



Caracterización del periodismo radiofónico popular como género discursivo: propuesta a partir de un estudio de caso brasileño

Characterization of popular radio journalism as a discursive genre: proposal based on a Brazilian case study

Rodrigues del Bianco, Nelia

Universidade de Brasilia (UnB)

neliadelbianco@gmail.com



Prata, Nair

Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)

nairprata@uol.com.br



Forma de citar este artículo:

Del Bianco, N. R. & Prata, N. (2026). Caracterización del periodismo radiofónico popular como género discursivo: propuesta a partir de un estudio de caso brasileño. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 13(25), raeic132503. <https://doi.org/10.24137/raeic.13.25.3>

Resumen:

El periodismo popular en la radio brasileña ha sido analizado en dos contextos: programas policiales sensacionalistas y producciones de movimientos sociales. Sin embargo, han surgido en la contemporaneidad informativos diarios disruptivos que

abordan acontecimientos cotidianos a partir de un lenguaje cotidiano de apelación emocional para conquistar inteligibilidad y audiencia, desafiando el tradicional periodismo de referencia. El objetivo del estudio es identificar principios generales de textos, formatos y estilo de locución característicos de este periodismo popular radiofónico, reuniendo sus marcas recurrentes para concluir sobre la determinación de un género. Utilizando el enfoque teórico-metodológico de Patrick Charaudeau, el análisis se centra en la evidencia del anclaje social del discurso y sus características formales. El corpus de análisis incluye cinco programas periodísticos de radios FM brasileñas. La investigación revela que estas producciones construyen sentido de verdad con un sesgo conservador; atribuyen valor a las críticas y comentarios en detrimento de la narrativa del hecho; demuestran alineación ideológica con la derecha brasileña; propagan odio contra políticos de izquierda; refuerzan el mito del fantasma del comunismo; critican leyes de derechos humanos para grupos periféricos. El análisis contribuye para entender el papel de este tipo de periodismo sonoro en la formación de la opinión pública en contexto de polarización política y desinformación. A partir de esta investigación fue posible caracterizar un nuevo género discursivo: el periodismo radiofónico popular.

Palabras clave: periodismo popular, periodismo de referencia, periodismo sonoro, género discursivo, anclaje discursivo, performatividad.

Abstract:

Popular journalism on Brazilian radio has been analyzed in two contexts: sensationalist police programs and social movement productions. However, disruptive daily radio news programs have emerged in contemporary times, addressing everyday events through colloquial language with emotional appeal to achieve intelligibility and audience, challenging traditional reference journalism. This study aims to identify general principles of texts, formats, and locution styles characteristic of this popular radio journalism, gathering its recurring marks to conclude on the determination of a genre. Using Patrick Charaudeau's theoretical-methodological approach, the analysis focuses on the evidence of the social anchoring of discourse and its formal characteristics. The analysis corpus includes five journalistic programs from Brazilian FM

radio stations. The research reveals that these productions construct a sense of truth with a conservative bias; attribute value to criticisms and comments over the narrative of the fact; demonstrate ideological alignment with the Brazilian right; propagate hatred against left-wing politicians; reinforce the myth of the communist ghost; criticize human rights laws for peripheral groups. The analysis contributes to understanding the role of this type of sound journalism in shaping public opinion in the context of political polarization and disinformation. From this investigation, it was possible to characterize a new discursive genre: popular radio journalism.

Keywords: popular journalism, reference journalism, sound journalism, discursive genre, discourse anchoring, performativity.

1. INTRODUCCIÓN

En un escenario de evolución acelerada del ecosistema mediático, marcado por los procesos de convergencia entre los medios tradicionales y las aplicaciones de Internet, así como por la diversificación de operadores y plataformas en la oferta de contenido audiovisual, la radio se muestra resiliente y en constante adaptación. Más allá de la transmisión hertziana, el medio es cada vez más multiplataforma, ubicuo y adaptable al “entorno mediático multitarea” (Cardoso, España & Araujo, 2008, p. 3), caracterizado por el sistema de oferta múltiple que acompaña a la audiencia en los tiempos y espacios de la vida cotidiana. Inmersa en este entorno digital, la radio sigue siendo un medio poderoso. Es consumida por 8 de cada 10 brasileños que dedican una media de 3 horas diarias de escucha. La música es el principal contenido preferido por el 94% de los oyentes, seguida por el 32% que buscan noticias locales y el 26% los noticieros nacionales (Kantar Ibope Media, 2023).

El interés por el periodismo sonoro ocurre en un entorno que prolifera la práctica de evitar noticias (*news avoidance*). En mercados mundiales investigados por el Reuters Institute for the Study of Journalism, el índice alcanza el 36% de la población en 2023. En Brasil, el 43% de los brasileños afirmaron que frecuente u ocasionalmente evitaban noticias. La principal razón para la evasión sigue siendo el impacto negativo de las

noticias en el estado de ánimo, generando sobrecarga de información, ansiedad ante información sobre crisis globales, climáticas y conflictos internacionales, además de la percepción de que el noticiero no proporciona soluciones prácticas para los problemas cotidianos (Reuters Institute, 2023).

A este escenario se suma la continua caída en la confianza de los brasileños en cuanto a la calidad de los informes periodísticos en general. En 2023, el índice llegó al 48%, superior al del año anterior en 43%. Según el Reuters Institute (2023), casi dos tercios de los encuestados frecuentemente están escuchando o viendo personas criticando a la prensa.

En respuesta al desinterés y la fatiga de las personas por las noticias, las empresas de radio brasileñas han implementado acciones multiplataforma como la producción de videos cortos en TikTok, la transmisión simultánea de programas periodísticos para YouTube, además de buscar el compromiso y la interactividad en redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. La expansión digital a YouTube permite obtener ingresos adicionales con la monetización y los anunciantes, dependiendo de los accesos guiados por algoritmos. Con estas estrategias, las emisoras tradicionales encontraron un medio para mantener la credibilidad forjada a lo largo de décadas, considerando que el 83% de los oyentes reconocen que la radio en el país presenta noticias con agilidad y el 64% confían en las noticias que escuchan (Kantar Ibope Media, 2023).

En busca de la fidelización de la audiencia, se observa el crecimiento de programas de periodismo sonoro disruptivos en relación con los modelos tradicionales, por adoptar un lenguaje similar al cotidiano, de fácil inteligibilidad para el consumo rápido, uso de apelación emocional en la presentación de noticias. Son producciones enunciadas al público como periodísticas, pero su estructura narrativa no diferencia el relato de acontecimientos de opinión y comentario, además de reinterpretar criterios que califican valores inherentes al periodismo de referencia (Zamin, 2014). Son noticieros radiofónicos con elevados índices de audiencia que pueden ser caracterizados como una relectura del periodismo popular originario de programas policiales que ofrecen una narrativa apelativa y emotiva de crímenes y accidentes.

Con el ascenso en Brasil de la extrema derecha conservadora en los poderes ejecutivo y legislativo en 2019, se observó que una parte de las emisoras del país se conformó al nuevo escenario, ofreciendo espacio para voces conservadoras pro-gobierno a través de programas periodísticos populares. Durante el gobierno de extrema derecha del ex-capitán del Ejército Jair Bolsonaro (2019-2022)¹, hubo lo que Manuel Guerrero y Mireya Márquez-Ramírez (2014) denominan captura liberal de los medios. Ocurre cuando los sistemas de medios nacionales se alinean a intereses de élites políticas contemporáneas y económicas para ampliar el crecimiento y la consolidación de un modelo comunicacional fundamentalmente mercadológico y sustentado, muchas veces, en la preservación de estructuras de poder locales ya consolidadas, aún capaces de moldear las reglas del juego. Además de conquistar al público conservador, comprometido y fiel, las emisoras alineadas obtuvieron ganancias con el aumento de las inversiones del gobierno en publicidad. El caso emblemático es el de Radio Jovem Pan, tradicional emisora brasileña dedicada al periodismo con ideas conservadoras, que triplicó los fondos de publicidad recibidos del gobierno federal durante el mandato de Jair Bolsonaro (Chaves, Mazza & Bueno, 2022).

