

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
JORNALISMO: BACHARELADO

EGENARA PADILHA REGES

**PODCASTS JORNALÍSTICOS DIÁRIOS BRASILEIROS : UMA
ANÁLISE DE GÊNEROS E FORMATOS**

Frederico Westphalen, RS
2021

EGENARA PADILHA REGES

**PODCASTS JORNALÍSTICOS DIÁRIOS BRASILEIROS: UMA
ANÁLISE DE GÊNEROS E FORMATOS**

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado ao Curso de Jornalismo:
Bacharelado, do Departamento de Ciências
da Comunicação da Universidade Federal da
Santa Maria, Campus Frederico Westphalen.

Orientadora: Profa. Mirian Redin de Quadros

Frederico Westphalen, RS
2021

Egenara Padilha Reges

**PODCASTS JORNALÍSTICOS DIÁRIOS BRASILEIROS: UMA ANÁLISE DE
GÊNEROS E FORMATOS**

Monografia do Curso de Jornalismo Bacharelado, Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Jornalismo**.

Aprovado em 17 de agosto de 2021

Mirian Redin de Quadros, Dra. (UFSM-FW)
(Presidente/Orientadora)

Luciana Menezes Carvalho, Dra. (UFSM-FW)

Luana Viana, Doutoranda (UFJF)

Luis Fernando Rabello Borges, Dr. (UFSM-FW)
(Suplente)

Frederico Westphalen, RS
2021

DEDICATÓRIA

Ao meu pai que sempre me incentivou a estudar, meu esposo Ezequiel e o nosso filho Isaac.
Dedico também às amigas Gabriela e Lilian: Gabi por cuidar do Isaac para que eu pudesse escrever e Lilian por não soltar minha mão desde 2014 quando iniciamos essa jornada juntas.
Aos demais familiares que acreditaram que eu era capaz de chegar até aqui, agradeço a todos!

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho percorreu um longo caminho, e ocorreu, principalmente, pela paciência, compreensão, ajuda e dedicação de algumas pessoas. Agradeço a todos que, de alguma forma contribuíram para a realização dessa pesquisa:

- minha orientadora Mirian Redin de Quadros por ter dedicado tanta atenção e compreensão comigo nessa caminhada, te admiro muito, grata pela orientação;
 - a mim mesma por acreditar no meu sonho e não ter desistido mesmo quando tudo parecia não dar certo;
 - ao meu pai Enio Alcemir Reges, pelos conselhos para seguir sempre firme nos estudos, quando muitas vezes pensei em desistir, ele me reergueu, eu o amo imensamente, foi por ele que cheguei até aqui;
 - aos meus dois tesouros: meu filho Isaac Reges Ambrosio e meu esposo Ezequiel Ambrosio por passarem comigo todos os momentos de tensão, obrigada por tanto;
 - as amigas Gabriela Bianca Manfio Pissinin por zelar tão bem do meu filho para que eu pudesse escrever. Lilian Dias Streb, que corre comigo há quase 8 anos em busca desse diploma. Amigas Gislaine Moraes e Gabriela Pimentel por me fazerem rir em dias de saudade de casa. Eu as amo;
 - aos demais familiares que mesmo distante sempre incentivaram e acreditaram em mim, agradeço profundamente;
 - a universidade pública, gratuita e de qualidade, por me proporcionar momentos inesquecíveis de aprendizados e vivências com pessoas incríveis;
 - aos professores e demais funcionários da Instituição por terem contribuído de uma forma ou de outra com a minha conquista;
- Enfim a todos que não soltaram minha mão e seguem ao meu lado, obrigada.

RESUMO

Esta pesquisa apresenta um estudo sobre *podcast*. Analisamos aqui seus gêneros e formatos, procurando entender quais são os formatos predominantes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros. Trazemos como objetivo principal deste trabalho sistematizar quais são os formatos mais predominantes de *podcast* jornalísticos diários brasileiros, e como objetivos específicos: Compreender o fenômeno do *podcasting*; Revisar os gêneros e formatos radiofônicos tradicionais; Sistematizar as características mais frequentes nos *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos nos principais serviços de *streaming*; tudo isto através da observação sistemática e da elaboração de um instrumento de pesquisa próprio, adaptado aos objetivos da pesquisa. Foram analisados um episódio de cada um dos *podcast* jornalísticos diários mais ouvidos no Brasil, sendo eles: “A troca de ministro da saúde em plena pandemia” (Café da Manhã), “Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?” (Estadão Notícias), “O que a organização Pan americana da Saúde espera do substituto do Mandetta” (Ao Ponto) e “A troca de ministro e o futuro da Saúde” (O Assunto). Em nossa análise, foi possível observar que os quatro *podcasts* analisados seguem um padrão que se assemelha ao rádio e seus formatos radiofônicos, os quais foram abordados em nossos capítulos teóricos da pesquisa.

Palavras-chave: *podcast*; *podcasting*; radiojornalismo; gêneros e formatos.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Principais gêneros e formatos radiofônicos	22
Quadro 2 — Comparativo entre os episódios analisados	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Site do Chartable	26
Figura 2 — Esquematização da Ficha de Análise	28
Figura 3 — Perfil do Café da Manhã no <i>Spotify</i>	29
Figura 4 — Perfil do Estadão Notícias no <i>Spotify</i>	30
Figura 5 — Perfil do Ao Ponto no <i>Spotify</i>	31
Figura 6 — Perfil do O Assunto no <i>Spotify</i>	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
2	PODCAST: UMA NOVA MÍDIA DE ÁUDIO DIGITAL	13
2.1	Surgimento e Definições	13
2.2	Expansão e Popularização	16
3	GÊNEROS E FORMATOS RADIOFÔNICOS	20
3.1	Comunicação Radiofônica	20
3.2	Formatos Radiofônicos Jornalísticos Definições	21
4	PERCURSO METODOLÓGICO	24
4.1	Composição e Apresentação do <i>Corpus</i>	26
4.1.1	Café da Manhã	28
4.1.2	Estadão Notícias	29
4.1.3	Ao Ponto	30
4.1.4	O Assunto	31
4.2	Esquematização da Ficha de Análise	32
5.	ANÁLISE E SISTEMATIZAÇÃO DOS RESULTADOS	35
5.1	Análise dos podcasts	35
5.1.1	Café da Manhã	35
5.1.2	Estadão Notícias	37
5.1.3	Ao Ponto	39
5.1.4	O Assunto	41
5.2	Formatos dos <i>Podcasts</i> Jornalísticos Diários: Semelhanças e Diferenças	43
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	50
	APÊNDICE A - Ficha de Análise do <i>podcast</i> Café da Manhã (Folha de São Paulo)	53
	APÊNDICE B - Ficha de Análise do <i>podcast</i> Estadão Notícias	55
	APÊNDICE C - Ficha de Análise do <i>podcast</i> Ao Ponto (podcast do Jornal O Globo)	57
	APÊNDICE D - Ficha de Análise do <i>podcast</i> O Assunto (G1)	59

1. INTRODUÇÃO

O chamado *podcast* se trata de uma mídia relativamente nova e, assim como o rádio, transmite vários tipos de conteúdos (informativo, opinativo, entretenimento, educativo) sejam eles jornalísticos ou não. Denominado em sua forma mais básica como um arquivo digital de áudio que é transmitido através da internet, é por volta de 2004 que o *podcast* foi conquistando seu espaço no Brasil, e consigo trouxe inúmeras discussões entre os pesquisadores sobre sua conceituação.

Tendo em vista que usaremos uma base teórica do rádio para analisar o *podcast*, trago uma relação entre eles. É perceptível que ambos se assemelham, pois são baseados no áudio. Mas, assim como são semelhantes, rádio e *podcast* se diferenciam pela forma de consumo: enquanto o rádio demanda um consumo síncrono (no mesmo instante da transmissão), “no *podcasting*, diferentemente da radiodifusão convencional, a recepção é assíncrona, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo assinado” (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p.103).

Por exigir somente a audição, é que o rádio e o *podcast* nos liberam para desenvolver outras atividades simultâneas ao consumo: estamos no carro, nos afazeres de casa, na rua e ele está ali, sempre presente. Diferente, por exemplo, da televisão, que nos exige também a visão.

Mesmo tendo características em comum, essas duas mídias possuem diferenças significativas: o *podcast* pode apresentar formatos semelhantes a programas de rádio, mas não segue um padrão único, seus conteúdos podem ter assuntos e durações variadas, enquanto no rádio temos a grade de programação linear, transmitida ao vivo, como um fator limitador.

O *podcast* é consumido sob demanda, “é descarregado no computador e, a partir daí, pode ser consumido imediatamente ou copiado para um tocador multimídia (telefone celular, iPod, MP3 players), sendo fruído de uma única vez ou de forma fragmentada” (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p.103). A produção entre os dois modelos também é um grande diferencial: enquanto no rádio a programação é veiculada, muitas vezes ao vivo, os *podcasts* são predominantemente gravados e editados antes de serem expostos ao público.

Para Herschmann e Kischinhevsky (2008), “o meio rádio vive um momento de redefinição, diante da revolução trazida pela convergência tecnológica”, despertando dessa forma um interesse especial por parte de atores e lideranças de grupos sociais e/ou comunitários, em relação ao *podcasting* como um meio forte de potencializar a mobilização social de produtos midiáticos.

Os autores ainda afirmam que “diversos sistemas de rádio digital encontram-se em fase de testes ou implantação, alterando dramaticamente a forma de recepção radiofônica, com desdobramentos profundos na indústria da cultura e do entretenimento” (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p.102).

Vanassi (2007) explica que para a produção de um *podcast* não se faz necessário conhecimento técnico avançado ou investimentos muito altos, logo sua produção e qualificação são acessíveis a qualquer público. Para Primo (2005), o *podcast* é como uma nova forma de produção e escuta de informações sonoras, o que não o torna tão diferente do rádio convencional, enquanto Luiz e Assis (2010) afirmam que o *podcast* se trata de uma mídia da cibercultura que conquista cada vez mais espaço graças a sua facilidade de criação e distribuição.

