadora Cinthia Lages reforça, mesmo de maneira subjetiva, que a ação da ouvinte estimula à comunidade a tomada de decisão coletiva, favorecendo a consciência solidária e a intervenção conjunta diante dos cenários sociais de Teresina. A vertente participativa dos ouvintes torna os atores sociais em agentes de transformação da realidade, compreendendo o cidadão como emissor/produzidor de conteúdo.

No mais, no recorte, entende-se que também contêm características da **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica**, pois se o ritmo frenético de informações tem transformado o radiojornalismo em um canal que comprova a competitividade pela publicação de uma notícia em tempo real, ao assinalar o interesse em trabalhar a pauta na TV, a âncora assume a posição de que o rádio não perdeu o propósito básico de interlocução mesmo diante do avanço das mídias digitais, ou seja, o caráter de informar primeiro.

⁵⁷ Programa semanal, veiculado na grade da programação da TV Meio Norte, comandado por Cinthia Lages.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa desenvolvida nesta dissertação teve por finalidade identificar e esclarecer como as dinâmicas de produção e circulação em uma sociedade em vias de midiatização engendram a construção sistêmico-discursiva nos programas matinais do rádio teresinense. Para tanto, buscou-se analisar as estratégias enunciativas utilizadas pelos programas matinais *Acorda Piauí*, *Jornal da Clube*, *Jornal da Teresina FM 1ª Edição* e *Notícias da Boa*, no período de julho a de agosto de 2017.

Assinala-se como primeiro passo para verificação dos resultados a escolha dos observáveis e pelo contraponto de confronto dos enunciados dos matinais, pois na medida em que se configuram e se organizam em um universo de concorrência, permitem identificar semelhanças e diferenciações nos discursos postos em circulação.

As análises dos programas radiojornalísticos presentes na programação matinal do rádio teresinense possibilitaram identificar os embates e negociações presentes na construção dos sentidos postos em circulação e o posicionamento de cada um dos matinais na cena enunciativa. Como segundo passo no procedimento de pesquisa, uma análise contextual favoreceu iniciar um contato com o universo radiofônico no qual os radiojornalísticos estão inseridos. Sistemáticamente, foram sendo desveladas as marcas enunciativas que os programas matinais de Teresina colocam em funcionamento para fazer circular os discursos radiofônicos.

Ao propor um estudo radiofônico que leva em conta a produção de sentidos, é imprescindível enfatizar a intrínseca relação entre “contratos”, “linguagens” e “discursos”. Considerando o discurso articulado, torna-se ele em si, por meio e intermédio da enunciação – pela qual o enunciador transforma em discursos um conjunto de enunciados –, visando produzir efeitos de sentido naqueles que recebem (enunciatários/ouvintes) as mensagens.

Entende-se, portanto, que este ato de enunciar os discursos é realizado por sujeitos (institucionalizados ou não) que estão abordados por uma formação discursiva. Dessa maneira, a busca por desvelar os sentidos, circunscritos nos discursos oriundos das diversas formações discursivas, requer um tipo de análise que ultrapasse os limites dos enunciados produzidos e postos em circulação pelas rádios teresinenses e seus programas matinais (seja este enunciado o texto escrito, imagem, som, cores, etc.).

Não diferente, também são consideradas como estratégias discursivas dos programas matinais os aspectos de autorreferência, ou seja, a imagem que cada matutino mostra/constrói de si ao enunciar os seus discursos; e o contrato de leitura como dispositivo midiático de enunciação junto ao público a partir da fidelização do ouvinte, seja pelo conteúdo programático,

seja pelas estratégias dispostas nos dispositivos sociais.

Uma das principais estratégias discursivas utilizadas pelo Acorda Piauí para produzir sentidos, construir e firmar vínculos com o ouvinte se estabelece com uma prática tradicional de abordar fatos e temas sociais, que, em maioria, são temas locais (entrevistas com representantes políticos e representantes de classe de diferentes segmentos, etc.).

A segunda principal estratégia observada é que os discursos autorreferenciais fazem referência ao fato de o Acorda Piauí tomar a iniciativa de promover aspectos que denotem a chamada piauiensidade⁵⁸. Um dos elementos que pode ser citado e observado é a reiteração desta autorreferência que também remete ao slogan da emissora de rádio: “o Piauí em alto e bom som”.

A principal característica observada da produção de sentidos nos discursos autorreferenciais quanto à proposta do contrato de leitura do Jornal da Clube é de buscar elaborar um planejamento diferenciado para abordar temas vigentes no cenário nacional, estadual e municipal. A cena de enunciação dos discursos autorreferenciais matinal é constituída: da cena englobante caracterizada pelo tipo de discurso radiojornalístico, buscando aspectos da impessoalidade e o recurso a fontes de referência (como relatos de casos e fontes oficiais) para dar credibilidade ao texto. Ainda inserido na cena de enunciação o contrato de leitura proposto pelo matutino é proposto pelas editorias de política e/ou cidades, que trata da cena genérica

Nota-se que a estratégia discursiva predominante nos discursos autorreferenciais do Jornal da Clube se refere à intertextualidade, já que aspectos da cena genérica reforçam a cena radiofônica adotada pelo radiojornal a fim de dar continuidade e reiterar os sentidos produzidos pelas estratégias discursivas, como observado nas reportagens referentes às prioridades indicadas pela participação dos ouvintes em conformidade com a produção do Sistema Clube de Comunicação. Usa como prerrogativa o *slogan*: “A notícia que você confia”, ou seja, fique conosco que aqui você está mais bem informado.