El avance de la extrema derecha en Brasil, concretado en 2019, encontró en el sistema de medios de radio, tradicionalmente conservador, un espacio fértil para la expansión de su ideología. Bolsonaro estructuró un ecosistema de comunicación propio, en el cual la realidad percibida era otra en relación con los medios tradicionales y este movimiento ganó fuerza ante la inestabilidad política y económica, los conflictos entre movimientos sociales y el crecimiento del electorado evangélico. El llamado “bolsonarismo” puede ser comprendido como un movimiento político de extrema derecha, de sesgo populista, orientado por el rechazo a la política tradicional, el nacionalismo exacerbado, el belicismo y la defensa de los valores familiares patriarcales (Castro Rocha, 2021).

¹ La extrema derecha conservadora en Brasil se caracteriza por una combinación de nacionalismo exacerbado, autoritarismo, conservadurismo social y oposición a cambios progresistas. Su actuación política incluye la defensa de un orden social jerárquico, políticas proteccionistas y una visión homogénea de la identidad cultural y nacional. Castro Rocha (2021), especialista en extrema derecha, analiza el fenómeno del bolsonarismo como una manifestación contemporánea que adopta como estrategia central la guerra cultural para polarizar la sociedad y deslegitimar a los opositores por medio de una "pedagogía de deshumanización". Esta retórica combina elementos religiosos y nacionalistas, promoviendo una agenda conservadora en cuestiones de género, sexualidad y familia.

Este trabajo se inserta en el contexto de polarización política, desinformación, deslegitimación del periodismo y alineamiento ideológico de los medios donde se observan los modos de organización y estrategias de escenificación de la verdad en el periodismo en programas emitidos en radios FM populares de cinco ciudades brasileñas, tres locales y dos en red. El objetivo de la investigación fue identificar los principios generales característicos de textos, formatos y estilos de locución de este tipo de periodismo radial, reuniendo sus marcas recurrentes para concluir sobre la determinación de un género. Interesó revelar la identidad de los presentadores y comentaristas, los roles que representan, la performatividad (Charaudeau, 2004) en la enunciación de noticias para moldear la percepción de la verdad. En esta búsqueda de caracterización, se confrontan el periodismo popular escenificado por las emisoras con sus atributos de apelación emocional, lenguaje simple y alineamiento ideológico y el periodismo de referencia marcado por la credibilidad, prestigio, sobriedad, objetividad, sofisticación estilística y por el importante papel que ejerce en la formación de la opinión pública en una democracia.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. PERIODISMO DE REFERENCIA VERSUS PERIODISMO POPULAR

En su trayectoria histórica, el periodismo radial brasileño se ha cimentado en la actuación de decenas de emisoras periodísticas tradicionales que priman por la transmisión de noticias en tiempo real, la participación de reporteros desde el lugar del acontecimiento, entrevistas en vivo, debates y la producción diaria de noticieros radiales. Son emisoras que hacen periodismo de referencia, caracterizado por la precisión, profundidad y contextualización de los acontecimientos. Asociado a medios que se preocupan por proporcionar información verificada y detallada, el periodismo de referencia es definido por Zamin (2014) como aquel que se rige por la ética, imparcialidad y calidad de la información, actuando como un pilar de la democracia al ofrecer los insumos necesarios para la formación de una opinión crítica.

Con base en un estudio de metaanálisis de textos académicos de los últimos 15 años, Zamin (2014) trazó la evolución y aplicación del término, comparando estudios

brasileños e internacionales. Identificó que el periodismo de referencia adopta una metodología rigurosa en la obtención de información para evitar la difusión de información falsa o inexacta. Al tener una producción continua y regular, organiza la información de manera lógica y coherente, facilita la comprensión de la audiencia al relatar los hechos de forma contextualizada y detallada y adopta el criterio de pluralidad en la selección de fuentes.

El periodismo radial de referencia siempre ha convivido con el periodismo popular, caracterizado por la emisión de programas radiales policiales sensacionalistas con una narrativa apelativa y emotiva de crímenes que hostiliza a los delincuentes (Martins, 2009; Costa, 1992). Se trata de un tipo de periodismo que utiliza un lenguaje accesible para explorar temas de apelación emocional. Privilegia historias humanas, dramas cotidianos y eventos de gran impacto en busca del compromiso con el público. En general, no separa la narrativa del hecho del comentario u opinión y, frecuentemente, el presentador lee textos comerciales dentro del programa, algo inusual en el periodismo de referencia. Otro aspecto distintivo es la proximidad y empatía con el público, además de otras características como la mezcla de géneros, el uso de fuentes populares y el tratamiento de la información desde un punto de vista particular e individual (Amaral, 2006, p.52)².

El punto de inflexión en el periodismo radial brasileño está en la emergencia de programas periodísticos en emisoras populares que comenzaron a agregar al noticiero sobre hechos relacionados con la política, economía, ciudad y salud, entre otros, recursos narrativos como la espectacularización, el sensacionalismo y la estereotipación. Su diferencial está en la reinterpretación de la noticia en el acto de la enunciación con el propósito de hacerla fácilmente inteligible. Bajo el pretexto de ampliar la comprensión, las emisoras recurren a comentaristas generalistas que, independientemente de su formación profesional, opinan sobre los hechos en todas las áreas del conocimiento. La estrategia es opuesta al periodismo de referencia, que prima

² La designación de periodismo popular aquí expresada está limitada al ámbito de las radios tradicionales y profesionales. No abarca el periodismo producido por radios comunitarias brasileñas que están bajo la gestión de grupos sociales en determinadas comunidades. Igualmente, no se confunde con la prensa sindical producida en el ámbito de movimientos laborales y dirigida a la defensa de derechos y demandas salariales de segmentos de trabajadores. Tampoco se aproxima a la prensa popular distinguida por la producción realizada por grupos populares de forma autónoma.

por el equilibrio de la narrativa de los acontecimientos, valiéndose de fuentes confiables para respaldar opiniones y juicios.

Programas del género están constituidos por la reinterpretación de noticias extraídas de periódicos en línea, redes sociales y otras aplicaciones. En general, sus presentadores leen las noticias directamente de estas fuentes, sin que el texto sea adaptado al lenguaje radiofónico. Además, hay una reducida inserción de reportajes en vivo o grabados producidos por periodistas. Es parte esencial de este formato la presencia de comentaristas generalistas que ofrecen opinión sobre casi todos los acontecimientos de forma superficial, adjetivada y alineada a ideas conservadoras. El equipo de este tipo de programa es reducido, constituido por un presentador, un productor que también realiza reportajes y hace algún tipo de investigación por teléfono, y un grupo de tres a siete comentaristas que actúan en forma de rotación.

Esta reconfiguración del periodismo popular en Brasil tiene proximidad con las tertulias en radios españolas distinguidas por la comunicación política, donde se intercambian y entrelazan los discursos de tres principales actores: políticos, periodistas y ciudadanos. Las tertulias permiten el intercambio de opiniones basadas en información, criterios y habilidades argumentativas, contribuyendo a la creación de un foro público. Los temas abordados se seleccionan en función de su relevancia para la opinión pública y su continuidad en la agenda mediática. Como espacio de diálogo, Sánchez Serrano (2006) señala que, detrás de la espontaneidad en la presentación, a veces interpretada como ausencia de guion, hay un proceso de preparación. Corresponde al moderador o al equipo del programa desarrollar una directriz temática basada en la selección de toda la información presentada. Pero no todos los programas del género en España siguen las reglas deontológicas del periodismo en cuanto al tratamiento de la opinión. Sánchez Serrano (2006) menciona que algunos programas no presentan matices de opinión, siendo constante una visión “blanco o negro” (p. 151). Situación que puede llevar a una conversación distorsionada y estridente, en lugar de favorecer el debate público y la participación de los ciudadanos, además de fomentar la cultura de la controversia que divide y aliena.