Vicente (2018) define *podcasting* como “uma prática de distribuição de conteúdos digitais tradicionalmente associada a produções sonoras e que tem experimentado um significativo crescimento nos últimos anos”. O autor ainda afirma que tal fenômeno obteve alcance significativo em termos de diversidade de programação e número de ouvintes.

Percebendo-se que, por se tratar de um fenômeno comunicacional relativamente recente, se comparado a outras modalidades, buscamos nesta pesquisa observar e perceber as diferenças e semelhanças entre o rádio e o *podcast*, estabelecendo assim, como problema de pesquisa a pergunta: Quais os formatos mais comuns em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros? Assim trazemos como **objetivo principal** deste trabalho sistematizar quais são os formatos mais predominantes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros, e como **objetivos específicos**: Compreender o fenômeno do *podcasting*¹; Revisar os gêneros e formatos radiofônicos tradicionais; Sistematizar as características mais frequentes nos *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos no serviço de *streaming Spotify*.

De acordo com Braga (2005), as nossas dúvidas a respeito de alguma questão do mundo é o que nos motiva a buscar teorias e conceitos relevantes para desenvolver a observação da realidade. O autor ainda diz que a pesquisa se trata de um trabalho de investigação complexo, que exige do pesquisador um cuidadoso planejamento e um projeto no qual se desenvolve uma proposta de pesquisa, indicando um ponto de partida para a investigação e observação do que se procura saber. Para Braga (2005), um ponto de partida para a investigação da pesquisa é o *insight* ou lampejo, onde *insight* consiste basicamente em trabalhar com diversos assuntos, observando o que é dito popularmente sobre ele. Fazendo

¹ Nesta pesquisa usaremos a expressão *podcast* para nos referirmos ao produto sonoro e *podcasting* como a prática de produção e distribuição destes arquivos.

essa análise, passamos a perceber uma nova perspectiva sobre o assunto, informações que passaram despercebidas pela maioria, e daí surgem as perguntas, que são o que movem nossas pesquisas.

Como acadêmica do curso de Jornalismo sempre tive interesse pela parte da comunicação que envolve o rádio e, como ouvinte de *podcasts*, resolvi pesquisar para a definição do meu tema de Trabalho de Conclusão de Curso sobre eles². Em meio às pesquisas, percebi que pouco se encontra sobre a relação de *podcast* com o jornalismo propriamente dito, portanto a pesquisa deste trabalho norteia-se basicamente a partir de *insights* sobre *podcasting*, que surgiram em meio às pesquisas de estado da arte. Desenvolvemos ao longo da pesquisa informações relacionadas a variedade de formatos em *podcasts* explorados no campo jornalístico. Considerando a trajetória deste produto midiático até agora, pude perceber que este é um tema importante dentro da comunicação, principalmente em função do aumento no consumo e distribuição em massa que vem alcançando no Brasil e no mundo como apontam pesquisas recentes (VILELA, 2021).

Artigos de estado da arte sobre *podcasts* apresentam dados relevantes para nossa pesquisa. O artigo intitulado “*Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda*”, desenvolvido por pesquisadores das Universidades Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC) e Federal de Ouro Preto (UFOP) (AVELAR; PRATA; MARTINS, 2018) sobre *podcast*, apresenta dados importantes. O estudo trata-se de uma análise das pesquisas que envolviam o termo *podcast* entre os anos de 2005 a 2017, estabelecendo uma janela de 12 anos de pesquisa. Foram encontradas 669 publicações primárias na plataforma WoS³: 332 artigos, 175 trabalhos de congressos, 110 materiais editoriais, 16 novos itens, 14 resumos expandidos, 14 revisões e oito cartas. A partir dessa distribuição de dados coletados, os pesquisadores chegaram às porcentagens das três áreas científicas que mais publicaram trabalhos sobre o *podcast*, sendo elas: Educação (34%), Ciência da Computação (12%) e Engenharia (7,7%). A Comunicação ficou representada por 4,9% das publicações, aparecendo em sétimo lugar, empatado com Saúde Ocupacional.

Outro estudo, realizado por Couto e Martino (2018), observou como o tema *podcast* foi pesquisado na área da comunicação. Os autores analisaram 35 teses e dissertações

² Entendemos que este trabalho foi construído a partir da interação da interlocução entre a autora e sua orientadora, por isso utilizamos ao longo do texto a primeira pessoa do plural, neste trecho, no entanto, optamos por usar a primeira pessoa no singular por se tratar de um relato de experiências pessoais.

³ A Web of Science é uma plataforma referencial de citações científicas projetada para apoiar pesquisas científicas e acadêmicas com cobertura nas áreas de ciências, ciências sociais, artes e humanidades.

defendidas entre 2006 e 2017. Os resultados obtidos pelos pesquisadores foram sintetizados por Viana (2020, p. 3): "1) Não há um consenso a respeito do que é um podcast, e mesmo o nome é questionado em alguns trabalhos; 2) Nota-se o uso de metodologias clássicas como entrevistas ou análise de conteúdo, mas adaptadas às características das mídias digitais; e 3) o referencial teórico provém, sobretudo, de estudos de rádio e pesquisas sobre mídias digitais". Ainda na mesma pesquisa, a autora consta que em 2005, uma pesquisa pelo termo *podcasting* no Google trazia cerca de 1.170.000 resultados em toda a web, e que, em maio de 2020, ao realizarmos a mesma busca, encontramos aproximadamente 32.800.000 resultados.

Sabendo-se que em outras áreas, fora a Comunicação, existem inúmeras pesquisas que envolvem nosso termo de estudo, um dos fatores que motivou este trabalho foi a busca por elementos que irão ou não responder a questão sobre quais são os formatos mais comuns em *podcast* jornalísticos diários brasileiros. Sentimos falta de pesquisas sobre *podcast* e sua relação com um viés mais jornalístico, portanto essa é a ideia básica e central deste projeto.

Para alcançar nossos objetivos de pesquisa, realizamos uma análise dos formatos mais recorrentes de *podcasts* jornalísticos diários brasileiros, a partir de uma ferramenta de análise própria que foi elaborada no decorrer da pesquisa. Foram analisados os *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos em um dos principais serviços de *streaming* de áudio do mundo: o *Spotify*. Compuseram nosso *corpus* de pesquisa um episódio de cada um dos *podcast* jornalísticos diários mais ouvidos no Brasil, sendo eles: “A troca de ministro da saúde em plena pandemia” (Café da Manhã), “Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?” (Estadão Notícias), “O que a organização Pan americana da Saúde espera do substituto do Mandetta” (Ao Ponto) e “A troca de ministro e o futuro da Saúde” (O Assunto).

Nosso trabalho se dispõe em seis capítulos, além desta introdução. Na sequência, o segundo capítulo traz definições sobre o *podcast*. No capítulo três apresentamos os gêneros e formatos radiofônicos. Na sequência, no capítulo quatro apresentamos o percurso metodológico do trabalho e como foi a elaboração da ficha de análise, o capítulo possui um subcapítulo com a esquematização da ficha por meio de uma figura explicativa. O capítulo cinco traz a análise e sistematização dos resultados, cada episódio dos quatro *podcasts* diários utilizados na pesquisa foram ouvidos e descritos nesta parte do trabalho, os mesmos se encontram distribuídos em quatro subcapítulos. Na sequência, o capítulo seis demonstra as considerações finais, e as referências e apêndices encerram esta monografia.

2. *PODCAST* UMA NOVA MÍDIA DE ÁUDIO DIGITAL

Utilizado mundialmente como forma de entretenimento e de uso didático na área da educação, o *podcast* traz também, conteúdos de divulgação de notícias e informações aos seus consumidores. Em nossa pesquisa percebemos que essa nova ferramenta não possui apenas uma definição, vejamos a seguir.

2.1 Surgimento e Definições

Prata (2008, p.1) afirma que “as transformações tecnológicas têm alterado profundamente a história do rádio” e com esses avanços tecnológicos, em especial a internet, a produção de conteúdos alcançou o seu ápice. É por meio das novas transformações midiáticas que qualquer indivíduo que possua uma mensagem a ser dita e deseja passá-la para um número significativo de pessoas consegue obter voz.

“A internet e as webrádios apontaram um novo caminho para a rádio. Assim como houve uma evolução para os jornais impressos no campo digital, também houve para as rádios” (MENEZES; COUTO, 2019, p. 3). De acordo com os autores, é nesse contexto, marcado pelo avanço tecnológico proporcionado pelo surgimento da internet e, também, da radiomorfose⁴, que surge o *podcast* em 2004. Com a chegada de novas transformações tecnológicas na história do rádio, entender e saber diferenciar o que é ou não um *podcast* tornou-se uma tarefa difícil, e de acordo com Luiz (2015, p. 14):

Para quem não está acostumado com os diversos “formatos” de distribuição de conteúdo na internet, tudo parece igual. Por isso, quando falamos da “transmissão” de áudio on-line, muita gente tem dificuldade de entender a diferença entre *podcasts*, *audioblogs*, *webrádios* e afins.

Em meados dos anos 2000 – no período do nascimento das redes *P2P*⁵, através de *feeds*, como *RSS*⁶ e *Atom*⁷– sistemas de distribuição automatizada de arquivos digitais de

⁴ Termo adaptado por Prata para a expressão *midiamorfose* de Fidler (QUADROS, 2013).

⁵ Do inglês *peer-to-peer* significa par-a-par, é um formato de rede de computadores que tem como principal característica a descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado realiza funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo. Sua principal função é a transmissão de arquivos. O seu surgimento possibilitou o compartilhamento em massa de músicas e filmes. Fonte: <https://www.tecmundo.com.br/torrent/192-o-que-e-p2p-htm>

⁶ *RSS* é um padrão desenvolvido em linguagem *XML* que permite aos responsáveis por *sites* e *blogs* divulgarem notícias ou novidades, para isso o resumo de determinada notícia é armazenado em um arquivo de extensão que pode ser *xml*, *rss* ou *rdf*.