Durante a análise, observou-se o lugar pretendido pelo discurso radiojornalístico autorreferencial do Jornal da Teresina 1ª Edição, por meio da produção de sentidos nos discursos autorreferenciais onde o matinal – não diferente de seus concorrentes – pretende ser reconhecido como “o enunciador legítimo” para que os demais sistemas sociais ganhem voz no espaço público.

⁵⁸ Entende-se como um dos elementos constitutivos da de características regionais, em que a emissora/programa procura posicioná-la dentro de um emaranhado de enunciados e discursos que ao longo do tempo produziram e produzem sentidos sobre a forma de “ser piauiense”

Ressalta-se aqui que o Jornal da Teresina 1ª Edição procura construir uma imagem de si em seus discursos autorreferenciais de que é um jornal tradicional, legítimo e credível, perpassa a distinção dos pragmatistas entre mostrar e dizer. De mesmo modo pelo contrato de leitura busca construir e vender uma imagem de si de um radiojornal como espaço público, socialmente responsável e com uma pluralidade de vozes, principalmente pela participação massiva do ouvinte.

A partir disso, constata-se que, embora a imagem que cada matutino constrói de si apresente algumas nuances, pode-se observar que o radiojornalismo feito por estes direcionam para a conquista do lugar legítimo de enunciador. Se o Jornal da Teresina 1ª Edição se mostra como um radiojornal tradicional é porque ele já considera que conquistou sua importância no espaço público Teresina.

As matérias/reportagens possuem como estratégia discursiva predominante a narração de uma história ou situação vivida por um “cidadão comum”, vide exemplo, ao necessitar de atendimento médico, emprego, segurança, educação, etc. Assim, essas histórias reais dão credibilidade aos enunciados e agenciam o programa como intermediador de conflitos, assim como acontece muito com o Jornal da Clube.

Na construção de imagem de si, o Jornal da Teresina 1ª Edição se mostra como o lugar, como um espaço por meio do qual os demais sistemas sociais ganham visibilidade. A construção da imagem de si como “socialmente responsável” a partir da premissa do contrato de leitura esteve presente no material analisado em que o matinal procurou se mostrar como um radiojornal que busca saber as necessidades dos ouvintes, levantando os problemas em cada área e buscando apontar possíveis soluções. Nota-se uma estratégia que pretende desempenhar junto à sociedade na cena radiofônica o papel de ensinar e estimular a população a ser mais crítica em relações aos problemas da natureza do cotidiano de cada um.

Os modos de operar o contrato de leitura do Notícias da Boa tomam ‘corpo’ por meio da aposta em nomes conhecidos do jornalismo piauiense, pois nota-se essas operações se concretizando pelos vínculos protagonizados por estruturas de ordem simbólica. Reafirma-se aqui que tais relações entre profissionais e público abrangem desde esta ordem técnica e simbólica, como o conteúdo e a circulação do mesmo.

Os distintos dispositivos que o Notícias da Boa aposta (a exemplo de conteúdos compartilhados no *Facebook* e no investimento das transmissões ao vivo via redes sociais) enunciam discursos em busca de seu público/consumidores. A partir e por meio dessas enunciações ocorrem os vínculos entre as instituições (rádio/programa) e os ouvintes.

Já diria Verón (2004), não existe produção de sentidos sem a enunciação, pois como

chama atenção o autor, “os modos de dizer”, ou seja, o dispositivo de enunciação abrange um enunciador (a imagem de quem fala), estabelecida ao que se fala e ao que o enunciador diz, um destinatário (a imagem daquele a quem o discurso é endereçado) e a relação entre o enunciador e o seu destinatário, neste caso proposta pelo e no discurso.

Entendendo que toda mídia possui o seu dispositivo de enunciação, os contratos de leitura são construídos pelo engendramento dessas operações discursivas. O contrato, no Notícias da Boa – assim como nos demais matinais analisados nesta dissertação – repousa sobre um espaço imaginário onde são propostos múltiplos caminhos. Cabe à instância do ouvinte compor o próprio caminho de leitura ao qual o satisfaz.

Os produtos postos em circulação pelo Notícias da Boa não lhe conferem apenas visibilidade, mas também legitimam o seu discurso e um ideal de vínculo para com o público pretendido. Nessa cultura de produção, circulação e consumo, o matinal se incorpora ao cotidiano do ouvinte de tal forma que este público assimile esta realidade como imprescindível e fundamental para a vivência em sociedade.