En el caso brasileño, el periodismo popular reconfigurado rompe con la clásica objetividad, dando origen a lo que Ernsen y Prudêncio (2024) denominan “periodismo de fachada”, una práctica que prioriza la verosimilitud en lugar de la veracidad de la información. Esto significa que las noticias presentadas no necesitan estar basadas en hechos, sino solo parecer reales para cautivar al público. Al analizar el programa de Radio y TV de Jovem Pan *Os Pingos nos Is*, identificaron una retórica argumentativa que no refleja la complejidad de los hechos, lo que, en última instancia, puede promover prejuicios, información engañosa, siendo, por lo tanto, una “falsificación de la noticia”, una construcción ficticia que sustituye la base factual con una apariencia convincente de veracidad.

Al analizar este tipo de programa de Radio Jovem Pan News, Ferraretto *et al.* (2023) lo clasificaron como una “forma de no hacer periodismo” por presentar una cobertura de hechos como un instrumento de desorden comunicacional. Los autores observan que hay una transición del periodismo tradicional a un modelo centrado en el entretenimiento, transformando el reportaje factual en propaganda ultraderechista. Este modelo, en la visión de Chagas y Cruz (2021), compromete no solo la integridad periodística, sino que induce a la naturalización de hechos y pseudofactos, siendo condescendiente con opiniones desviadas como parte del proceso informativo.

En esta investigación nos interesa entender el anclaje discursivo de este periodismo radial popular reconfigurado a partir de la caracterización discursiva de Patrick Charaudeau (2010; 2006), enfatizando su naturaleza comunicacional en las actividades lingüísticas construidas y las características formales producidas durante la emisión. Se busca percibir las regularidades discursivas, la performatividad en la enunciación de las noticias para producir efectos de verdad, así como la estructura de los programas, recursos de lenguaje movilizados, fuentes y criterios de selección de noticias.

2.2. LAS TERTULIAS COMO PROGRAMACIÓN

La tradición radiofónica de las tertulias – entendidas como espacios de debate público mediados, basados en el intercambio de opiniones entre especialistas y oyentes – presenta correspondencias significativas en diferentes sistemas mediáticos

internacionales. En Portugal, por ejemplo, el programa Fórum TSF se destaca como uno de los casos más consolidados de interacción ciudadana en la radio, combinando mediación periodística, panel de comentaristas y participación de oyentes por teléfono. El estudio de Ribeiro (2005) demuestra que el formato promueve dinámicas de ciudadanía activa, funcionando como una arena discursiva pública. Además, Cordeiro (2005) analiza la TSF como referencia editorial en el periodismo radiofónico portugués, destacando un "perfil de información" que articula análisis, opinión y participación social, lo que acerca el formato al género tertuliano. En España, las llamadas "tertulias radiofónicas" están profundamente institucionalizadas desde los años 80 y fueron analizadas por Espinosa (2002) como foros opinativos que estructuran el debate mediado de la actualidad. Según la autora, la tertulia asume un papel de "foro para el siglo XXI", al reunir voces diversas que interpretan el contexto político y social a partir de puntos de vista argumentativos. Esta tradición establece un modelo híbrido entre periodismo y opinión, caracterizado por un conjunto relativamente estable de comentaristas, mediación estructurada y ritualización discursiva del debate, sirviendo como parámetro para comparaciones con programas brasileños de tendencia ideológica y opinativa.

En el Reino Unido, el programa *Any Questions?*, de la BBC Radio 4, representa un formato análogo al modelo ibérico al reunir semanalmente figuras de la política, medios de comunicación y sociedad civil para responder a preguntas formuladas por el público. La versión complementaria *Any Answers?* transfiere la centralidad discursiva a los oyentes, explorando la lógica del *phone-in* mediado. Aunque insertos en una tradición pública de debate regulado por la BBC, estos formatos revelan la coexistencia entre autoridad especializada y participación ciudadana, acercándose estructuralmente a tertulias mediadas por comentaristas.

En Estados Unidos, el radio opinativo asumió una forma distinta, analizada por Rosenwald (2019) como un elemento central de la disputa política, especialmente a partir de la consolidación del llamado *political talk radio*. En este contexto, programas liderados por presentadores como Rush Limbaugh se convirtieron en plataformas de formación de encuadres ideológicos y de movilización partidaria. Aunque difieren de las

tertulias ibéricas por su menor pluralidad interna y énfasis en un estilo monológico, cumplen una función similar de interpretación y agenda del debate público, actuando como espacios de mediación discursiva con fuerte impacto político.

En América Latina, radios públicas y universitarias han producido formatos comparables, como la *Tertulia de viernes*, de Radio UNR, en Argentina, reconocida públicamente por su relevancia como rueda de análisis semanal, y experiencias similares en radios chilenas y uruguayas. Estos programas comparten elementos estructurales con las tertulias ibéricas, tales como la ritualización del comentario político y la apertura dialógica al oyente, aunque sus características varían según los sistemas mediáticos nacionales. En Brasil, el formato presenta una fuerte inflexión ideológica, siendo frecuentemente apropiado por discursos polarizados, lo que lo distancia del carácter pluralista más frecuentemente descrito en los modelos español y portugués (Espinosa, 2002; Ribeiro, 2005).

2.3. LA DESINFORMACIÓN DESDE PERSPECTIVAS COMPARATIVAS

La emergencia del fenómeno de la desinformación se revela como un desafío sistémico que trasciende la mera circulación de noticias falsas, afectando las estructuras comunicacionales y los ecosistemas digitales en su totalidad. La investigadora brasileña Raquel Recuero señala que “aunque el engaño sea antiguo, su dimensión actual se reconfigura por las plataformas digitales” (Jansen, 2025, p. 375). En este sentido, la desinformación debe entenderse no solo como un contenido falso aislado, sino como “un problema sistémico” (p. 375) que involucra objeto, proceso y efecto. Esta mirada sistémica resulta esencial para captar la complejidad del fenómeno, especialmente en América Latina, donde las plataformas digitales se entrecruzan con contextos de fragilidad institucional, baja alfabetización mediática y fuerte polarización social.

En el ámbito latinoamericano, las dinámicas de desinformación adquieren matices específicos al interactuar con desigualdades de acceso, heterogeneidad de los medios tradicionales y una digitalización asimétrica. En comparación con los contextos europeos o norteamericanos, los países latinoamericanos enfrentan desafíos distintos: en muchos casos, las redes sociales funcionan como el principal canal de información,

mientras que los mecanismos de control o regulación institucional aún se encuentran en desarrollo. Esta particularidad exige que los enfoques analíticos consideren tanto la infraestructura tecnológica como los vectores sociológicos de la desinformación. Como señalan los investigadores españoles Valera-Ordaz *et al.* (2022, p. 21), “la desinformación se ha convertido en un concepto central en las investigaciones en comunicación, relacionado con diversos fenómenos mediáticos, tecnológicos y políticos que complejizan su definición y diagnóstico”, lo que refuerza la necesidad de promover un diálogo entre contextos y regiones en el estudio de este fenómeno.

La regulación constituye una de las vertientes del enfrentamiento a la desinformación, aunque sus resultados y eficacia varían considerablemente según el contexto jurídico, político y cultural. En Brasil, por ejemplo, Träsel (2024) examina este panorama e identifica una brecha entre el marco normativo y sus efectos prácticos: “Excepto por la tipificación del delito de ataque al sistema electoral mediante desinformación (artículo 50), que es una mera cristalización de una norma ya observada por el Poder Judicial desde las elecciones de 2022, no hay mención a la desinformación” (p. 14). Esta constatación evidencia que, incluso en un país con una fuerte tendencia regulatoria, las normativas específicas sobre desinformación aún carecen de una delimitación clara y de resultados medibles. En un contexto comparativo latinoamericano, ello sugiere que Brasil - aunque más avanzado en la tramitación normativa - constituye una advertencia sobre los límites de la regulación en sí misma. En última instancia, la mera existencia de una ley no garantiza su eficacia frente al fenómeno.