⁷ Ao contrário do *RSS*, *Atom* não é uma sigla, mas também é um formato para divulgação de notícias.

áudio começaram a ser utilizados. Em seguida surgiram programas agregadores como *iPodder* e *iTunes*, visando organizar o acesso aos conteúdos assinados pelos internautas, cenário esse que viabilizou o surgimento do *podcasting*: uma nova modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, que vai além da oferta de conteúdos em *websites* de emissoras (KISCHINHEVSKY, 2016).

Kischinhevsky (2016, p. 68) explica que:

uma vez cadastrado o endereço de determinado podcast, o programa agregador baixa para o computador do internauta o arquivo desejado automaticamente e, a partir daí, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvi-lo, podendo transferir o episódio (como também são chamados os programas distribuídos via *podcasting*) para um tocador multimídia (iPod, MP3 player), um telefone celular ou, mais recentemente, um tablet ou um PDA.

Avelar, Prata e Martins (2018, p.1) explicam que o termo *podcast* é um neologismo criado pela união das palavras *pod* (do tocador de MP3 da *Apple*, *iPod*) com *cast*, sinônimo de transmissão, em inglês. O *podcast* é um serviço de transmissão de áudio iniciado em 2004 pelo ex-VJ da MTV americana Adam Curry que, inspirado pela prática dos blogs, criou o *software iPodder*.

Luiz (2015) explica que foi o ex-jornalista do *The New York Times*, Christopher Lydon, que, em 2003, criou o primeiro *podcast* sem, no entanto, denominá-lo desta forma. Lydon utilizou a novidade para publicar seu trabalho: ele dispunha de entrevistas com os principais pensadores da Internet, políticos e futuristas autoproclamados. A ferramenta era um *feed* especial de RSS com abas para o *blog* de Lydon em Harvard. Uma vez lançados, os arquivos de áudios contendo as entrevistas poderiam ser baixados para *iPods* e outros dispositivos. Já a denominação de *podcast* foi atribuída pela primeira vez pelo jornalista Ben Hammersley, em artigo publicado no jornal *The Guardian*, em fevereiro de 2004, para reportar o crescimento na circulação de arquivos de áudios em formato MP3 (BONINI, 2015).

Para Kischinhevsky (2018, p. 75), “nos últimos anos, o *podcasting* se afirmou como um negócio rentável”, o autor também contextualiza que nos primeiros anos muitos foram os pesquisadores que consideraram o *podcasting* como um sistema de distribuição de conteúdos sonoros essencialmente não-radiofônico

Isso porque o *podcasting* não envolveria transmissão em tempo real, nem em fluxo contínuo, aproximando-se, portanto, da fonografia ou mesmo configurando um novo meio de comunicação, inserido numa lógica digital (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 77).

O autor ainda explica que o *podcasting* facilita a distribuição de conteúdos radiofônicos caseiros, isso graças à popularização de kits multimídia domésticos e *softwares* de edição de áudio gratuitos, e que “inicialmente, os *podcasts* eram, na maioria, sequências de músicas da predileção do internauta ou monólogos que faziam as vezes de audioblogs” (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 77).

Apesar de possuírem características em comum, *podcast* e rádio foram criados para suprir diferentes necessidades. O pesquisador Vicente (2018) afirma que o *podcasting* refere-se à produção e transmissão de episódios de um único programa, o que estabelece uma relação de periodicidade de produção de novos episódios: diária, semanal, mensal com o ouvinte. O autor ainda salienta que “a tradição do rádio, especialmente de emissoras públicas, teve e tem uma importância fundamental na consolidação do *podcast* e na definição de sua identidade” (VICENTE, 2018, p. 104).

“Na atualidade, a tendência é aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada” (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 77). Já Bonini (2015) explica que um *podcast* não se trata de um simples pedaço de áudio baixado, e o que o caracteriza como tal é seu método de distribuição: um anexo inserido em um canal RSS. “Os assinantes do *podcast* o receberão automaticamente e eles ouvirão - ou não - de acordo com sua conveniência e critérios” (BONINI, 2015, p. 23).

Os *podcasts* se diferenciam do rádio convencional, principalmente, pela sua facilidade de acesso. Enquanto no rádio estamos presos a uma grade de programação, geralmente transmitida ao vivo, com o *podcast* podemos escutar conteúdos variados, em modo *online* e *offline*, quando e onde desejarmos. Sem estarem presos a essa grade, os *podcasts* ficam à disposição do ouvinte para serem ouvidos ou baixados da internet, por meio de sites específicos que são utilizados como agregadores de arquivos. Desde 2004, a prática de produção de *podcasts*, seja por profissionais do meio jornalístico ou não, tem colaborado para a diversificação da produção radiofônica no mundo.

De acordo com Luiz e Assis (2010, p.1), “em linhas gerais, *podcasts* são programas de áudio ou vídeo ou ainda uma mídia de qualquer formato cuja principal característica é sua forma de distribuição direta e atemporal chamada *podcasting*”. E é importante salientar que nesta pesquisa usaremos a expressão *podcast* para nos referirmos ao produto sonoro e *podcasting* como a prática de produção e distribuição destes arquivos. Os autores ainda salientam que o *podcast* se trata de “uma mídia da cibercultura que vem conquistando grande

espaço na internet graças a sua facilidade de criação e distribuição” (LUIZ; ASSIS, 2010, p.1).

Para Couto e Martino (2018, p.49), “o *podcast* engloba, ao mesmo tempo em que retrabalha, diversas maneiras anteriores de expressão sonora, em uma variedade de formatos que desafia uma definição única” o que faz com que a noção de mídia sonora tenha uma nova perspectiva nesse cenário. Os autores ainda caracterizam o *podcast* como um hibridismo em termos de forma e conteúdo, dificultando na pesquisa acadêmica interpretações que possam reduzi-los a categorias conhecidas (COUTO; MARTINO, 2018).

Apesar da flexibilidade de consumo e da variedade de conteúdos e formatos, as técnicas de produção, gravação, edição, publicação e distribuição têm permanecido consistentes (LOPES, 2015). A facilidade em ser disponibilizado na internet para ser escutado em *streaming*, no momento em que o *download* do programa é feito tornando a possibilidade de audição viável em qualquer horário, podendo ser repetido, várias vezes, e ainda ouvido onde for mais conveniente, é uma das características diferenciadas que o *podcast* oferece ao usuário. Além de trazer para o ouvinte a opção de assinatura por meio da tecnologia RSS o usuário inscreve-se em sites que trabalham com *feeds* (fontes) que irão indicar atualizações ou mudanças de seus conteúdos sem que seja necessário visitá-los.

2.2 Expansão e Popularização

Há 17 anos o Brasil adotou o uso da nova mídia. Foi em 21 de outubro de 2004⁸ que nasceu o primeiro *podcast* brasileiro: *Digital Minds*, criado pelo blogueiro Danilo Medeiro. A data consolidou-se no país como o Dia do *Podcast*, que é comemorado anualmente. Outros *podcasts* como *Perhappiness*, *Podcast do Gui Leite* e o *Código Livre*, também estrearam naquele ano. Podemos avaliar a criação da data como uma forma maior de divulgação da mídia por meio das redes sociais.

Andrade *et al* (2019, p. 1) dizem que:

O termo *podcast* tem sido muito utilizado na última década, principalmente, com a evolução dos recursos computacionais e tecnológicos, que propiciaram novas possibilidades de formatação de conteúdos em áudio para rádio, internet e dispositivos móveis.

⁸ Fonte: <https://radiofobia.com.br/podcast/2019/10/alo-tenica-80-especial-diadopodcast2019/>

Com o consumo de *podcasts* popularizando-se gradativamente, no ano de 2006 foi criada no Brasil a Associação Brasileira de Podcasters (ABPod)⁹. É dentro da associação que todos os anos ocorre a “PodPesquisa”, que de acordo com Menezes e Couto (2019) se trata de uma pesquisa realizada com a finalidade de conhecer a comunidade e os ouvintes de *podcast* no Brasil, funcionando como instrumento fundamental para compreensão do crescimento e penetração da mídia no país, e que tem se revelado ferramenta inigualável de engajamento dos ouvintes.

Em 2018, pela primeira vez, a PodPesquisa foi realizada com a parceria da rádio CBN, o que ampliou seu alcance. Em sua quarta edição, a ação teve início no dia 1º de julho de 2018 e encerrou-se em 20 de agosto de 2018. Um formulário ficou aberto ao longo desses 51 dias e ao final da pesquisa contabilizou-se mais de 22 mil respostas, o que a torna (até o momento) a maior pesquisa sobre o universo de *podcasts* no país.

De acordo com a ABPod, os resultados da pesquisa tiveram como principal objetivo conhecer a comunidade e o ouvinte de *podcast* no Brasil, fazendo uso da metodologia quantitativa, com coleta unicamente on-line, sendo o questionário divulgado no ambiente digital, no rádio, através da CBN, e na podosfera, por meio do apoio dos produtores. O questionário continha perguntas sobre o perfil socioeconômico dos ouvintes e seus hábitos de consumo de *podcasts* (PODPESQUISA, 2018)

O levantamento foi realizado com três grupos diferentes: ouvintes de *podcast*, produtores de *podcast* e não ouvintes de *podcast*, com o objetivo de entender as similaridades e diferenças entre eles. O questionário foi respondido por 22.993 pessoas, sendo 22.691 ouvintes de *podcast*, dos quais 1.405 responderam também como produtores de *podcast*, e 302 não ouvintes de *podcast* (PODPESQUISA, 2018).