Por meio dos dados obtidos a partir da análise dos programas matinais de Teresina percebe-se a forte concorrência no chamado *prime time* do *dial*, assim como particularidades de cada radiojornalístico. Em geral, percebe-se que aquilo que os “diferenciam” também os tornam semelhantes. Explica-se, a exemplo da estrutura, que os programas reforçam discursivamente a agilidade em se apossar das novas formas de distribuição proporcionadas pela tecnologia e com isso a relevância de distintos dispositivos no fazer radiojornalístico na atualidade, a citar formas de transmitir imagens do estúdio pela internet por meio de câmeras instaladas nos estúdios – no caso do Acorda Piauí e Notícias da Boa.

Deste modo, nota-se estratégias discursivas que, aparentemente, destoam na busca de apresentar-se ao público como o programa “diferente”, aquele que é “tendência” e está situado às novas predisposições tecnológicas por meio de instrumentos de uma mídia moderna para alavancar a mobilidade, colaboração e engajamento do público.

Contudo, se foi colocado que os programas se diferenciam ou pelo menos buscam se diferenciar, os mesmos assemelham-se, pois, discursivamente, não existe (nem se acredita ser possível) um desvencilhamento dos interlocutores de aspectos da enunciação, assim como também da impossibilidade de escapar de uma antecipação por parte do ouvinte, que estabelece uma concepção do enunciador antes mesmo que ele enuncie.

Todavia, ao realizar esta distinção, não se desconsidera a diversidade de discursos e de posicionamentos que incidem em indícios enunciativos diversos. Afinal, analisar os programas matinais em quatro emissoras de Teresina reflete, além de dados sobre a atuação dos

profissionais na construção do produto radiojornalístico matinal, nuances da cultura presente em cada notícia que é produzida e colocada em circulação de forma peculiar e congênere por cada um destes programas.

Verifica-se entre apresentadores/partícipes dos programas que lhe são conferidos modos dizer, com o intuito de seduzir o ouvinte, criando uma imagem favorável. Porém, observa-se que não se trata apenas do que os programas dizem sobre si mesmos, mas o que acabam por revelar até mesmo no que deixam de enunciar, por exemplo.

Além disso, percebe-se que as rotinas dos quatro programas matinais contribuem, para o que pode ser descrito como três tipos de radiojornalismo: o radiojornalismo trivial (produzido eminentemente dentro das redações, principalmente a partir da leitura de notas de jornais impressos e portais), sem compromisso com o público e nem com aspectos da linguagem radiofônica; o radiojornalismo coadjuvante (em que os programas apenas replicam conteúdos, muitos destes inadequados para a plataforma de rádio e não existe de fato uma produção do ponto de vista independente); e o radiojornalismo interativo (busca na participação dos ouvintes um entendimento do cotidiano a partir de histórias, narrativas, relatos e opiniões, propiciando certo comodismo na apuração e checagem dos fatos).

Para além de refletir sobre a produção radiojornalística matinal teresinense, pode-se, de um ponto de partida, fazer ponderações para sanar um mimetismo que permeia o *dial* local, visto que, enquanto as emissoras deduzirem e incidirem que o fazer radiojornalismo está associado apenas a aparatos tecnológicos, acredita-se que o rádio teresinense está fadado a um lugar delimitado e limitado no universo radiofônico.

De certo que as condições de trabalho interferem nos meios de produção e na circulação do produto radiofônico, mas outro aspecto importante seria a reflexão sobre o papel destes profissionais que estão à frente dos microfones frente à sociedade. Esse e os demais aspectos já apresentados nestas considerações arquitetam ponderar e a questionar a produção do rádio teresinense.

Acredita-se que o cerne envolve, além do investimento técnico, a capacitação e valorização de profissionais, a exemplo de repórteres, redatores, entre outros, para um crescimento e/ou melhoria na qualidade do conteúdo e produção dos programas radiojornalísticos, haja vista que denota por parte das emissoras uma acomodação dos gestores em resumir o quadro de profissionais em uma realocação para diferentes plataformas de mídia.

Considera-se que profissionais mais bem capacitados sejam fundamentais para a qualidade dos programas e contribuam para um radiojornalismo mais efetivo. Entretanto, isso significa, também, que é papel dos programas e destes mesmos profissionais, observar novos

formatos de produção radiofônica, na busca de inovar, potencializar e porque não surpreender os ouvintes aumentando e estabelecendo vínculos mais estáveis.

Ademais, as especificidades presentes em cada um dos matinais possibilitaram ampliar a compreensão, ao passo que ajudaram a perceber a cadeia de circulação do conteúdo produzido em uma sociedade em vias de midiaticização. Para empreender a observação sobre as operações discursivas e de interações entre os atores e instituições, assim como os vínculos sociais que são regidos por novas formas de contatos, utilizaram-se os procedimentos metodológicos de uma analítica da midiaticização proposta em Fausto Neto (2008), adaptadas para o universo radiofônico analisado.

