

Centro: Comunicação e Artes

Curso: Comunicação

Título: O INFOTENIMENTO NO RÁDIO NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA SHOW DA MANHÃ.

Autores: Abrantes, A. Vaz, E.

Email: elidavaz@globo.com

IES: UNESA

Palavra Chave: radiojornalismo informação entretenimento infotenimento Show da Manhã

Resumo:

Este trabalho tem o propósito de verificar a forma como é tratada a informação e o entretenimento em um programa em formato radiojornalístico. O estudo de caso foi feito a partir da análise quatro edições do programa Show da Manhã, da Super Rádio Tupi. Para isso, foi realizada pesquisa bibliográfica sobre a história do radiojornalismo, além de se discutir o rádio como espaço público, a sociedade da informação e do entretenimento e o infotenimento no rádio. Foram realizadas entrevistas com profissionais envolvidos. O programa Show da Manhã, da Super Rádio Tupi, líder de audiência do horário, reúne um jornalismo de humor e informação, com a participação de comentaristas que abordam conteúdos distintos. Na década de 1950, a televisão foi implantada no Brasil e fez com que o rádio, um dos principais meios de comunicação até então, devido à rapidez e espontaneidade, fosse ameaçado, por causa de uma diferença crucial entre os meios: as imagens. Com isso, o rádio se viu obrigado a se reinventar para não perder seu público e também funcionários, já que muitos profissionais estavam migrando para a televisão. Mas, mesmo com a inserção de um novo veículo de comunicação, o rádio continuou com a sua vitalidade e com ele, alguns programas permaneceram nas graças do público resgatando ouvintes que trocaram o rádio pela TV. Com o objetivo de analisar e postular com afinco o infotenimento no rádio, o presente estudo deseja, sobretudo, entender a possibilidade dessa junção e, a partir daí, detalhar a maneira com a qual a emissora em destaque apresenta seus conteúdos. Em dezesseis anos de história, o Show da Manhã, desde o ano 2000, é transmitido pela Internet. Todos os dias é possível, além de ouvir o Show da Manhã pelo rádio, acompanhar o programa pela Internet. Isso possivelmente contribui para o crescimento do público, já que através da Internet é capaz de se atingir diversos tipos de pessoas em vários lugares do mundo. Em 2010, a Super Rádio Tupi ganhou o troféu de Melhor Site, confirmando assim, a hegemonia da rádio na rede. O estudo é dividido em três partes: a primeira destinada a resgatar a história do rádio, do radiojornalismo e da Super Rádio Tupi; a segunda, destinada a procurar entender o fenômeno do entretenimento, as origens do rádio como espaço público e o infotenimento no rádio. Por fim, realiza-se um estudo de caso sobre o programa em questão, reunindo, além da análise, entrevistas com profissionais envolvidos.