Em relação ao financiamento dos podcasts, de acordo com Palomar e Borrajo (2016), até o ano de 2013 não havia grandes aspirações em retornos econômicos referentes aos *podcasts*, e foi em 2014 que houve uma mudança radical no modelo dessa nova mídia que se tornou popular e atraiu a atenção dos investidores. O fácil acesso a meios técnicos e a simplicidade de lidar com eles resultou na proliferação de novos criadores que inovam tanto em conteúdo, quanto em novos modelos de negócios. Palomar e Borrajo (2016) afirmam que:

A maior parte da atenção a este produto vem da onda de novos usos associados à mídia tradicional, como mobilidade na música, com Spotify ou Deezer, ou televisão em plataformas como Netflix ou Hulu. Além disso, os *podcasts* apresentam algumas vantagens que os tornam muito atrativos: baixo investimento para sua produção,

⁹ Fonte: <https://abpod.org/podpesquisa/>

publicidade nativa direta e estratificada, e menores custos e melhorias no acesso aos dados da telefonia móvel 4G (p. 75, tradução nossa).¹⁰

É no último trimestre de 2014 quando o *podcast Serial*¹¹ é lançado nos Estados Unidos, que este tipo de mídia tem seu ponto de virada. “Seu alto número de downloads e sua influência social significou que algumas mídias (*Fast Company*, *The Guardian*) identifiquem o ano de 2014 como o ano do *Podcast Renascença*, o renascimento do *podcast*” (PALOMAR; BORRAJO, 2016, p. 75, tradução nossa).¹²

Serial é um *podcast* investigativo derivado de um programa de rádio intitulado *This American Life* que foi criado e produzido pela jornalista Sarah Koenig¹³. Ambos programas são produções da rádio pública norte-americana WBEZ Chicago¹⁴. O *podcast* foi ao ar entre outubro e dezembro de 2014 com o objetivo de falar sobre um crime intrigante a cada temporada. *Serial* conta uma história real, com pessoas reais, e fez tanto sucesso que se estendeu por três temporadas, recebendo todos os principais prêmios de transmissão como *duPont-Columbia*, *Scripps Howard*, *Edward R. Murrow* e o primeiro *Peabody* a um *podcast* (VICENTE, 2018).

Em sua primeira temporada, *Serial* contou a história de Hae Min Lee, uma estudante do ensino médio que desapareceu após sair da escola, em 1999, no Condado de Baltimore, Maryland. Um mês depois, seu corpo foi encontrado em um parque da cidade. Ela foi estrangulada. Seu ex-namorado de 17 anos, Adnan Syed, foi preso pelo crime e, em um ano, ele foi condenado à prisão perpétua. O caso contra ele foi amplamente baseado na história de uma testemunha, o amigo de Adnan, Jay, que testemunhou ter ajudado Adnan a enterrar o corpo de Hae. Mas Adnan sempre afirmou que não tinha nada a ver com a morte de Hae. Algumas pessoas acreditam que ele está dizendo a verdade, muitos outros não.¹⁵

A partir do sucesso de *Serial*, Bonini (2015) contextualiza a entrada do *podcast* em uma nova fase de sua evolução, na qual, segundo o autor, surge um novo mercado que

¹⁰ No original: “La mayor atención a este producto viene dentro de la ola de los nuevos usos asociados a los medios tradicionales, como la movilidad en la música, con Spotify o Deezer, o la televisión en plataformas como Netflix o Hulu. Además los *podcast* mantienen ciertas ventajas que los hacen muy atractivos: escasa inversión para su producción, publicidad nativa directa y estratificada y el abaratamiento y mejoras al acceso de datos desde la telefonía móvil (4G)”.

¹¹ <https://serialpodcast.org/>

¹² No original: “Su alto número de descargas y su influencia social ha supuesto que algunos medios (*Fast Company*, *The Guardian*) identifiquen el año 2014 como el año del *Podcast Renaissance*, el renacimiento del *podcast*”.

¹³ <https://barclayagency.com/speakers/sarah-koenig/>

¹⁴

<https://www.wbez.org/stories/this-american-life-producers-launch-new-podcast/e732ed44-d6bb-488a-ae77-f4d316b414e3>

¹⁵ Fonte: <https://serialpodcast.org/season-one>.

caminha para a profissionalização da produção e normalização do consumo. Bonini nomeia essa nova fase como “a segunda era do *podcasting*”:

Esta fase, que chamo de "segunda era do podcasting", se distingue pela transformação do podcasting em um prática produtiva de negócios e em um ambiente de consumo de massas, e começou nos Estados Unidos em 2012, com o lançamento dos primeiros modelos de negócios capazes para sustentar a produção independente e o consumo de conteúdo de áudio distribuído via podcasting (BONINI, 2015, p.24, tradução nossa).¹⁶

O autor ainda atribui o fôlego renovado do *podcasting* ao crescimento da oferta de conteúdos de qualidade, ao avanço dos *smartphones* e do acesso à internet em banda larga e ao desenvolvimento de redes sociais de base sonora.

Segundo Bonini (2015), o *podcasting* está entrando em uma nova e ampla fase de sua vida, na qual deve ser visto como um meio digital de massas de uma forma renovada, com novos mercados emergentes e modelos de negócios, além de um número crescente de ouvintes e criadores, sendo assim, deveríamos dar a ele a mesma atenção que recebem outras mídias.

Tendo em vista que não há uma definição única do conceito de *podcast*, buscamos nas teorias do rádio conceituações que nos ajudem a refletir sobre os formatos utilizados nos podcasts jornalísticos diários, trabalhando com uma contextualização mais abrangente sobre a comunicação radiofônica nos capítulos a seguir.

¹⁶ No original: “Esta fase, que llamo “la segunda era del podcasting”, se distingue por la transformación del podcasting en una práctica comercial productiva y en un medio para el consumo de masas, y comenzó en los Estados Unidos en 2012, con el lanzamiento de los primeros modelos de negocio capaces de sostener la producción y el consumo independientes de contenidos de audio distribuidos mediante podcasting”.

3. GÊNEROS E FORMATOS RADIOFÔNICOS

Neste capítulo da pesquisa iremos apontar algumas definições sobre os gêneros e formatos radiofônicos, pois este é um dos fatores importantes do nosso trabalho, uma vez que percebemos semelhanças entre o rádio e *podcast*. É a partir do estudo dos gêneros e formatos radiofônicos jornalísticos que, posteriormente, apresentaremos uma comparação com o que identificamos nos *podcasts*, ou seja, iremos refletir em que medida o *podcast* reproduz e o quanto se afasta e inova em relação aos gêneros e formatos radiofônicos jornalísticos

3.1 Comunicação Radiofônica

Considerado o meio mais popular e o de maior alcance público, não só em território brasileiro como em todo o mundo, o rádio é um dos meios de comunicação de massa capaz de levar a informação para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por fatores geográficos, culturais ou econômicos (ORTRIWANO, 1985).

No que diz respeito a possibilidades de transmissão, o rádio por possuir maior alcance público, possibilita o acesso ao conteúdo ao vivo, enquanto o *podcast* oferece um serviço sob demanda, ou seja, o seu consumo passa a ser onde e quando o ouvinte desejar.

Tendo em vista a linguagem oral do rádio, o indivíduo que se encontra do outro lado só precisa ouvir a mensagem, sendo essa uma vantagem se comparado aos veículos impressos, pois o ouvinte não precisa ser alfabetizado para receber as informações. Mas em consequência, a média do nível cultural do público que ouve é mais baixa em relação ao público leitor (ORTRIWANO, 1985).

No rádio, as mensagens não exigem um preparo anterior, podem ser elaboradas enquanto são transmitidas, assim, quem estiver ouvindo o rádio estará recebendo-as (ORTRIWANO, 1985). A rapidez e facilidade são características presentes nos *podcasts*, mas ao contrário do rádio, ele exige um pouco mais de trabalho, tendo em vista que um *podcast* precisa ser gravado, editado e hospedado em um serviço específico, para em seguida estar disponível para o compartilhamento entre os usuários.

Em linhas gerais, quanto à estrutura radiofônica, Ortriwano (1985, p. 78) afirma que “dos meios de comunicação de massa, o rádio é o mais privilegiado, por suas características intrínsecas”, sendo elas linguagem oral, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia. De comum acordo, Barbosa Filho (2009) explica

que estas características, quando bem aplicadas, podem facilitar a mediação entre produção e recepção, locutor e ouvinte.

No próximo capítulo mostramos algumas definições dos gêneros e formatos radiofônicos para que possamos observar quais são as semelhanças e diferenças entre rádio e *podcast*.

3.2 Formatos Radiofônicos Jornalísticos Definições

Para Ferraretto (2014, p. 46), “é comum, no Brasil, a confusão entre a ideia de formato, nível estratégico de planejamento em rádio, e a de segmento”, e que, portanto, define-se segmentação

como um processo em que, a partir da conciliação entre os anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, foca-se o rádio, em qualquer uma de suas manifestações comunicacionais, em dada parcela do público (FERRARETTO, 2014, p. 49).

Alguns segmentos jornalísticos são citados pelo autor. Segmento jornalístico, popular, musical, comunitário, cultural, religioso, e, ainda de acordo com o mesmo “deve-se destacar que, além dos listados, existe uma variedade significativa de possibilidade de cortes e definição dos segmentos” (FERRARETTO, 2014, p. 50).

Tratando-se de gêneros, Ferraretto (2014) afirma que na cultura jornalística brasileira existem cinco gêneros jornalísticos no rádio e que os mesmos adquirem formas específicas, as quais vão se adequando às características do meio. São eles: informativo, interpretativo, opinativo, utilitário e diversional, destacando que o diversional têm presença reduzida na programação das emissoras.

Quanto aos gêneros jornalísticos brasileiros citados por Ferraretto (2014), o gênero informativo narra o assunto a ser noticiado sem muitos rodeios, sendo objetivo e de fácil compreensão. O interpretativo faz o aprofundamento do assunto em questão, para melhor contextualização do que está sendo informado.

Ferraretto (2014, p. 97) explica que o gênero opinativo “engloba um julgamento próprio (pessoal ou da empresa de radiodifusão) a respeito de determinado assunto”. O gênero utilitário, serve como um serviço de informações para o ouvinte, nele podem conter informações variadas sobre diversos assuntos. Por fim, o gênero diversional, de acordo com o

autor, se aproxima da literatura e é pouquíssimo explorado no radiojornalismo brasileiro (FERRARETTO, 2014).