En este sentido, el diálogo con los modelos europeos, en especial el español, contribuye a identificar variables regulatorias que pueden fortalecer las políticas de enfrentamiento a la desinformación en América Latina. En su estudio sobre la regulación electoral en el entorno digital, Sánchez Muñoz (2020) demuestra que tanto la desinformación como las prácticas de microsegmentación en las redes sociales impactan directamente en la integridad de los procesos democráticos, lo que pone de manifiesto la urgencia de establecer marcos normativos adaptados a las especificidades del entorno digital. Esta perspectiva comparativa permite al investigador latinoamericano reflexionar sobre factores como la cultura política, el grado de institucionalización de las políticas de

comunicación y la autonomía de los organismos reguladores. De este modo, el análisis de experiencias extranjeras ofrece insumos para comprender qué elementos pueden ser adaptados, reformulados o completamente reestructurados en el contexto latinoamericano.

Finalmente, para avanzar en el estudio científico de la desinformación desde esta óptica comparativa, es posible articular tres ejes: (i) la estructura sistémica de la desinformación (como se plantea en Jansen, 2025), (ii) el componente regulatorio e institucional (como analiza Träsel, 2024) y (iii) el enfoque comparativo latinoamericano en relación con la experiencia española o europea. La combinación de estos ejes posibilita formulaciones más robustas que consideren las desigualdades, la heterogeneidad cultural y los desafíos de gobernanza. Como advierten Lazer *et al.* (2018), “abordar las noticias falsas requiere un esfuerzo multidisciplinario para comprender cómo Internet difunde contenido y cómo las personas procesan las noticias” (p. 1). En otras palabras, el investigador latinoamericano dispone no solo de mapas regulatorios o estudios de plataforma, sino también de la necesidad de construir marcos teóricos que dialoguen con las pluralidades regionales, históricas y sociales.

3. METODOLOGÍA

3.1. CONSTITUYENDO EL GÉNERO DISCURSIVO

Entendemos, a partir de Charaudeau y Maingueneau (2004), que los programas periodísticos radiales son prácticas discursivas como “forma de acción sobre el mundo producida fundamentalmente en las relaciones sociales” (p. 396). Con base en esta premisa, señalamos la existencia de un género discursivo nacido de las nuevas prácticas informativas: el periodismo radiofónico popular.

En la perspectiva de Charaudeau (2006), “un género está constituido por el conjunto de características de un objeto y constituye una clase a la cual el objeto pertenece. Cualquier otro objeto que tenga esas mismas características integrará la misma clase” (p. 204). Bakhtin (1992) señala que los géneros son “tipos relativamente estables de enunciados que se caracterizan por aspectos relacionados con el contenido, la composición estructural y los rasgos lingüísticos” (p. 261-262). Son características que

están relacionadas entre sí y determinadas en función de las especificidades de cada esfera de comunicación. Bakhtin (1992) recuerda que los géneros están ligados a los contextos - es decir, sus condiciones y finalidades - en los cuales están insertos. Por esta dependencia con relación al contexto, son históricamente variables. Se observa que los géneros discursivos en el periodismo están en profunda resignificación ante los nuevos tiempos. Orihuela (2015, p. 12) dice que “los medios cambian cuando cambia la cultura de la audiencia”, así, podemos afirmar que los géneros discursivos en el periodismo también cambian no solo con la cultura de la audiencia, sino también como resultado de nuevos escenarios políticos, económicos y sociales.

Marcuschi (2002) explica que estos nuevos géneros no son innovaciones absolutas sin un anclaje en otros ya existentes y Maingueneau (2000) señala que el soporte tiene un papel fundamental en la emergencia y estabilización de un género. Marcuschi (2003) afirma que “el soporte es imprescindible para que el género circule en la sociedad y debe tener alguna influencia en la naturaleza del género soportado. Pero esto no significa que el soporte determine el género, sino que el género exige un soporte especial” (p. 1).

Swales (1990) y Bhatia (1997) clasifican los géneros discursivos con base en los propósitos comunicativos de una determinada comunidad, conceptualizada por Charaudeau y Maingueneau (2004, p. 109) como una “identidad marcada por los saberes de conocimiento y de creencia en los cuales sus miembros se reconocen y de los cuales dan testimonio al producir discursos que circulan en el grupo social”. Swales (1990) traza una conceptualización de comunidad discursiva a través de seis características que el autor llama necesarias y suficientes para identificar su grupo de individuos: debe tener objetivos comunes; debe tener mecanismos de intercomunicación entre sus miembros y un conjunto de terminología y siglas; usa estos mecanismos de participación para dar información y retroalimentación; utiliza uno o más géneros para comunicar sus objetivos; adquiere un léxico específico. Estas propuestas son reconocidas por miembros especializados de la comunidad discursiva de origen, de modo a constituir una lógica para el género.

3.2 PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

El enfoque teórico-metodológico de esta investigación se fundamenta en Patrick Charaudeau (2010; 2006), quien entiende el género discursivo a partir de tres elementos clave: a) la identificación del anclaje social del discurso; b) la naturaleza comunicacional; y c) las actividades lingüísticas producidas durante la emisión. El género discursivo está vinculado a contextos específicos, roles, circunstancias (que lo inscriben en el tiempo y el espacio), soportes materiales, finalidades, participantes y discursos. Contribuye a categorizar, pero también a explicar su regularidad, marcas y formación.

La investigación buscó revelar la identidad de los presentadores y comentaristas, los roles representados por ellos, la performatividad en la enunciación para producir efectos de verdad, así como la estructura de los programas, recursos de lenguaje movilizados, fuentes y criterios de noticias. La caracterización de este género discursivo se confrontó con los atributos del periodismo de referencia (Zamin, 2014) como tradición, credibilidad, objetividad, sofisticación estilística y reconocimiento de la importancia en la formación de la opinión pública.

La investigación se realizó en 2023, cuando Jair Bolsonaro ya había dejado la presidencia de Brasil y se imaginaba que el contexto de polarización política estaría superado. Luiz Inácio Lula da Silva (2023-2026) asumió la presidencia por tercera vez, en un gobierno de centroizquierda apoyado por poco más de la mitad del electorado brasileño. Inicialmente, se buscó identificar los programas radiales más alineados al conservadurismo y se llegó a una lista de cinco producciones con alineamiento ideológico a la derecha o extrema derecha.

A selección de los programas se realizó a partir del siguiente procedimiento: en 2023 se llevó a cabo una consulta informal con periodistas e investigadores de radio brasileños, quienes fueron invitados a señalar el programa radiofónico que, a su juicio, presentaba mayor afinidad con la derecha. A partir de los resultados obtenidos, se eligió como muestra los cinco programas más mencionados en dicha consulta.

La elección de los programas para la escucha se definió en función de su disponibilidad en YouTube, dado que no toda la programación emitida mediante ondas hertzianas se publica en línea. De este modo, se seleccionaron para el análisis los 15 programas que

fueron transmitidos por FM y que, además, estaban disponibles en YouTube para su acceso posterior.

La recopilación de datos, a partir de la escucha de los programas, se realizó a partir de 12 categorías. La información fue anotada en fichas de manera manual y el análisis se llevó a cabo tomando como base el referencial teórico de la investigación. Las categorías de la investigación fueron:

1. Emisora
2. Ciudad/Estado
3. Suscriptores en YouTube
4. Promedio de visualizaciones
5. Características de la emisora
6. Programa analizado
7. Tiempo de duración del programa
8. Características básicas del programa
9. Temática y vinculación ideológica del programa
10. Eslóganes del programa
11. Formación profesional de presentadores y comentaristas
12. Figuras de verdad manifestadas en los programas analizados (cómo enuncia y contenido de la enunciación)

Con base en estas directrices, realizamos una investigación exploratoria con cinco programas emitidos en emisoras de radio FM brasileñas privadas, líderes de audiencia³ en el segmento, y transmitidos simultáneamente por la plataforma YouTube. La investigación se realizó mediante la audición de 15 ediciones emitidas a lo largo de 2023 disponibles en la plataforma YouTube⁴, cada una de ellas con una duración que varía entre dos y cuatro horas (Tabla 1).