A percepção a respeito da atuação das mídias no contexto de uma sociedade em vias de midiaticização, as quais têm utilizado novas estratégias de comunicação para assegurarem os seus lugares de produção e circulação de sentidos, além de os matinais teresinenses apresentarem nas suas biografias midiáticas elementos que permitem falar em concorrência e disputa por audiência. Assimilando que mídias tem passado pela transformação para o que hoje se entende como uma sociedade em vias de midiaticização, se implementa uma complexa ordem que produz novas formas e diferentes práticas de funcionamento das instituições.

Com isso, a sociedade em vias de midiaticização, notada a partir da análise dos matinais, é oriunda de mudanças tecnológicas, sociais, culturais, políticas e econômicas, porém que acima de tudo constituem a midiaticização em um fenômeno de autorreferencialidade.

Dentre as inúmeras transformações e mudanças no sistema radiojornalístico oriundos da midiaticização – a citar as rotinas produtivas, relações com as fontes, dinâmicas de divulgação de conteúdo, etc. – destaca-se que os processos tecno-interacionais possibilitam e estabelecem novas formas de relações entre as mídias radiojornalísticas e os ouvintes por meio de contratos de leitura norteados pelas estratégias dos programas matinais.

É pertinente a retomada dos pontos da analítica da midiaticização reconfiguradas para a análise dos programas matinais que se configuram em: **transformações da topografia radiojornalística**, entendida a partir do espaço organizador do contato e os modos como são construídos a imagem de si do contrato de leitura; **autorreferencialidade do processo produtivo radiofônico**, definida pelas estratégias da enunciação, ou seja, um segundo momento da imagem de si; **reflexividade sobre os fundamentos teóricos da produção radiofônica**, atribuídos às características que demandam fatores ligados aos fazer radiojornalismo; **transformação do status do ouvinte**, designadas como as estratégias de incentivo à participação e protagonização do ouvinte.

Neste caso, seguindo os apontamentos do autor, é importante pontuar que os efeitos de

sentido e as lógicas de poder a partir desta analítica da midiatização estão circunscritos na própria organização social. Ao serem acionados na composição discursiva e nas operações das práticas sociais, os enunciados dos radiojornais matinais são permeados por políticas de sentido, seja pela situação de produção quanto pelas lógicas que se ajustam as possibilidades do reconhecimento.

Deste modo, percebe-se durante o processo de análise que a midiatização implementa um conjunto de relações que agencia operações sobre as quais se configuram novos processamentos dos programas radiojornalísticos matinais e, assim, estabelece os vínculos entre estas instituições e os atores sociais envolvidos no processo.

Como hipóteses, foram confirmadas que os ambientes digitais se delineiam como espaços propícios para o vínculo entre os papéis ocupados no processo comunicativo dos programas matinais teresinenses em uma sociedade em vias de midiatização. Também foi validada a hipótese de que, por intermédio das redes sociais digitais, o radiojornalismo matinal constitui espaços de efetivo diálogo com o público a partir das contribuições configuradas em críticas e sugestões partilhadas pela audiência.

Quanto à hipótese de que os programas matinais teresinenses já operam sob lógicas de uma sociedade em vias de midiatização fazendo o uso das mídias sociais digitais para ampliar os regimes de visibilidade e, em segundo lugar, que o cenário radiofônico contemporâneo matinal teresinense redefine as fronteiras do espaço de configuração para o compartilhamento de informações e a transformação das práticas e lógicas produtivas do radiojornalismo teresinense na atualidade foram confirmadas através dos exemplos analisados.

A observação empírica dava pistas de que os quatro programas funcionavam e agenciavam de mesma forma quanto à participação do público. Antes da validação dos dados, se acreditava que os matinais tinham a necessidade de retratar a partir dos ouvintes, as ideias, pensamentos e opiniões, além de comportamentos, valores, hábitos e até costumes e crenças. Porém, isto foi observado parcialmente.

No Jornal da Clube e Jornal da Teresina 1ª Edição, os ouvintes participam ativamente por inúmeros canais de comunicação disponibilizados pelos programas, ou seja, a participação acontece tanto por mensagens via redes sociais quanto pela linha direta no telefone.

Embora no Notícias da Boa ainda tenha sido observada a presença de áudios enviados pelos ouvintes via redes sociais digitais, a participação do público fica praticamente condicionada a leitura de mensagens pela âncora Cinthia Lages. Essas características se assemelham no Acorda Piauí, com a diferença que neste matinal não houve espaço para a veiculação de áudio que, eventualmente, possa ter sido enviado pelo público.

Singularidades do rádio, a citar o imediatismo e a instantaneidade, foram observadas nos quatro programas. Aspectos de mobilidade e interação presentes no radiojornalismo unem-se às mídias sociais digitais como estratégias dos radiojornais. Assim, a participação do público – trabalhada de forma particular nos matutinos – ocupa espaços virtuais em que são compartilhadas particularidades sociais que são visibilizadas e publicizadas nos matutinos.