A definição de formato, de acordo com Ferraretto

Constitui-se, assim, na maneira de abordar o segmento. Se este último é genérico, o formato, obrigatoriamente, apresenta características as mais específicas possíveis. Desse modo, dentro de um segmento, podem atuar emissoras com este ou aquele formato (FERRARETTO, 2014, p. 53).

Compreende-se então, de acordo com Ferraretto (2014) que segmento, gênero e formato são processos diferentes que coexistem dentro de uma produção radiofônica.

Em contrapartida, Barbosa Filho (2009) explica que os gêneros radiofônicos classificam-se em gêneros e possuem formatos específicos, como podemos acompanhar no quadro a seguir:

Quadro 1: Principais gêneros e formatos radiofônicos

GÊNERO	FORMATO
Jornalístico	Nota, notícia, reportagem, boletim, entrevista e radiojornal.
Educativo-cultural	Programa instrucional, temático entre outros.
Entretenimento	Programa musical, por exemplo.
Publicitário	<i>Spot, jingle</i> , entre outros.
Propagandístico	Programas eleitorais, programa religioso, etc.
Serviço	Notas de utilidade pública.
Especial	Programa infantil, etc.

Fonte: elaboração da autora, com base em Barbosa Filho (2009).

De acordo com Barbosa Filho (2009, p. 89), “os gêneros radiofônicos estão relacionados em razão da função específica que eles possuem em face das expectativas de audiência”. Ele traz o gênero jornalístico como:

instrumento de que dispõe o rádio para atualizar seu público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos. Os seus relatos podem possuir características subjetivas do ponto de vista dos conteúdos e, portanto, acrescentar ao

ato de informar opiniões particulares sobre acontecimentos (BARBOSA FILHO, 2009, p. 89).

Servindo então como instrumento de atualização do público, Barbosa Filho (2009) explica como se apresentam cada um dos gêneros jornalísticos no rádio. Tendo em vista a relevância para nossa pesquisa, trazemos aqui definições, de acordo com o autor, para os formatos jornalísticos mais conhecidos no rádio:

1. **Nota:** trata-se de um informe sintético de um fato atual, com duração de curto tempo (40s), redigido com frases diretas;
2. **Notícia:** é o módulo mais básico da informação, com um tempo de exposição curto (1min30s), podendo ser apresentada em mais de um bloco, com dois ou mais locutores dependendo da informação;
3. **Reportagem:** compõe-se como a narrativa que engloba o máximo de informações sobre o assunto, trabalhando com uma noção muito mais aprofundada a respeito do fato narrado;
4. **Entrevista:** Entrevista é a fonte de coleta de informações de um jornal e se encontra presente, direta ou indiretamente, em grande maioria das matérias jornalísticas.
5. **Boletim:** constituído por notas e notícias, o boletim tem finalidade informativa, duração de no máximo cinco minutos e aparece ao longo da programação. Algumas vezes pode apresentar formato de pequenas entrevistas e reportagens.
6. **Radiojornal:** é o formato que reúne e produz os formatos jornalísticos (nota, notícia, reportagem, entrevista entre outros), ele se constitui por diversas seções ou editoriais.

4. PERCURSO METODOLÓGICO

Na falta de mais pesquisas acadêmicas que estudem o termo *podcast*, este trabalho tem como foco principal buscar saber quais os formatos mais comuns em *podcast* jornalísticos diários brasileiros, uma vez que nesse meio as pesquisas se encontram em crescimento. Nossa busca é tentar trazer uma sistematização desses formatos mais recorrentes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros, a partir da compreensão do fenômeno do *podcasting* e sua relação com os gêneros e formatos radiofônicos, fazendo uma análise das características mais recorrentes dos *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos nos principais serviços de *streaming*.

Classificamos a pesquisa em questão como descritiva, a qual o autor Rudio (2007) explica que dentro dessa classificação “o pesquisador procura conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la”, ainda salienta que “a pesquisa descritiva está interessada em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los” (RUDIO, 2007 p.71). Da mesma forma, Gil afirma que são inúmeros os estudos que podem classificar sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2002, p. 42).

Nesta pesquisa não utilizamos o questionário como técnica de coleta de dados, mas nos valem da observação sistemática, que é um método utilizado para compreender como funciona uma determinada atividade ou tarefa. O pesquisador observa as etapas de um processo, as ferramentas utilizadas, as dificuldades que aparecem, as conversas e resultados do trabalho.

Braga (2011, p. 8) diz que “a metodologia é uma sabedoria na tomada de decisões em que o pesquisador se vê constantemente envolvido”. Sendo assim, nossa metodologia do trabalho consiste em uma análise dos formatos mais recorrentes em *podcasts* jornalísticos brasileiros diários, a partir de dados que foram coletados em um dos principais serviços de *streaming* de áudio do mundo: o *Spotify*¹⁷.

Presente em mais de 61 países, o *Spotify* foi lançado em 2008 e se trata de um serviço de *streaming* de música. A plataforma disponibiliza conteúdos em áudio que podem ser ouvidos quando o ouvinte desejar. Podendo ser usado a partir de celulares (*Android* e *iOS*), computadores e até nas *smart TVs*, o *streaming* conta com planos gratuitos e pagos. O *Spotify*

¹⁷ <https://www.spotify.com/br/>

é grande em número de usuários e também no seu catálogo, que conta com mais de 30 milhões de canções.

O *Spotify* chegou no Brasil oficialmente em 2014, e, em 2019 anunciou seu interesse em investir nos *podcasts*. O evento *Spotify for Podcasters Summit*¹⁸, que aconteceu na Cinemateca em São Paulo, nos dias 1 e 2 de novembro de 2019, trouxe debates e conversas sobre o processo de criação, produção e monetização de *podcasts*. De acordo com a plataforma, cerca de mil pessoas incluindo marcas, *podcasters* e público em geral, participaram do evento e puderam trocar experiências e se inspirar com *insights* e informações sobre o atual cenário de *podcast* (SPOTIFY, 2019).

Escolhemos o *Spotify* por se tratar de uma ferramenta que vem sendo muito requisitada mundialmente. Com o serviço de *streaming* fica fácil encontrar os *podcasts* de várias modalidades, inclusive os que trazem temas jornalísticos, que é o que buscamos. E de acordo com o site Techtudo, entre os gêneros de *podcast* mais ouvidos no país se encontram Sociedade e Cultura, Comédia, Educação e Notícias. Temas sobre Negócios, Música, Religião, Lazer e Esportes são contemplados na lista, e os títulos originais do serviço com maior audiência são Café da Manhã e Não Ouvo *Podcasts* (MALINE, 2019)

Outra ferramenta importante para esta pesquisa é o site de análise e distribuição de *podcast*: *Chartable*¹⁹. É através deste site que monitoramos quais são os *podcasts* de caráter jornalístico que são mais ouvidos no *Spotify*²⁰, uma vez que o site dispõe de um “top 20” dos *podcasts* brasileiros mais escutados do *Spotify*.

Organizamos nossa pesquisa empírica em cinco etapas: a primeira etapa consistiu na escolha e composição de um *corpus*, que foi a seleção dos *podcasts* de caráter jornalístico mais escutados no Brasil. Na sequência fizemos a observação sistemática exploratória do *corpus* de análise, em que ouvimos diferentes episódios, de forma aleatória, buscando identificar algumas características de cada *podcasts*. Conseqüentemente, esse fator nos remeteu à terceira etapa da pesquisa, a elaboração de uma ficha de análise, construída a partir da revisão bibliográfica e dos elementos observados na observação exploratória.

¹⁸ Evento realizado pelo *spotify* que reuniu mais de 700 *podcasters* e 10 expositores de produtos de áudio (fonte: <https://ads.spotify.com/pt-BR/noticias-insights/spotify-for-podcasters-summit/>).

¹⁹ <https://chartable.com/charts/spotify/br>

²⁰ De acordo com o próprio *Chartable*, “cada reprodutor de *podcasts* tem sua própria maneira de definir gráficos sem, contudo, revelar seu algoritmo exato. Em relação aos *rankings* do *Spotify*, o site informa que “os gráficos do *Spotify* parecem diretamente relacionados à ouvintes/popularidade” (HOW DO..., 2021). Deduzimos, desta forma, que os *rankings* disponibilizados pelo *Chartable* referem-se aos *podcasts* mais ouvidos ou reproduzidos na plataforma.

Na quarta etapa, a aplicação da ficha de análise ao *corpus*, e na quinta e última etapa, descrita no Capítulo 4 apresentamos a sistematização e interpretação dos resultados. Iremos detalhar estas etapas da pesquisa na sequência.

4.1 Composição e apresentação do *corpus*

Nesta etapa da pesquisa vamos apresentar a composição do nosso *corpus*. Foram escolhidos através de um *ranking* do site *Chartable* os quatro *podcasts* jornalísticos diários mais escutados durante quatro semanas. O monitoramento do *site* teve início em 06 de abril de 2020 e terminou em 27 de abril de 2020.

A coleta dos dados foi feita durante todas as segundas-feiras a partir do dia 06 de abril de 2020, por volta das 19h, por meio de *prints* do *site Chartable*. Após as quatro semanas de observação e coleta, selecionamos os quatro primeiros *podcasts* para a nossa pesquisa. A figura a seguir demonstra como o ranking é apresentado no site.

Figura 1: site do Chartable



Fonte: <https://chartable.com/charts/spotify/brazil-news-politics>, acesso em 27 de abril de 2020

O *ranking* denominado como “Principais *podcasts* de notícias e de política no *Spotify*” contava com 30 posições, e nas semanas de coleta os quatro principais *podcasts* escutados, de acordo com o *site*, foram: 1º lugar “Café da manhã”, 2º lugar “Estadão Notícias”, 3º lugar “Ao

Ponto” e em 4º lugar “O Assunto”, logo esses foram os escolhidos, e cada *podcast* teve um episódio selecionado para análise.