³ En virtud de la dimensión geográfica del país, la investigación de audiencia radiofónica en Brasil presenta notables desafíos. El principal instituto de medición, Kantar Media Ibope, es una entidad privada que realiza estudios mensuales y de manera regular únicamente en 13 regiones metropolitanas. Eventualmente, el muestreo se amplía para atender demandas específicas de las emisoras. En dichas regiones se llevan a cabo aproximadamente 451.800 entrevistas anuales. Los datos se ponen a disposición mensualmente a través de la plataforma Client Center, con tabulaciones realizadas mediante *software* propio. Fuera de esas 13 regiones metropolitanas, la información disponible puede carecer de la misma frecuencia, tamaño muestral o nivel de detalle por hora, franja o programa. Entre las emisoras analizadas en este estudio, una no forma parte de las áreas investigadas de manera regular: la ciudad de Bauru. El instituto permite el acceso público a los índices generales de audiencia por región; sin embargo, los datos individualizados no son de acceso público, ya que los microdatos completos son de carácter comercial y de pago. El acceso detallado se realiza mediante informes y contratos suscritos con emisoras, anunciantes o agencias. De ahí la importancia de recurrir a profesionales de las distintas regiones, quienes poseen una evaluación cualitativa sobre la repercusión de los programas. En el caso del presente estudio, no se trabaja con índices globales de audiencia, sino con programas líderes determinados por los picos de audiencia dentro de la programación.

⁴ Dado que se trata de una investigación cualitativa, la selección de la muestra se guió por el criterio de intencionalidad, con el fin de garantizar que los datos recopilados fueran relevantes para los propósitos investigativos y permitieran una exploración profunda del tema. Se buscó diversidad y variabilidad de programas por región geográfica y naturaleza de las emisoras. El criterio de la muestra intencional se combinó con la disponibilidad de programas en la plataforma YouTube. En total fueron 36 horas de programas.

Tabla 1. Corpus de la investigación: programas de radio seleccionados, cobertura geográfica y alcance de audiencia

Programas	Emisoras	Ciudad/Estado	Suscriptores en YouTube	Promedio de Visualizaciones
<i>98 Talks</i>	Rádio 98 Local	Belo Horizonte Minas Gerais	258 mil	73 millones
<i>Falando Sério</i>	Rádio Interativa Local	Goiânia Goiás	8,8 millones	2 millones
<i>Jornal da Auri Verde</i>	Rádio Auri Verde Local	Bauru São Paulo	1,56 millón	249 millones
<i>Os Pingos nos Is</i>	Rádio Jovem Pan Red Nacional	São Paulo São Paulo	5,4 millones	23 millones
<i>Primeira Hora</i>	Rádio Bandeirantes de Porto Alegre Red Nacional	Porto Alegre Rio Grande do Sul	107 mil	3 millones e 500 mil

Fuente: Elaboración propia en base al perfil en YouTube y sitio web de las emisoras en diciembre de 2023.

La estructura básica de la programación de las emisoras de radio analizadas suele organizarse en una grilla híbrida, que combina información, entretenimiento y música. En general, las mañanas se dedican a programas periodísticos y noticiarios locales, con boletines de tránsito y servicio público; a lo largo del día, predomina la programación musical, intercalada con espacios de interacción con los oyentes, concursos y comentarios deportivos; y, en el horario nocturno, se privilegian programas de entretenimiento o musicales de formato más relajado. Este modelo mixto, característico de muchas emisoras de alcance regional o popular, busca mantener la fidelidad y diversidad de la audiencia, articulando contenidos informativos y de compañía cotidiana, rasgo señalado por López Vigil (2011, p. 207) como “la esencia del radio latinoamericano: informar, entretener y acompañar”.

Los resultados de la investigación se organizaron a partir de tres elementos clave determinados por Charaudeau (2004) para la caracterización del género discursivo: a) identificación del anclaje social del discurso; b) naturaleza comunicacional; c) actividades lingüísticas producidas durante la emisión.

4. RESULTADOS

4.1. ANCLAJE SOCIAL DEL DISCURSO

El contexto de la radio brasileña en el que se insertan las emisoras analizadas está marcado por la lógica comercial y el control de grandes grupos mediáticos. Desde hace décadas, diez familias tradicionales controlan la mayor parte de la industria de medios de radio y TV en el país y ahora expanden sus negocios a portales de noticias y proveedores de Internet. Esta condición afecta la producción periodística porque los propietarios desempeñan el doble papel de políticos-empresarios, siendo que algunos de los mayores accionistas corporativos ya fueron gobernadores, diputados o senadores, aunque la Constitución Federal Brasileña, en su artículo 38, prohíbe a los políticos ser propietarios de medios. Además, las emisoras locales del interior del país dependen de la publicidad gubernamental.

Las emisoras analizadas siguen este perfil de simbiosis entre grupos de medios, gobiernos, políticos y agentes económicos. Dos de ellas integran redes de radio privadas que pertenecen a grupos que ejercen influencia en el escenario político brasileño, mientras que tres son locales, cuyo poder está limitado a la región donde operan, pero no por ello son menos importantes. En común, todas, en diferentes grados, sirvieron a los intereses de grupos políticos en el poder.

Tabla 2. Características de las emisoras de los programas analizados

Programa	Radio	Características de la Emisora
98 Talks	Rádio 98 FM	Radio creada en 1972 por el empresario Marco Aurélio Jarjour Carneiro, como Rádio Del Rey, la primera FM estéreo del país. Inicialmente ofrecía música ambiental. Tras una nueva estructura artística, transmitió rock progresivo. Desde 2009, invierte en programas humorísticos, noticias y deportes, siendo la programación musical de estilo talk y rock.
Falando Sério	Radio Interativa	Inició sus operaciones en 1999, bajo el liderazgo del locutor José Luiz Martins de Araújo. Se destaca en el segmento joven, pop-rock por la innovación e interactividad con campañas promocionales. Es líder de audiencia en el género pop y en programas periodísticos.
Jornal da Auri Verde	Rádio Auri Verde	Inició sus actividades en 1956 en la frecuencia AM. Pertenece a la influyente familia de Airtón Conti Daré. En 2018, la emisora migró de AM a FM. Pasó por transformaciones significativas desde su afiliación en 2017 a la red Jovem Pan News y, posteriormente, rompió en 2023 debido a desacuerdos editoriales y disputas por la monetización de programas periodísticos en YouTube. Es líder de audiencia con programación alineada a ideas conservadoras.

<i>Os Pingos nos Is</i>	Rádio Jovem Pan	Pertenece al influyente Grupo Jovem Pan de São Paulo desde 1944. Hoy la red de radio y TV comercial tiene programación orientada al periodismo, entretenimiento y transmisiones deportivas. Está formada por las radios Jovem Pan FM y Jovem Pan News, por la TV Jovem Pan News y el servicio de streaming Panflix. Se convirtió en una de las principales plataformas de comunicación del presidente Jair Bolsonaro. En 4 años de mandato, concedió a la emisora 135 entrevistas exclusivas. Fue el medio más atendido en términos de publicidad, destacándose el programa <i>Os Pingos nos Is</i> .
<i>Primeira Hora</i>	Rádio Bandeirantes de Porto Alegre	Emisora afiliada a la Rede Bandeirantes vinculada al Grupo Bandeirantes de Comunicação, conglomerado fundado en 1937. Actualmente, el grupo está controlado por la familia Saad, con Johnny Saad en la presidencia. El Grupo utiliza su plataforma mediática para influir en el debate público y, en determinadas ocasiones, alinearse con intereses políticos específicos. Su influencia política puede variar a lo largo del tiempo, dependiendo de factores como cambios en el liderazgo, contexto político y estrategias empresariales. En 2021, Johnny Saad expresó optimismo con relación al país, minimizando cuestiones como la deforestación en la Amazonía y la gestión de la pandemia. Estuvo alineado con el gobierno de Jair Bolsonaro.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos durante la audición de los programas, en sitios web de las emisoras y en la plataforma Media Ownership Monitor (MOM, 2017).