Da mesma forma, foram identificadas estruturas elaboradas esteticamente nos matinais, a exemplo de vinhetas e *jingles*, para reforçar o apelo e, conseqüentemente, buscar transmitir frente ao público a autorreferencialidade pela forma específica que cada radiojornalístico opta por veicular os conteúdos.

Destaca-se, portanto, que esta pesquisa se conclui pela necessidade de fechamento de um ciclo e perfaz-se nestas páginas mediante os prazos estabelecidos. Contudo, estende-se pelas ideias que acercam o radiojornalismo e os processos contínuos que o engendram. Deste modo, esta dissertação configura-se como parte de um processo intenso de reflexão, averiguação, sistematização, experiências e conhecimentos obtidos ao longo de dois anos. A intenção é contribuir para a proposição de aportes que suscitem questionamentos, indagações e investigações quanto aos procedimentos empregados no universo radiofônico.

Compreender a realidade de instâncias que regem e envolvem especificidades referentes ao radiojornalismo incide diretamente sobre o trabalho do pesquisador, o qual precisa levar em conta uma pluralidade de operações na atividade da investigação científica.

Ao reconhecer a centralidade da midiatização como eixo que afeta as práticas sociais e propicia o surgimento de novas formas de conexões e desconexões, assim como afinidades e diferenças. Isto contribui para entender fatores que emergem dos múltiplos processos do radiojornalismo em uma sociedade em vias de midiatização, permeada por lógicas que suscitam processos de interações e desenvolvem interfaces entre produção, reconhecimento e circulação de discursos radiofônicos.

É importante destacar, todavia, que as questões aqui assinaladas foram reconstituídas e configuradas de acordo com um ponto de vista particular. O panorama aqui constituído é resultado de um conjunto de decisões tomadas ao longo do processo de investigação. Conseqüentemente, a construção decorrente deste percurso é arquitetada por um posicionamento bastante próprio e, apenas, uma das possíveis formas para o ajustamento final das discussões.

REFERÊNCIAS

- ADAMI, A. Estágio atual das Pesquisas sobre Rádio no Brasil: as novas possibilidades na era dos “Millennials” e o tamanho do meio. In: ZUCULOTO, V.; LOPEZ, D. C; KISCHINHEVSKY, M. (orgs). **Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. São Paulo: INTERCOM, 2016.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. 1995. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 223 p.
- AGAMBEN, G. **O que é contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
- ALMEIDA, H. A longa (e interminável) construção da biografia do padre Landell. In: KLÖCKNER, L., CACHAFEIRO, M.S. (Org.) **Por que o Padre Roberto Landell de Moura foi inovador?: conhecimento, fé e ciência** [recurso eletrônico].Porto Alegre: EdiPUCRS, 2012.
- ALENCAR, S. In: TV Clube foi a 5ª emissora no país a fazer parte da Rede Globo. **G1 PIAUÍ**. Teresina, 02 dez. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2012/12/tv-clube-foi-5-emissora-no-pais-fazer-parte-da-rede-globo.html>. Acesso em: 11 fev. 2019.
- ALSINA, M. R. **Los modelos de la comunicación**. Madri: Thecnos, 1995.
- ANATEL. Legislação da ANATEL. Resolução nº 546, de 1º de setembro de 2010. São Paulo, 11 mar. 2019. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2010/14-resolucao-546>. Acesso em: 13 fev. 2019.
- ARAÚJO, C. A. Á. Paradigma social nos estudos de usuários da informação: abordagem interacionista. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 22, n. 1, p. 145-159, jan./abr. 2012.
- ARAÚJO, C. A. A. O que são “práticas informacionais”?. **Inf. Pauta**, Fortaleza, CE, v. 2, número especial, out. 2017
- BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. Os gêneros do discurso. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofonico**. Madri: Cátedra, 1994.
- BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas de áudio**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BENITES, A. **Temer é denunciado por corrupção e se torna primeiro presidente a responder por crime durante mandato**. Brasília, 27 jun. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/26/politica/1498485882_380890.html. Acesso em: 11 mar. 2019.
- BIRCH, Beverley. **Guglielmo Marconi: Radio pioneer. Giants of science**. [S. l.]: Blackbirch Press, 2001. 64 p.
- BORELLI, V. Jornalismo como atividade produtora de sentidos. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 20, 2005.
- BORELLI, V. Mídiação, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 25, 2010.
- BOURDON, J. **Introdução aos media**. Porto: Campo das letras, 2006.

BRAGA, J. L. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, vol. 10, n. 20, p. 41/54, jan./jun. 2010.

BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. **Verso e reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, jan./abr. 2011.

BRASIL MAIA, A. G. O pós-moderno em questão: a sociedade dos media e a crítica contemporânea. **Revista Dialectus**, Fortaleza, v. 5, 2014.

BRUCK, M. S. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablum, 2003.

CANDIOTTO, C. **“Foucault e a crítica da verdade”**. Belo Horizonte: Autêntica. Curitiba: Champagnant. 2010.

CAPPIA, E. **O-Radio-Técnica**. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://tudoradio.com/conteudo/ver/1-O-Radio-Tecnica>. Acesso em: 13 fev. 2019.