A princípio, nossa ideia era selecionar os cinco *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos, mas o 5º colocado, de acordo com o *site*, se tratava do *podcast* “Medo e Delírio em Brasília”, um *podcast* mais segmentado, que mescla humor à discussão política. Como nosso objetivo era analisar *podcasts* jornalísticos, optamos por deixar apenas os quatro primeiros *podcasts*.

Baseando-se no fato de que os *podcasts* que foram escolhidos para essa pesquisa possuem frequência regular de criação e distribuição, levamos em consideração tal fator, uma vez que tais características são próprias dos chamados *daily news*. De acordo com Martinez e Gárate (2019, p. 320), “o *podcast* de notícias diárias é um tipo de *podcast* de frequência regular criado para a distribuição multiplataforma sob demanda”, que tem como objetivo expor e explicar notícias atuais em formatos mais curtos (3 a 25 minutos).

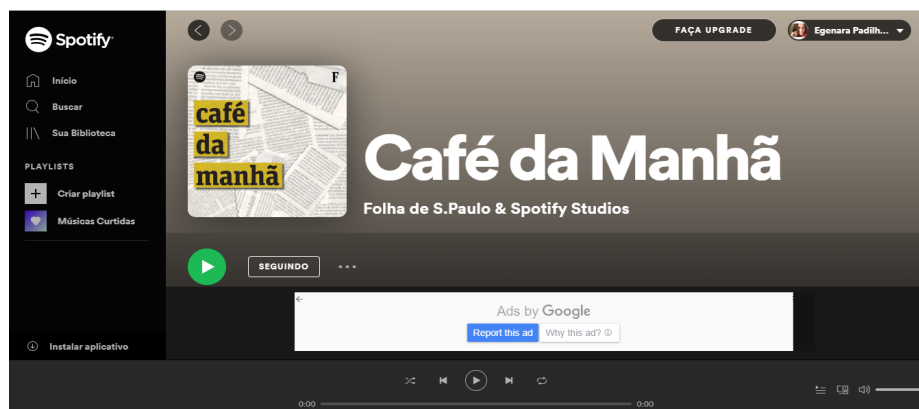
Outro fator determinante para a seleção dos quatro *podcasts* é o fato de que todos são produzidos por veículos de comunicação classificados como “jornalismo de referência”. Sabendo-se que, de acordo com Zamin (2014, p. 919), a expressão “têm sido empregado em investigações brasileiras como modo de delimitação de objeto de estudo, justificativa ou estratégia metodológica”, utilizamos também deste recurso para escolher os quatro *podcasts* de estudo da nossa pesquisa. A autora ainda explica que o termo serve interna e externamente como referência para quem é formador de opinião e também para os meios de comunicação (ZAMIN 2014).

Os quatro *podcasts* selecionados ainda se assemelham por sua frequência de distribuição. Todos disponibilizam episódios diários, publicados de segunda à sexta-feira. Isso nos permite classificá-los como *podcasts* diários.

Escolhemos episódios publicados na mesma data para a realização da coleta de dados, a qual ficou estabelecida em 17 de abril de 2020. A escolha da data se deu em função da existência de um tema em comum, que foi abordado por todos os *podcasts* neste mesmo dia, que foi “a troca de Ministro da Saúde em plena pandemia”. Na sequência apresentamos cada *podcast* que foi selecionado para análise e, posteriormente, descrevemos a elaboração de nossa ficha de análise.

4.1.1. Café da Manhã

Figura 3: Perfil do Café da Manhã no *Spotify*



Fonte: <https://open.spotify.com/show/6WRTzGhq3uFxmrxHrHh1lo>, acesso em 27 de abril de 2020

É o *podcast* que surgiu da parceria entre o jornal Folha de São Paulo e o serviço de *streaming Spotify*. Os episódios são diários, de segunda a sexta-feira, publicados sempre pela manhã. Os apresentadores, geralmente em dupla, trazem de forma leve e simples, conteúdos sobre o assunto do momento, no Brasil e do mundo.

Lançado em 1º de janeiro de 2019, o *podcast* Café da Manhã, em 2020 acumulava mais de duzentos episódios publicados, com um tempo médio de 20 a 30 minutos por episódio. Seguindo sempre o mesmo padrão, cada episódio trata de um assunto específico e no final é apresentado um resumo de outras notícias. Geralmente há convidados, que muitas vezes são profissionais da própria Folha falando sobre os bastidores das reportagens.

O Café da Manhã é um dos *podcasts* produzidos pela Folha. Além deste também, em 2019, eram produzidos o “Boletim Folha”, “Epidemia”, “Impresso Ilustrada”, “40 semanas”, “Folha na Sala”, “Do Lado Direito do Peito”, “Todas as Letras”, “Bola de Chumbo” e “Presidente da Semana”.

De acordo com a própria Folha de São Paulo, em dezembro de 2019 o Café da Manhã tornou-se o segundo maior *podcast* do Brasil no ar no *Spotify*, com 77% da audiência formada por ouvintes com menos de 34 anos (PODCAST, 2019).

Em nossa análise exploratória, não identificamos episódios do Café da Manhã fora do formato regular, como edição especial, edição extra ou conteúdo patrocinado.

4.1.2. Estadão Notícias

Figura 4: Perfil do Estadão Notícias no *Spotify*



Fonte: <https://open.spotify.com/show/6WeEVB3qR5VILY2w0CFGiF>, acesso em 27 de abril de 2020²¹

É o *podcast* diário do jornal O Estado de São Paulo, produzido pela Rádio Eldorado e editado pelo editor do Núcleo de Áudio do Estadão, Emanuel Bomfim. De acordo com o próprio site do jornal, o Estadão Notícias foi pioneiro no país ao trazer análises no formato *podcast*.

Lançado em abril de 2017, entre 2020 e 2021 o programa acumula mais de 450²² edições. De acordo com o próprio *site* do Estadão Notícias, em 2019 o *podcast* conquistou a marca de três milhões de *downloads*, bem como em dezembro de 2019 foi eleito um dos melhores do ano pela *Apple*. Com episódios com cerca de 20 minutos de duração, o programa traz as principais notícias e análises do dia, de segunda a sexta-feira, às 6h da manhã (PODCAST, 2019).

Além do “Estadão Notícias”, atualmente, o jornal também produz outros programas: há o “Notícia no seu tempo”, “Editorial Estadão”, “Colunistas do Jornal Eldorado”, “Estadão Esporte Clube”, “Eldorado Expresso”, “Por Aí” e “BR Político Chama”.

Podemos observar a predominância de assuntos diários de cunho jornalístico informacional e político, apresentados pelo *podcast* do Estadão, mas notamos também a presença de episódios fora deste padrão, como: edição especial, edição extra e conteúdo patrocinado.

²¹ No decorrer da pesquisa houve alteração da foto ilustrativa do *podcast* no *Spotify*

²² Entre 2019 e 2021 o Estadão Notícias retirou alguns episódios do ar, incluindo o episódio analisado da nossa pesquisa.

4.1.3. Ao Ponto

Figura 5: Perfil do Ao Ponto no *Spotify*



Fonte: <https://open.spotify.com/show/5lm4P7moiDE2a85m9ksdfo>, acesso em 27 de abril de 2020

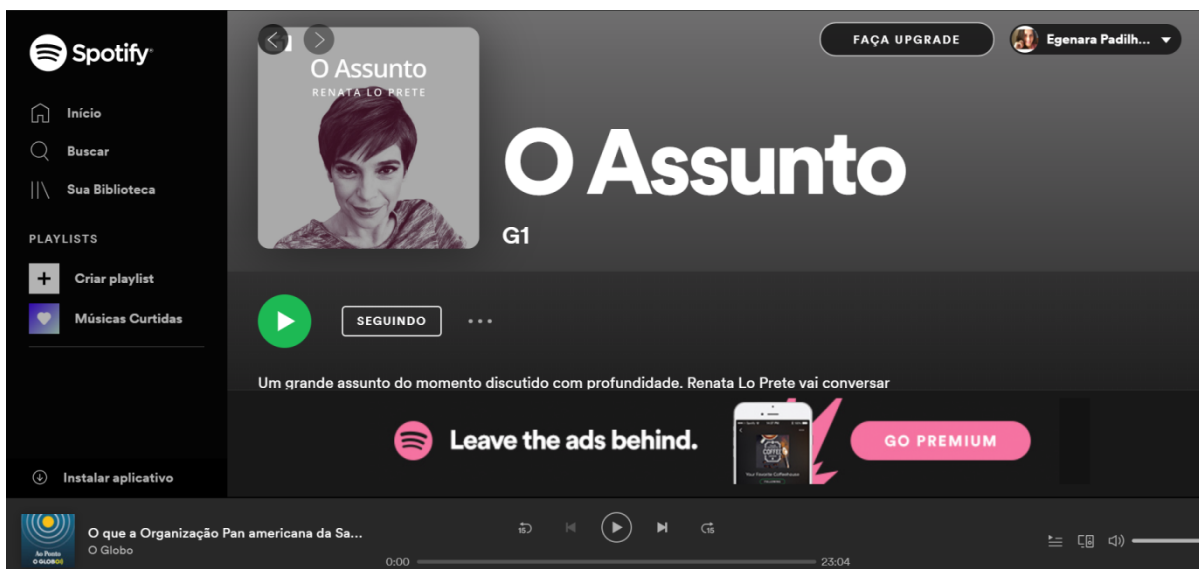
Com o bordão “aqui ninguém perde tempo, é direto ao ponto”, o *podcast* do jornal O Globo é atualizado diariamente, de segunda a sexta-feira, às 6h da manhã. Os episódios têm duração entre 20 e 30 minutos e vão ao ar em plataformas como *Spotify*, *iTunes*, *Tune In*, *Sticher* e *Deezer*. Aborda os principais temas do Brasil e do mundo, tendo como objetivo levar informações para a população em geral.