Al articular el dominio de la práctica social con la actividad discursiva, es posible percibir una estructuración que considera tanto el anclaje social del discurso como su naturaleza comunicacional.

4.2. NATURALEZA COMUNICACIONAL

Desde la perspectiva de Charaudeau (2010), todo acto de lenguaje se realiza dentro de un tipo específico de relación contractual, implícitamente reconocido por los sujetos, que define aspectos situacionales y discursivos. Este contrato de comunicación establece las identidades de los socios, sus objetivos, los temas abordados y las estrategias discursivas pertinentes. Sin embargo, para que el contrato se establezca, es necesario que el sujeto hablante utilice estrategias discursivas para captar a su interlocutor en busca de credibilidad.

La naturaleza comunicacional, según Charaudeau (2010), está relacionada con la forma en que los géneros discursivos son moldeados por las situaciones de comunicación y las prácticas sociales, destacando la importancia del contexto social en la producción e interpretación de los discursos.

Se observa que, en la mayoría de los programas analizados, hay más tiempo dedicado a los comentaristas que analizan los acontecimientos en detrimento de la narrativa de los hechos de forma objetiva, clara, precisa y sin juicio de valor. Los comentaristas asumen el papel de traductores de los acontecimientos a partir de sesgos ideológicos. La temática predominante sobre política y economía propicia espacio para interpretaciones alineadas con la derecha conservadora. Otro aspecto común es la lectura de anuncios publicitarios dentro del programa, muchas veces después de noticiar un acontecimiento, sin utilizar el clásico intervalo comercial presente en el periodismo de referencia. En la Tabla 3, a continuación, presentamos los programas con las características básicas y temáticas frecuentes de cada uno.

Tabla 3. Características y temáticas de los programas: formato, género periodístico y contenidos abordados

Programas	Tiempo de Duración	Características Básicas	Temática y Vinculación Ideológica
98 Talks	1 hora	Programa de comentarios y noticias sobre temas del cotidiano, principalmente de la política local y nacional. Tiene un presentador y cuatro comentaristas. No hay imparcialidad ni del presentador ni de los comentaristas. El presentador emite opinión al hacer preguntas, induciendo la respuesta del comentarista/entrevistado. Hay participación esporádica de entrevistados, pero no hay reporteros.	La política constituye prácticamente la temática diaria de los programas, con vinculación ideológica claramente a la derecha. Son claramente tendenciosos y emiten opiniones a partir de sus convicciones personales conservadoras y de oposición al gobierno de centroizquierda.
Falando Sério	2 horas	Programa de comentarios y noticias sobre temas diversos, con estímulo frecuente a la participación de la audiencia. Cuenta con un presentador y ocho comentaristas que participan en rotación. El presentador lee noticias directamente de periódicos en línea y hace publicidad dentro del programa. A veces hay participación de un reportero en el estudio. Divulga mensajes de opinión del público, tanto textuales como audios enviados por WhatsApp.	Es irregular en la selección temática. Hay programas que inician con noticias de deportes; otros abordan problemas de la ciudad; en algunos destacan la política nacional y local. Ausencia de críticas al gobierno del estado, denotando alineación.
Jornal da Auri Verde	4 horas	Programa enfocado en comentarios sobre noticias de política, economía, cotidiano y temas referentes al Gobierno Federal que puedan generar compromiso. A veces valora noticias que tuvieron muchos "me gusta" en las redes sociales. Tiene un presentador y ocho comentaristas en rotación. El presentador emite opinión a partir de la formulación de preguntas a los comentaristas participantes. Tiene un redactor/productor	Claramente conservador. Se presenta como un programa de guerreros y patriotas que mantiene la fidelidad a los principios conservadores contra los izquierdistas y "marxistas" que están en el poder. Se posiciona como fiel a los intereses de la Nación y que no

		que participa con la lectura de noticias. Textos publicitarios e institucionales son insertados en la voz del presentador.	se rendirá al gobierno de Lula de centroizquierda.
Os Pingos nos Is	2 horas	Programa de comentarios a partir de noticias sobre política nacional. Tiene dos presentadores y cinco comentaristas. Hay participación esporádica de entrevistados, pero no hay reporteros. El presentador emite opinión a partir de la formulación de preguntas a los comentaristas participantes. Los comentaristas emiten opiniones distorsionando hechos y desacreditando al gobierno de centroizquierda.	La política constituye prácticamente la temática diaria de los programas, con vinculación ideológica claramente a la derecha. No hay opiniones contradictorias, todos son unánimes en el alineamiento conservador.
Primeira Hora	4 horas	Programa de noticias centrado en la figura del presentador, un profesional de renombre en la región que está al aire desde hace más de 50 años. El presentador se posiciona como intérprete de los acontecimientos. Hace una lectura pausada de noticias extraídas de periódicos en línea, procurando explicar los hechos. Los comentaristas son escasos, solo dos, probablemente debido al horario de transmisión a las 5 de la mañana. Presencia irregular de un redactor/productor que lee noticias. Se registra la lectura de comerciales por el presentador dentro del programa.	Noticias regionales relacionadas con la economía agrícola y ganadera, política y cotidiano. Protección al sector productivo del estado de Rio Grande do Sul. Sin embargo, asume una posición ideológica liberal, en defensa de los empresarios y ganaderos del estado. Se posiciona contra movimientos sociales, ambientalistas y sindicales.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación a partir de la audición de los programas.

4.3. ACTIVIDADES LINGÜÍSTICAS PRODUCIDAS DURANTE LA EMISIÓN

Identificar el estatus de quien habla en la radio y el papel que desempeña son factores determinantes para la comprensión del discurso emitido. En la radio, ocurre la casi-interacción mediada, con las formas simbólicas siendo producidas para un número indefinido de receptores potenciales, según señala Thompson (1998). Salomão (2003) explica que dos compromisos se establecen entre el oyente y la radio, cuando el receptor sintoniza la emisora de su preferencia: a) reconocimiento - “el oyente se identifica con los actos de habla, el enfoque de las cosas del mundo – es decir, con el lugar que es construido por el enunciador”; b) adhesión - “esta adhesión crea para el oyente una sensación de extrema cercanía con el locutor y la emisora” (p. 52).

Charaudeau (1984) explica que todo discurso posee una performatividad inherente, condicionada por el reconocimiento del estatus del emisor, haciendo que el origen de la enunciación sea más relevante que el contenido en sí. Para que un acto de habla sea

performativo, es necesario que ambos socios mantengan una relación contractual en la que reconozcan, mutuamente, la intención y el contexto del enunciado.

En los programas analizados, la relación contractual entre presentadores y comentaristas con el público se constituye en torno al compromiso de decir la verdad en tiempos de posverdad⁵. A partir de los eslóganes de los programas, destacamos los atributos de esta verdad enunciados por las emisoras: quienes hablan son personas serias, legitimadas por la audiencia para abordar críticamente los acontecimientos, dotadas de competencia y sinceridad (Tabla 4).

Tabla 4. Eslóganes como estrategias comunicativas de los programas

Programa	Eslóganes
98 Talks	Las opiniones más sinceras de nuestros comentaristas sobre las principales noticias del día. Entrevistas exclusivas y comentarios de quienes entienden del tema.
Falando Sério	Periodismo competente y popular
Jornal da Auri Verde	Las principales informaciones del día y opiniones fuertes de quienes entienden del tema.
Pingo nos Is	Aborda temas de manera crítica, en un formato de charla y discusión abierta.
Primeira Hora	Periodismo tomado en serio

Fuente: Elaboración propia en base a los programas analizados.