CASTRO, L. B. de. Privatização, abertura e desindexação: a primeira metade dos anos 90. In GIAMBIAGI, F. et al. (Orgs.). **Economia brasileira contemporânea** [recurso eletrônico]: 1945-2010. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CEPRO. **Fundação CEPRO divulga o PIB dos Municípios 2015**. Disponível em: <http://www.cepro.pi.gov.br/noticia.php?id=488>. Acesso em: 9 jan. 2019.

CESAR, C. **Rádio - A mídia da emoção**: [recurso eletrônico]: a história, a magia e as técnicas para se fazer rádio. 1. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2015. 232 p.

CHANTLER, P.; HARRIS, S. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

CIDADE VERDE. **Rádio Cidade Verde inicia ao meio-dia programação oficial com Prata da Casa**. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/240522/radio-cidade-verde-inicia-ao-meio-dia-programacao-oficial-com-prata-da-casa>. Acesso em: 9 mar. 2019.

CONNECTMIX. **Confira a lista das músicas mais tocadas em 2017 nas rádios**. [S. l.], Disponível em: <https://www.connectmix.com/as-musicas-mais-tocadas-de-2017/>. Acesso em: 4 mar. 2019.

COULDRY, N. **Mediatization or mediation?** Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 2008. 10(3), 373–391p. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/53c2/6e44e58ce1820254e685f7c976cc7a035018.pdf>. Acesso em jul. 2019.

CUNHA, M. O tempo do radiojornalismo: a reflexão em um contexto digital. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v. 1, n. 1, p.10-19, 2004.

DEBOR, G. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>. Acesso em: 18 jun 2018.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DEL BIANCO, N. R. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 27, n. 1, p. 1-10, jan./jun. 2004.

DEL BIANCO, N. R. As forças do passado moldam o futuro. **Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações**, São Paulo, p. 12 - 18, 01 abr. 2006.

DEL BIANCO, N. R. (org.). **O rádio brasileiro na era da convergência**. Coleção GP's E-books. Volume 5. São Paulo: Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, Intercom, 2012.

DOURADO, J. L. **Rede Globo: mercado ou cidadania?** Teresina: EDUFPI, 2011. 344p.

DRM. **DRM Handbook**. Disponível em: <https://www.drm.org/wp-content/uploads/2019/02/DRM-Handbook.pdf>. Acesso em: 5 mar 2019.

EL PAIS. **Golpe baixo no Brasil: A destituição de Dilma Rousseff implica um dano imenso às instituições brasileiras**. [S. l.], 1 set. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/31/opinion/1472665844_695837.html. Acesso em: 12 mar. 2019.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiaticização. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

FAUSTO NETO, A. Midiaticização, prática social: prática de sentido. *In*: Encontro da Rede Prosul: Comunicação, Sociedade e Sentido. 2005, São Leopoldo. **Anais**. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

FAUSTO NETO, A. Nas bordas da circulação. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, jan./jun., 2010

FAUSTO NETO, A. Midiaticização, prática social: prática de sentido. *In*: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS), 15, 2006, Bauru/SP. **Anais eletrônicos**. Bauru: Compós, 2006. Disponível em: http://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=MQ==. Acesso em: 25 nov 2018.

FERNANDES, J. A. C. *et al.* **Pesquisa CNI-IBOPE: Avaliação do Governo. Popularidade do presidente Temer mantém-se em queda**. Disponível em: https://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazonaws.com/media/filer_public/b2/97/b297c9fa-2efd-4ffc-8f9f-a23641b28aac/pesquisa_cni-ibope_set_2017_1.pdf. Acesso em: 8 mar. 2019

FERRARETTO, L. A. O hábito da escuta: pistas para a compreensão das alterações nas formas do ouvir radiofônico. **Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia**, São Paulo, n. 09, 2007, p. 106-131.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2014.

FIDLER, R. **Mediamorphosis: Understanding New Media**. London: Sage Publications Ltd, 1997.

FM CLUBE. **Sistema Clube de Comunicação**. Disponível em: <http://www.fmclubeteresina.com.br>. Acesso em: 12 fev. 2019.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FRANÇA, V. V. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 5, 2001.

FRANÇA; SANTOS. TV Clube comemora 42 anos de implementação no estado do Piauí. **Rede Clube**, Teresina, 03 dez. 2014. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/pi/redeclube/noticia/2014/12/tv-clube-comemora-42-anos-de-implementacao-no-estado-do-piaui.html>. Acesso em: 10 fev. 2019.

FRANCISCO, P. A. P.; VALENTE, M. G. **Do rádio ao streaming**: ECAD, Direito autoral e música no

Brasil. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2016.

G1 PIAUÍ. **TV Clube foi a 5ª emissora no país a fazer parte da Rede Globo.** Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2012/12/tv-clube-foi-5-emissora-no-pais-fazer-parte-da-rede-globo.html>. Acesso em: 11 fev. 2019.