Cada episódio conta com a participação de convidados para uma conversa sobre os acontecimentos mais relevantes do dia, a fim de que sejam compreendidos tanto os desafios da economia e os trâmites da política, quanto as inovações tecnológicas e a movimentação cultural.

O lançamento do *podcast* fez parte da comemoração de 94 anos desde a fundação do Jornal O Globo (O GLOBO, 2019). É apresentado pelos jornalistas Roberto Maltchik e Carolina Morand. Trata alguns dos principais temas do dia, respeitando a identidade carioca do jornal em algumas edições especiais que tratam de assuntos culturalmente importantes para o Rio de Janeiro. Além de abordar temas com dados, informação e boa edição, um dos destaques do “Ao Ponto” é falar sobre o processo de apuração de grandes reportagens do jornal, como sobre o caso João de Deus (Episódio: O destino de João de Deus, um ano após as denúncias de abuso). O *podcast* Ao Ponto não possui edições extras, especiais ou patrocinadas até o momento.

4.1.4. O Assunto

Figura 6: Perfil do O Assunto no *Spotify*



Fonte: <https://open.spotify.com/show/4gkKyFdZzkv1eDnITVrguk>, acesso em 27 de abril de 2020

É o *podcast* diário do G1 e teve seu primeiro episódio publicado em agosto de 2019. Vai ao ar no início da madrugada, de segunda a sexta-feira. De acordo com o *site* do G1, em agosto de 2020, um ano após sua estreia, o *podcast* apresentado pela jornalista Renata Lo Prete superou 33 milhões de *downloads*. Desde sua estreia, foram mais de 360 convidados, mais de 105 horas de programa e mais de 261 episódios (O ASSUNTO, 2020).

Em pouco tempo o programa conquistou o público e alcançou o topo dos mais baixados no *Apple Podcasts*. Foi considerado um dos melhores *podcasts* de 2019 e também tornou-se o primeiro do Brasil na lista dos mais baixados na América Latina, como informa o *site* do G1 em matéria publicada em junho de 2020 (O ASSUNTO, 2020).

A apresentadora Renata Lo Prete conduz conversas com jornalistas e analistas da TV Globo, do G1, da *Globo News* e dos demais veículos do Grupo Globo, procura trazer uma contextualização e explicação da pauta, mostrando um ângulo diferente dos assuntos mais relevantes do Brasil e do mundo, além de contar histórias e entrevistar especialistas e personagens diretamente envolvidos na notícia. O *podcast* O Assunto não possui edições extras, especiais ou patrocinadas até o momento.

4.2 Esquematização da Ficha de Análise

Após a composição do *corpus*, nos dedicamos à elaboração de nosso instrumento de pesquisa. A ficha de análise, onde registramos os formatos e características mais recorrentes dentro dos episódios escolhidos de cada um dos *podcasts*, foi separada em itens e subitens para melhor entendimento da mesma. Foram analisadas características presentes ou não em cada episódio dos *podcasts*.

Para o processo de elaboração da ficha foram realizadas audições exploratórias de cada episódio dos *podcasts* escolhidos (Café da Manhã, Estadão Notícias, Ao Ponto e O Assunto). Tratou-se de um processo simples no qual elementos presentes em cada episódio foram selecionados e anotados. Na construção da ficha, levamos em conta, principalmente, os conceitos teóricos do radiojornalismo presentes em nossa pesquisa, bem como os objetivos da mesma, que consistem em sistematizar quais são os formatos mais recorrentes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros, procurando compreender o fenômeno do *podcasting*, e sistematizar as características mais frequentes nos *podcasts* jornalísticos diários mais ouvidos no Spotify. A Figura a seguir apresenta a esquematização da ficha de análise.

Figura 2: Esquematização da Ficha de Análise



Fonte: elaboração da autora.

A ficha inicia-se com a identificação do nome do episódio de cada *podcast*, seu título e sua data de publicação nos dando a informação do que se trata o episódio (a pauta).

Formato é o item constituído pelos subitens: formato único ou híbrido e observações. Lembrando que nossa pesquisa traz como definição de híbrido, episódios que apresentam dois ou mais formatos radiofônicos distintos em sua apresentação. Dividido nos subitens: Quantos apresentadores? Quantos debatedores? (no caso de programas tipo mesa redonda/debate), debatedores são fixos ou variam a cada programa? Tem entrevistados? Quantos? Outros profissionais participam? Quantos? Quais? e subitem observações, temos o item Participantes.

O item Pauta, com subitens: pauta única ou múltipla e observações, nos mostra, neste caso, a predominância do mesmo assunto em todos os episódios escolhidos (a troca de ministro da saúde em plena pandemia), esse foi o principal assunto abordado nos quatro *podcasts*.

A ficha se encerra com o item Questões Técnicas, seguido dos subitens: tem vinheta? Abertura? Encerramento/assinatura? Usa trilha sonora (BG)? Trilha única ou múltipla? Há inserção de sonoras? Que tipo de sonoras? Há inserção de músicas (para além da trilha)? Em que contexto (ou com que função)? Há uso de efeitos sonoros? E subitem observações. Nesse item trazemos como questões técnicas a presença ou ausência de marcadores como sonoras, música, trilhas, etc.

Depois de criada a ficha de análise, fizemos a aplicação da mesma nos episódios selecionados, de forma que cada episódio possui uma ficha individual, a qual respondemos a cada item nela existente, como podemos acompanhar no capítulo seguinte.

5. ANÁLISE E SISTEMATIZAÇÃO DOS RESULTADOS

5.1 Análise dos Podcasts

Apresentamos neste capítulo, a análise descritiva de cada episódio dos quatro *podcast* escolhidos. Os episódios escolhidos de cada *podcast* foram:

1. “A troca de ministro da saúde em plena pandemia”, Café da Manhã;
2. “Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?”, Estadão Notícias;
3. “O que a organização Pan americana da Saúde espera do substituto do Mandetta”, Ao Ponto;
4. “A troca de ministro e o futuro da Saúde”, O Assunto.

Todos os episódios foram publicados na mesma data (17 de abril de 2020) e trazem informações sobre a troca de Ministro da Saúde durante a pandemia de Covid-19, assunto esse que também estampou capas de jornais no ano de 2020. Na análise de cada episódio foi aplicada a ficha detalhada no item anterior, permitindo-nos observar a presença ou não dos elementos selecionados, como vemos a seguir.

5.1.1. Café Da Manhã

No episódio de 17 de abril de 2020, intitulado “A troca de Ministro da Saúde em plena pandemia”, de acordo com a descrição apresentada no Spotify, o Café da Manhã abordou a demissão do ex-ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta frente à pandemia de coronavírus:

Depois de semanas de embates públicos, o presidente Jair Bolsonaro demitiu Luiz Henrique Mandetta do cargo de ministro da Saúde. A crise se deu por discordâncias sobre as medidas de combate à pandemia de Covid-19. A divulgação da demissão de Mandetta, nesta quinta-feira (16), foi acompanhada de painéis contra Bolsonaro em cidades brasileiras. Em pronunciamento à imprensa, Bolsonaro disse que ele e Mandetta tiveram um "divórcio consensual". Em seguida, o novo chefe da pasta, o oncologista Nelson Teich, se pronunciou garantindo que está alinhado ao presidente e que não haverá definição brusca sobre as medidas de isolamento social. No Café da Manhã desta sexta-feira (17), o colunista Bruno Boghossian, de Brasília, fala sobre a decisão de trocar o ministro da Saúde em meio a uma pandemia.

O episódio se inicia com uma trilha, os apresentadores Rodrigo Vizeu e Magê Flores se intercalam na locução de introdução do episódio. Há a inserção de sonoras do ex-Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, do Presidente Jair Bolsonaro, um trecho, aparentemente,

do Jornal Nacional na voz da apresentadora Renata Vasconcellos, e sonora do discurso de posse do então novo Ministro da Saúde, Nelson Teich.

Junto da fala dos apresentadores podemos observar a permanência da trilha de fundo, enquanto eles introduzem a pauta do dia, tendo uma pequena pausa apenas quando são rodados os trechos das sonoras. Esse trecho inicial dura em torno de quatro minutos e meio.

Outra trilha sonora é usada, agora, para marcar a passagem para o momento da entrevista com o colunista Bruno Boghossian, de Brasília, o qual falou sobre a decisão do Presidente Jair Bolsonaro de trocar o Ministro da Saúde em meio a uma pandemia. A trilha permanece enquanto o apresentador chama o entrevistado, vai baixando gradualmente e depois retorna ao volume inicial.

A conversa teve pauta única e foi conduzida pelos dois apresentadores (Rodrigo e Magê). Durante a entrevista foram inseridos novos trechos de sonoras que ajudam a complementar a fala do entrevistado Bruno Boghossian. São trechos de Luiz Henrique Mandetta, do Presidente Jair Bolsonaro e de Nelson Teich. Também foi usado efeito sonoro de batidas de panela, indicando panelaço. O trecho tem duração de 19 minutos e aparentemente a entrevista foi realizada por telefone ou por meio de algum recurso digital.

É possível perceber o uso de trilhas sonoras múltiplas. Elas variam no decorrer do episódio e vão e voltam, criando uma narrativa de suspense enquanto a pauta é debatida pelo entrevistado. Notamos também a ausência de utilização de música como linguagem, ou seja, integrando-se à mensagem sonora (FERRARETTO, 2014).

Observamos que há um formato predominante, que identificamos como o de entrevista. No rádio, este formato é identificado pela presença de um entrevistador e um entrevistado, e de acordo Barbosa Filho (2009), a entrevista é a fonte de coleta de informações de um jornal e se encontra presente, direta ou indiretamente, em grande maioria das matérias jornalísticas.

Além da entrevista, no final do episódio há outra seção, bem semelhante a um quadro, na qual a apresentadora Magê Flores comunica “O que mais você precisa saber hoje”, e em seguida são trazidas informações complementares por meio da locução do apresentador Rodrigo.