La formación de los presentadores y comentaristas se recuerda durante la enunciación como una distinción que les confiere credibilidad y relevancia. De los seis presentadores que hacen la conducción, cuatro son periodistas y dos locutores de radio. En Brasil, la distinción entre estos profesionales está definida por regulaciones específicas que determinan las atribuciones y requisitos para el ejercicio de cada profesión. Los periodistas tienen un título universitario para ejercer actividades como redacción, producción, edición de artículos, reportajes, entre otras. Para los locutores de radio se exige un título universitario en funciones de producción de contenido y dirección de programas, mientras que las demás funciones técnicas como operación de equipos, locución, sonorización y transmisión técnica requieren un registro en el Ministerio de

⁵ En el contexto de polarización política, la "posverdad" se refiere a circunstancias en las que los hechos objetivos tienen menos influencia en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y las creencias personales. En 2016, el Diccionario Oxford eligió "posverdad" como la palabra del año, destacando su uso creciente asociado a la difusión de noticias falsas, la manipulación de la información y la valorización de narrativas que refuerzan convicciones personales, muchas veces en detrimento de evidencias verificables (Oxford, 2016).

Trabajo. En el ámbito de las emisoras, con frecuencia, las funciones de periodistas se mezclan con las de locutores de radio y viceversa. En general, los profesionales de comunicación forman parte del cuadro de empleados de las emisoras. Lo mismo no ocurre con los comentaristas que pueden actuar como freelancers, ya que son profesionales de diversas áreas consideradas de prestigio como abogados, ingenieros y profesores (Tabla 5), condición que creen les dota de independencia para expresar libremente su punto de vista.

Tabla 5. Formación y trayectoria profesional de presentadores y comentaristas: nivel académico y experiencia en medios

Presentadores	Comentaristas	
4 periodistas 2 locutores de radio	7 periodistas 1 locutor de radio 6 abogados 4 políticos 2 escritores 1 médico	2 profesores 2 empresarios 1 consultor 1 ingeniero 1 youtuber

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación a partir de la audición de los programas.

Charaudeau (2022) nos recuerda la complejidad de la verdad en la comunicación humana, mostrando que ella es construida e interpretada de acuerdo con múltiples factores contextuales y subjetivos. En su libro *La manipulación de la verdad* identifica formas en las que pueden ser expresadas, dependiendo de las condiciones de producción del acto comunicativo y de los imaginarios sociales involucrados. Y propone una clasificación de las figuras de verdad, ligadas a la intencionalidad del sujeto, que dependen de los imaginarios de saber y de su modo de enunciación, según una triple orientación: a) orientadas hacia el mundo (verdad factual, verdad científica, verdad doctrinal); b) orientadas hacia el propio hablante (verdad-convicción, verdad-sinceridad); c) orientadas hacia el interlocutor (verdad-consenso, verdad-doxa).

En la radio, la enunciación es construida por la performatividad formada por el modo de enunciar, la oralidad del habla y el contenido de la enunciación. Considerando las figuras de verdad (Charaudeau, 2022), los presentadores tienden a enunciar de modo persuasivo, grave, a veces de manera hiperbólica, y los comentaristas se afirman como especialistas del sentido común, con la intencionalidad de producir verdad (Tabla 6).

Tabla 6. Figuras de verdad en los programas analizados: mecanismos discursivos y enfoques de veracidad

Figuras de Verdad	Cómo Enuncia	Contenido de la Enunciación
Verdades orientadas hacia el mundo	Los presentadores adoptan una narración persuasiva, convincente, con tono de voz fuerte, grave, confiado, dicción precisa y apelación emocional en la lectura de noticias. La mayoría es hiperbólica, exagerada, haciendo uso de preguntas adjetivadas en la conducción del debate con comentaristas. Los comentaristas siguen la entonación fuerte y grave. Etiquetan y simplifican los acontecimientos sin remitir a fuentes que sustenten argumentos críticos. Refuerzan la personalización del punto de vista: “yo creo”, “estoy convencido”, “yo pienso”.	Los presentadores narran hechos a partir de fuentes de segunda mano (periódicos en línea). Destacan el lead y sub-lead. No hay contextualización ni antecedentes. Ausencia de contradicción o múltiples perspectivas, indicando sesgos en el encuadre dirigido a una visión única. Una parte de los comentaristas expresan opinión sin fundamentación en fuentes de información. Tendencia a la formulación de opinión basada en el sentido común o en la correlación falsa entre distintos acontecimientos para sustentar un argumento negativo.
Verdades orientadas hacia el propio hablante	Se colocan como representantes de la audiencia que comparten los mismos valores. Afirman honestidad, franqueza en el diálogo, sinceridad en el relato de acontecimientos. Expresan convicción de que están del lado correcto. Manifiestan de forma genuina sobre hechos y acciones del gobierno de centroizquierda que juzgan ir contra sus principios y verdades.	Se colocan como poseedores de un contenido analítico que no se encontraría en otros medios. Se autoproclaman como privilegiados por presentar opiniones confiables y verdaderas, aunque los análisis presentados reduzcan la complejidad de los hechos.
Verdades orientadas hacia el interlocutor	Presentadores y comentaristas se colocan como parte de una comunidad que comparte los mismos principios y valores como honestidad, verdad, libertad de expresión y emprendimientos, contra el comunismo, corrupción, los partidos de izquierda y la ideología de género. Insertan comentarios de opinión de los oyentes en los programas para reforzar este vínculo con la comunidad de “defensores del país”. Sugieren a los oyentes que una verdad importante es compartida en el acto de la enunciación.	Los comentaristas crean un escenario catastrófico del futuro del país bajo un gobierno de izquierda. Ponen en duda actos, acciones, palabras del gobierno. Adoptan la negación de los hechos para deslegitimarlos como estrategia para fortalecer opiniones opuestas.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación.

A partir de la investigación realizada y teniendo como fundamento el marco teórico discutido, podemos configurar el periodismo radiofónico popular como género discursivo a partir de siete dimensiones:

- A partir de Bakhtin (1992), que define los géneros con base en el *contenido*, estilo del *lenguaje* y *construcción composicional*;
- A partir de Marcuschi (2002), al señalar que los nuevos géneros no son innovaciones absolutas, sino que tienen un anclaje en *géneros preexistentes*;
- A partir de Maingueneau (2000), al afirmar que el *soporte* tiene un papel fundamental en la emergencia y estabilización de un género;
- A partir de Swales (1990) y Bhatia (1997), que clasifican los géneros discursivos con base en los *propósitos comunicativos* de una determinada comunidad;
- A partir de Bakhtin (1992), que clasifica la *naturaleza* de los géneros discursivos en primarios y secundarios.

En la Tabla 7, fundamentamos la caracterización del periodismo radiofónico popular como género discursivo:

Tabla 7. El periodismo radiofónico popular como género discursivo: características estructurales, estilísticas y discursivas

Anclaje Teórico	Dimensiones	Características
Bakhtin (1992)	Contenido	La política constituye prácticamente la temática diaria de los programas, con vinculación ideológica claramente a la derecha conservadora. No hay un periodismo factual basado en investigación y producción propias, sino en comentarios sobre hechos.
	Estilo de lenguaje	Presentadores y comentaristas performatizados con la intencionalidad de producir verdad, mediante lenguaje coloquial y emocional, como estrategia para atraer y fidelizar al público conservador. Privilegia historias humanas, dramas cotidianos y eventos de gran impacto, buscando el compromiso inmediato del público. En general, no separa la narrativa del hecho del comentario u opinión. Rompe fronteras entre periodismo y publicidad. Busca la proximidad y empatía con el público objetivo, mediante el uso de redes sociales como fuentes y tratamiento de la información.
	Construcción composicional	Programas con pocos recursos de lenguaje en la producción. Presentador y comentaristas asumen sesgos ideológicos y valores sociales conservadores. Ausencia de contradicción.
Marcuschi (2002)	Géneros preexistentes	Relectura del periodismo popular originario de programas policiales que ofrecen narrativa apelativa y emotiva de crímenes y accidentes.