G1 PIAUÍ. **Imparcialidade e pioneirismo são as marcas do Telejornalismo da Tv Clube.** Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2012/12/imparcialidade-e-pioneirismo-sao-marcas-do-telejornalismo-da-tv-clube.html>. Acesso em: 11 fev. 2019.

GOFFMAN, E. **Forms of Talk.** Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 2009.b

GSMA. **The Mobile Economy 2019.** Disponível em: <https://www.gsmainelligence.com/research/?file=b9a6e6202ee1d5f787cfebb95d3639c5&download>. Acesso em: 05 mar 2019.

HAUSSEN, D. F.; CUNHA, M. (Org.). **Rádio brasileiro: episódios e personagens.** Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2003. 294p. (Comunicação, 29).

HJARVARD, S. Mediatization: conceptualizing cultural and social change. São Paulo. **Revista Matrizes**, v. 8, n 5, 2012, p. 53-91 p.

HJARVARD, S. Da Mediação à Mídiação: a institucionalização das novas mídias. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 3, 2015. p. 51-62

HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V.V. (Orgs.) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis, Rj. Vozes, 2001.

HORKHEIMER, M. **A presente situação da filosofia social e as tarefas de um instituto de pesquisas sociais.** Praga: estudos marxistas. n. 7, 1999, p. 121-132

IBGE. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia: PBM 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: 03 jul 2017.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua.** [S. l.], 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=23205&t=sobre>. Acesso em: 12 fev. 2017.

JUSBRASIL. **Página 51 da Seção 1 do Diário Oficial da União (DOU) de 30 de Junho de 2006.** Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/634966/pg-51-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-30-06-2006>. Acesso em: 14 fev. 2019.

KANTAR, I. M. **Book de Rádio 2018.** Relatórios de investimentos, 21 de set. de 2018. Disponível em https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2018/09/Book-de-Rádio-2018_Final.pdf. Acesso em 28 out. 2018.

KELLNER, D. **A cultura da mídia.** Bauru: EDUSC, 2001.

KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, M. **Cultura da portabilidade: Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia**

sonora. **Observatório (OBS*)**, Lisboa, v. 3, n. 1, p. 223-238, 2009.

KISCHINHEVSKY, M. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal Radio Tube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 136-149, 2012.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, M; MODESTO, C. F. Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. **Questões Transversais** – Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 2, p.12-20, N° 3, janeiro-junho/, 2014.

KISCHINHEVSKY, M. Rádio social – Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas *in* **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. DEL BIANCO, N. R. (Org). São Paulo: INTERCOM, 2012.

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

KROTH, M. E. **As estratégias de produção e transmissão de um programa de rádio de auditório itinerante**: estudo de caso do programa Gente Nossa, da Rádio Venâncio Aires 910 AM. 2006. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontífica Universidade Católica, Porto Alegre – RS.

KROTH, M. E. Contratos de leitura: narrativas do cotidiano como estratégia de captura da recepção no rádio. *In*: FERRARETTO, L. A.; KLOCKNER, L. (Org.) **E o rádio?** novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. p. 142-156.

LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LIBELL, H. P. **New York Times**: Norway Becomes First Country to Start Switching Off FM Radio. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/01/11/world/europe/norway-fm-radio.html>. Acesso em: 15 jan 2017.

LIMA, L. C. **Teoria da Cultura de Massa**: introdução, Comentários e Seleção de Luiz Costa Lima 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

LOPES, P.F.C. **Negociando sentidos, articulando lugares**: o modelo semiológico discursivo nas teorias da comunicação e do jornalismo. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2004.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: LivrosLabCom, 2010.

LOPEZ, D. C.; MUSTAFÁ, I. Pesquisa em rádio no Brasil: um mapeamento preliminar das teses doutorais sobre mídia sonora. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 6, n. 1, p.189-205, 2012

LOPEZ, D. C. “Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático”. *In*: FERRARETTO, L. A.; KLOCKNER, L. (Org.). **E o Rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

LOPEZ, D. C.; QUADROS, M. R. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, jul./ago./set., 2015.

LUCAS, A. S. **Top 10 músicas mais tocadas nos anos 90**. Disponível em: <https://top10mais.org/top-10-musicas-mais-tocadas-nos-anos-90/>. Acesso em: 11 mar. 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. Apuntes para una história de las matrices culturales de la massmediación. In: **Materiales para la comunicación popular** N° 3, IPAL, Lima, 1984

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MARTÍNEZ-COSTA PÉREZ, M.D.P.; HERRERA, D., S. Radiografía del prime time informativo de la radio española. **Comunicación**, Sevilla, v. 1, n. 5, p. 405-414, 2007.

MARTINO, L. M. de S. Descontinuidades epistemológicas nas Teorias da Comunicação: um estudo das taxonomias entre 1969 e 2011. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, 2015.

MARTINO, L. C. (org.); BERGER, C. R; CRAIG, R. T. **Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?** Cotia: Ateliê, 2007.