Maingueneau (2000)	Soporte	Además de la transmisión por antena, los programas llegan al público por YouTube y por la repercusión en redes sociales, proporcionando nuevas formas de interacción y medios de monetización.
Swales (1990) y Bhatia (1997)	Propósitos comunicativos de la comunidad discursiva	Formación de una comunidad discursiva en defensa del mantenimiento de valores sociales tradicionales: patria, familia, libertad de emprendimiento, de expresión. Rompe con valores del periodismo de referencia para afirmar ideología de derecha o extrema derecha.
Bakhtin (1992)	Naturaleza	Género secundario, ya que presenta una naturaleza compleja.

Fuente: Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación.

5. CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada y del marco teórico, es posible configurar una conceptualización del género discursivo del periodismo radiofónico popular reconfigurado como de naturaleza secundaria, con programas de pocos recursos de lenguaje y producción estructurados a partir de una línea editorial conservadora, caracterizado por la difusión de contenido fundamentado en valores-noticia reinterpretados por un sesgo ideológico, con presentadores y comentaristas performatizados con la intencionalidad de producir “verdad”, utilizando un lenguaje coloquial, emocional y adjetivado de manera intencional para atraer y fidelizar a un público conservador, formando así una comunidad discursiva en defensa del mantenimiento de las instituciones sociales tradicionales.

Son programas en sintonía con las transformaciones de la radio brasileña con equipos reducidos, baja inversión en producción periodística y reportajes. Insertados en el entorno comunicacional en el que los hechos objetivos tienen menos influencia en la formación de la opinión pública que los llamamientos a las emociones y creencias personales, tienden a ser aceptados como verdaderos, aunque el sesgo ideológico pueda distorsionar la realidad e influir en comportamientos sociales y políticos. Siguen, por lo tanto, una tendencia global de pérdida de centralidad del periodismo de referencia debido al fenómeno de la polarización. La alfabetización mediática que capacita a los individuos para discernir entre información confiable y engañosa es el camino para fortalecer una comunicación más responsable y consciente.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amaral, M. F. (2006). *Jornalismo Popular*. Contexto.

Bakhtin, M. (1992). *Estética da criação verbal*. Martins Fontes.

BBC. *Any Questions?* BBC Radio 4. Disponible en:

<https://www.bbc.co.uk/programmes/b006qjfq>

Bhatia, V. K. (1997). Genre analysis today. In: *Revue Belge de Philologie et d'Histoire*, Bruxelles.

Cardoso, G., Espanha, R., & Araújo, V. (2009). *A sociedade rede em Portugal 2008*.

Multitasking e preferências de media na sociedade em rede. Lisboa, Obercom.

<https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Sociedade-em-rede-em-Portugal-2008-Multitasking-e-Prefer%C3%A2ncias-de-Media-na-Sociedade-em-Rede-Mar2009.pdf>

Castro Rocha, J. (2021). *Guerra cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político*. Caminhos.

Chagas, L. J. V., & Cruz, M. C. (2021). Nem tudo tem tudo tem dois lados: a cobertura sobre a vacina no programa Os Pingos nos Is da Jovem Pan. 19^o *Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Virtual, Brasil. <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/nem-tudo-tem-dois-lados-a-cobertura-sobre-a-vacina-no-programa-os-pingos-nos-is?lang=pt-br>

Charaudeau, P. (2022). *A manipulação da verdade: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade*. Contexto.

Charaudeau, P. (1984). *Aspects du discours radiophonique*. Didier Édition.

Charaudeau, P. (2004). Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. En: I.L. Machado & R. Mello (org.). *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso* (pp. 13-41). NAD/FALE/UFMG.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso das Mídias*. Contexto.

Charaudeau, P. (2010). Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Revista Signos*, 43.

Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de análise do discurso*. Contexto.

Chaves, E., Mazza, L., & Bueno, R. (2022). A propaganda é a alma da reeleição. *Revista Piauí*, 01.08. <https://piaui.folha.uol.com.br/propaganda-e-alma-da-reeleicao/>

Cordeiro, P. I. S. (2005). *Rádios temáticas: perfil da informação radiofónica em Portugal. O caso da TSF*. Comunicação apresentada no II Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos / IV Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos, 17-18 mar. 2005, Porto. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2005. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>

Costa, M. T. (1992). *O programa Gil Gomes – A justiça em ondas médias*. Editora Unicamp.

Ernsen, K., & Prudencio, K. (2024). Os Pingos do Is: A Construção Retórica do Jornalismo de Fachada. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9327>

Espinosa, P. M. (2002). La tertulia radiofónica, foro para el siglo XXI. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 8, 275-291. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0202110275A>

Ferraretto, L. A., Pibernat Mustafá, I., Vaz Chagas, L. J., dos Santos Rossetto, A., & Souza de Quadros, M. (2024). O jeito Jovem Pan de (não) fazer jornalismo: os atos antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023. *Radiofonias – Revista de Estudos em Meios Sonoros*, 14(3), 40-66.

Guerrero, M., & Márquez-Ramírez, M. (2014). The “Captured-Liberal” Model: Media Systems, Journalism and Communication Policies in Latin America. *International Journal of Hispanic Media*, 7, 53-64.

Jansen, L. L. (2025). Sistemas desinformativos: pensamentos em diálogo. *MATRIZES*, 19(2), 375-379. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v19i2p375-379>

Kantar Ibope Media (2023). Inside Media 2023.

<https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>

Lazer, D. M. J. *et al.* (2018). The science of fake news. *Science* 359, 1094-1096.

<https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

López Vigil, J. I. (2011). *Manual urgente para radialistas apasionados*. ALER.

Maingueneau, D. (2000). *Termos-chave da Análise do Discurso*. Editora UFMG.

Marcuschi, L. A. (2002). Gêneros textuais: definição e funcionalidade. En: Dionísio, A. P. *et al.* *Gêneros textuais & Ensino*. Lucerna.

Martins, M. (2009). *A repetição como estratégia argumentativa na narrativa de Gil Gomes*. 144 f. Dissertação (Mestrado Língua Portuguesa), PUC-SP, São Paulo.

MON (2017). *Media Ownership Monitor Brasil*. Intervozes y Reporters sans frontières.

<https://brazil.mom-gmr.org/es/medios>

Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. Editorial UOC.

Oxford Languages. Word of the Year (2016). Oxford University Press. Disponible en

<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

Radio UNR. *La tertulia de viernes fue destacada entre los 80 mejores podcasts de debate del mundo*. Radio UNR, Rosário, 15 jul. 2025. <https://radio.unr.edu.ar>

Reuters Institute for the Study of Journalism (2023). *Digital News Report 2023*.

[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)

[06/Digital_News_Report_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)

Reuters Institute for the Study of Journalism (2021). *Digital News Report 2021*. Reuters Institute.

Ribeiro, F. (2005). *Sintonizando com os ouvintes : retrato da participação dos cidadãos nos programas de opinião de pública Antena Aberta e Fórum TSF*. Braga: Universidade do Minho, 2005. <https://rep-dspace.uminho.pt/entities/publication/7eae5abe-0483-4292-8182-116844976d9e>

Rosenwald, B. (2019). *Talk Radio's America: How an Industry Took Over a Political Party that Took Over the United States*. Harvard University Press.

Salomão, M. (2003). *Jornalismo radiofônico e vinculação social*. Annablume.

Sánchez Muñoz, Ó. (2020). *La regulación de las campañas electorales en la era digital: desinformación y microsegmentación en las redes sociales con fines electorales*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales; Universidad de Valladolid.

Sánchez Serrano, C. (2006). Las tertulias políticas de la radio española. Un ejercicio de comunicación política mejorable. *Revista Comunicación y pluralismo*. Facultad de Comunicación Universidad Pontificia de Salamanca.

Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis*. Cambridge University Press.

Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade*. Vozes.

Träsel, M. R. (2024). Panorama do combate à desinformação através da regulação no Brasil. *E-Compós*, 27. <https://doi.org/10.30962/ecomps.2994>

Valera-Ordáz, L., Requena, M. M., Calvo, D., & López García, G. (2022). Desenredando la desinformación: nociones y discursos de la población española. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 72, 21-32. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>

Zamin, A. (2014). Jornalismo de referência. *Famecos*, 21(3), 918-942.