MARTINO, L. C. Ceticismo e interdisciplinaridade: paradoxos e impasses da teoria da comunicação. **Revista Argentina de Comunicación**, Buenos Aires, n. 3, 2008.

MARTINO, L. C. Abordagens e representação do campo comunicacional. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, vol. 3, n. 8, p. 33-54, nov. 2006.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura midiática. **Diálogos de la comunicación**. Lima: Felafacs, n.56, out. 1999.

MATTELART, A. & M. **Histórias das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MATTELART, A. & M. **Pensar as mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.

MEDITSCH, E. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 20, 1997. **Anais**. São Paulo.

MEDITSCH, E. A compreensão da mensagem no radiojornalismo: uma abordagem cognitiva. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26, 2003. **Anais**. Minas Gerais.

MEDITSCH, E. **O pecado original da mídia: o roteiro de A Guerra dos Mundos**. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-guerra-dos-mundos.pdf>. Acesso em 11 jul. 2019.

MEDITSCH, E. 'Rádio e Pânico', 15 anos depois. **Observatório da Imprensa**. Ed. 750, [s/l]. 11 jun. 2013. Disponível em: http://observatorioidaimprensa.com.br/armazem-literario/_ed750_radio_e_panico_15_anos_depois/. Acesso em: 11 jul. 2019.

MEDITSCH, E. A Introdução à Técnica Radiofônica, organizada por Mário de Moura em 1956: a primeira coletânea sobre técnicas de rádio publicada no Brasil? In: ZUCULOTO, V.; LOPEZ, D. C; KISCHINHEVSKY, M. (orgs). **Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. São Paulo: INTERCOM, 2016.

MOURO, R. **Som do Rádio: Seleção das músicas mais tocadas em 1990**. Disponível em: <https://www.somdoradio.com/2011/01/selecao-das-mais-tocadas-em-1990.html>. Acesso em: 11 mar. 201

MORAES, D. de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORAES, D. de. **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MORAES, H; CURY, J. **Música 'Teresina' é a mais votada e inaugura a Rádio Cidade Verde; ouça aqui**. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/240535/musica-teresina-e-a-mais-votada-e-inaugura-a-radio-cidade-verde-ouca-aqui>. Acesso em: 9 jan. 2019.

NUNES, Cristiana. **PIB do Piauí em 2015 teve a menor queda do nordeste**. Disponível em: <http://www.pi.gov.br/materia/cepro/pib-do-piaui-de-2015-teve-a-menor-queda-do-nordeste-3780.html>. Acesso em: 16 nov. 2017.

NEUBERGER, R. S. A. **O rádio na era da convergência das mídias**. Bahia: UFRB, 2012.

NEWSWIRE, PR. **Facebook Reports Third Quarter 2018 Results**. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/facebook-reports-third-quarter-2018-results-300740693.html>. Acesso em: 13 de dez. 2014.

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

ORTIZ, M. Á.; MARCHAMALO, J. **Técnicas de Comunicação pelo rádio** - a prática radiofônica. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

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

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso**: Introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PRADO, M. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Editora Boa Prosa, 2012

PRATA, N. Grupo de pesquisa rádio e mídia sonora da Intercom – 20 anos. **Rádio-leituras**, Ouro Preto, v. 2, p. 1, jul./dez., 2011. Disponível em: <https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/1-nair-prata.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2017.

PRATA, N. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom – 20 anos. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** (Intercom). Recife: Unicap, setembro de 2011.

QUAIN, J. R. **Local Radio Is Cutting the Static and Going Digital, Finally**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2007/03/25/automobiles/25RADIO.html>. Acesso em: 22 fev. 2017.

RIBEIRO, A. P. G. Discurso e poder: a contribuição barthesiana para os estudos de linguagem. **Intercom**, São Paulo, v. 27, n. 1, 2004.

RUBIM, A. A. C. A contemporaneidade como idade mídia. *In*: **Interface: Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v.4, n.7, 2000.

RÜDIGER, F. **Comunicação e Teoria Crítica da Sociedade**: Adorno e a Escola de Frankfurt. Porto Alegre, EDIPUCRS, 1999.

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

- SILVEIRA, M. I. M. **Análise de gênero textual**: concepção sócio-retórica. Alagoas: Edufal, 2005.
- SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.
- SOARES, E. **A bola no ar**: O rádio esportivo em São Paulo. São Paulo. Summus Editorial, 1994.
- THE NOSTALGIA MACHINE. **For the best results pick a childhood year**. [S. l.], [2019]. Disponível em: <http://thenostalgiamachine.com>. Acesso em: 26 fev. 2019.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.
- VERON, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004
- VERÓN, E. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. 1. ed. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Revista Matrizes**. V. 8, n. 1, jan/jun. São Paulo, 2014
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.
- WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- ZWICK, E. Indústria cultural e semiformação: aportes à detenção da subjetividade e à sociedade perturbada, *In: Theodor W. Adorno*: a atualidade da crítica: vol. 2[recurso eletrônico] / Ricardo Timm de Souza, R; Caires, F; et al. (Orgs.) - Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2017