A informação extra apresentada no quadro “O que mais você precisa saber hoje” trouxe dados sobre profissionais da área da saúde que foram afastados de suas funções por conta da covid-19. A fala do apresentador é complementada com a presença de uma trilha de fundo. No encerramento do quadro, Magê Flores retorna com a informação de que para mais informações sobre a covid-19 os ouvintes devem ouvir o *podcast* “Plantão Coronavírus”

também do jornal Folha de São Paulo. O quadro não teve presença de entrevista, nem sonora. Foi elaborado apenas com a locução de notas.

Neste quadro a informação extra apresentada seguiu a pauta do dia, complementando o tema principal abordado nesta edição, mas nem sempre nessa seção final o tema é o mesmo do *podcast*, como percebemos em nossa análise exploratória.

Por fim, Rodrigo e Magê propõem um para o outro “um debate para o fim de semana”, em que cada um deve escolher um lugar para visitar (sozinho), durante a pandemia. A locução segue com uma trilha de fundo, assim como foi ao decorrer de todo o episódio, e para finalizar, os dois se despedem do ouvinte desejando um bom final de semana.

O tempo total de duração do episódio é de 28 minutos. Em relação às questões técnicas podemos observar a ausência de vinheta de abertura, mas em contrapartida, há presença de encerramento/assinatura do episódio, na qual os apresentadores leem a ficha técnica da equipe de produção do *podcast* “Café da Manhã”.

Em relação ao formato, percebemos que predomina no episódio analisado a entrevista, sendo acompanhada pela leitura de notas, na introdução do programa e também no quadro final. Por conter a presença de notas, classificamos este episódio como formato híbrido.

5.1.2 Estadão Notícias

Disponibilizado em 17 de abril de 2020 pelo “Estadão Notícias”, o episódio intitulado “Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?” traz como tema principal a troca de Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, pelo Ministro Nelson Teich, como informa a descrição do episódio oferecida no *Spotify*:

Uma das novelas mais longas nascidas da crise do novo coronavírus foi encerrada nesta quinta-feira. Em decisão do presidente da República, o ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, foi demitido após um período de desentendimentos com Jair Bolsonaro. Os dois discordavam da maneira como o combate à Covid-19 deveria ser feito, seja com isolamento até o uso de algumas substâncias medicinais. No lugar de Mandetta, entra um outro médico, Nelson Teich, que terá a missão de ser técnico e, ao mesmo tempo, agradar o presidente.

Na edição de hoje, analisamos os impactos para a área da saúde e do combate à covid-19 com o presidente da Associação Paulista de Medicina, José Luiz Gomes do Amaral. Conversamos também com o editor de Política do Estadão, Eduardo Kattah, sobre os ruídos causados pela demissão de Mandetta. Confira ainda no *podcast* o quadro “Fique em Casa”. Hoje, Renata Cafardo entrevista a cantora Fafá de Belém sobre como está encarando o período de quarentena e auto isolamento.

O episódio inicia com um texto que introduz o tema, lido pelo apresentador Emanuel Bomfim, e com a inserção de sonoras do Presidente Jair Bolsonaro, do ex-ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, e do então novo Ministro da Saúde, Nelson Teich. As sonoras foram extraídas de entrevistas e discursos. Este trecho introdutório dura cerca de 10 minutos.

Após a trilha sonora, o apresentador Emanuel Bomfim apresenta as questões centrais do episódio “Afim, qual é a perda da saúde com a saída de Mandetta e seus auxiliares do Ministério da Saúde? Por ter apoio da classe médica, a vinda de Teich é menos traumática neste momento?”.

Em seguida introduz a primeira entrevista com o presidente da Associação Paulista de Medicina, José Luiz Gomes do Amaral, a qual parece ter sido realizada de forma não presencial, por meio de ligação telefônica ou de outro recurso e dura cerca de seis minutos.

Um novo sinal sonoro, seguido de um *teaser* da próxima entrevista é apresentado e, na sequência, é narrado um texto do anunciante (Hospital Sírio Libanês) com duração de dois minutos.

Em seguida, o apresentador introduz o assunto da segunda entrevista com um texto informativo e apresenta o entrevistado Eduardo Kattah, editor de Política do Estadão, o qual esclareceu quais foram os possíveis ruídos causados pela demissão de Mandetta. A entrevista dura seis minutos.

Após as entrevistas, é veiculado um quadro intitulado “Fique em Casa”. Apresentado pela jornalista Renata Cafardo, o quadro trouxe uma entrevista curta com a cantora Fafá de Belém. Nessa entrevista é possível observar uma fuga da tensão a qual percorreu durante todo o episódio até o anúncio do quadro de encerramento. Fugindo do formato mais “sério”, observamos que ele vem com intuito de amenizar a situação com uma fala mais descontraída da cantora.

Fafá fala sobre como está sendo a sua rotina em casa, por conta da pandemia, o período de quarentena e auto isolamento social, passando positividade para quem está ouvindo, como ressalta num trecho da entrevista afirmando que em suas redes sociais só informa boas notícias, porque a realidade está muito dura. O quadro, que foi anunciado como sendo o encerramento do episódio do dia, teve duração de dois minutos.

Ainda, após o quadro, podemos observar a presença de assinatura de encerramento do episódio, na qual o apresentador faz a apresentação da equipe de produção do *podcast* “Estadão Notícias”, mais a presença de uma trilha sonora de encerramento com o nome do programa.

Tratando-se das questões técnicas, o episódio possui trilhas, as mesmas são usadas por alguns segundos a mais para marcar transições de uma passagem de trecho para outro, como por exemplo: a troca de um trecho de entrevista para a fala do apresentador. Observamos, também, várias sonoras (trechos de entrevistas, discursos). Durante as entrevistas não há outras sonoras ilustrativas, trilhas ou efeitos sonoros, tais recursos só foram utilizados quando é o apresentador que lê textos e em transições entre os quadros. A ausência de música como elemento narrativo é outro ponto observado no episódio.

Ao som de mais um sinal sonoro o encerramento do episódio é anunciado pelo apresentador. Ao total, o episódio completo tem duração de 28 minutos e 03 segundos.

Em relação ao formato, percebemos que predomina a entrevista, pois a mesma se encontra também no quadro final do episódio “Fique em Casa”. Então, classificamos este episódio como formato único.

5.1.3 Ao Ponto

“O que a organização Pan americana da Saúde espera do substituto do Mandetta” é o título do episódio disponibilizado em 17 de abril de 2020 pelo *podcast* “Ao Ponto”, do jornal O Globo. O episódio trata sobre o que a Organização Pan americana da Saúde (Opas) espera do novo Ministro da Saúde e avalia o tamanho do desafio para ampliar o volume de testes de coronavírus no Brasil. Descrição do episódio oferecida no *Spotify*:

Menos de dois meses depois da confirmação do primeiro caso de coronavírus no Brasil e após semanas de tensão entre Planalto e Ministério da Saúde, o presidente Jair Bolsonaro confirmou a demissão do ministro Luiz Henrique Mandetta. O médico, que vinha defendendo medidas rigorosas de isolamento social, manteve o discurso ao se despedir de sua equipe. Na vaga de Mandetta, assume o oncologista Nelson Teich. Ele assegurou alinhamento com o presidente e disse que as medidas de isolamento não serão suspensas de forma brusca, mas a partir de informação e dados científicos. Para isso, ele aposta na ampliação do volume de testes. No Ao Ponto desta sexta-feira, o diretor-assistente da Organização Pan Americana da Saúde (Opas), Jarbas Barbosa, ex-diretor-presidente da Anvisa e ex-secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde, explica o que a entidade espera do novo ministro e avalia o tamanho do desafio para ampliar o volume de testes de coronavírus no Brasil. A repórter Juliana Dal Piva descreve um pouco do perfil do novo ministro da Saúde.

O episódio inicia com a inserção de sonoras do Presidente Jair Bolsonaro e possui mais duas sonoras do ex-Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, e de Nelson Teich, então novo Ministro. Os trechos tratam-se de entrevistas e discursos.

Após a primeira trilha sonora, a apresentadora Carolina Morand inicia o texto introdutório abordando o tema do episódio. Na sequência é inserida uma nova sonora, do ex-Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, seguida da locução do apresentador Roberto Maltchik, o qual complementa o texto já apresentado por Carolina. Este trecho inicial dura em torno de dois minutos e meio, possui trilha de fundo constante, havendo pequenas pausas apenas nos momentos que são veiculadas as sonoras.

O episódio possui duas entrevistas que acontecem em tempos distintos. Com a introdução de uma segunda trilha sonora, a apresentadora Carolina chama a entrevista número um, com a repórter Juliana Dal Piva, a qual é questionada pelo apresentador Roberto sobre o que se pode esperar do novo Ministro da Saúde, Nelson Teich. O trecho possui nove minutos de duração, duas inserções de sonoras que complementam as falas da repórter, uma pergunta do apresentador e a presença constante da trilha sonora, havendo pausas apenas durante a veiculação das sonoras.

Na sequência observamos a inserção de uma terceira trilha sonora, a qual conduz a introdução da segunda participação do episódio, agora com o diretor-assistente da Opas, Jarbas Barbosa, ex-diretor-presidente da Anvisa e ex-secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde. A apresentadora faz o texto introdutório da entrevista, em seguida Jarbas Barbosa toma a palavra.

Ao decorrer da entrevista é possível observar a presença constante da terceira trilha sonora, apenas desaparecendo enquanto são inseridas sonoras, que também, neste caso, são usadas como complemento das falas do entrevistado. A entrevista dura em torno de 13 minutos e teve perguntas dos apresentadores, três sonoras: trecho de notícia, discurso dado por Nelson Teich e sonora de voz feminina sobre informações do coronavírus.

Após a entrevista com Jarbas Barbosa, uma quarta trilha sonora aparece e os apresentadores fazem o encerramento do episódio. O trecho final dura em torno de um minuto.

Girando em torno de pauta única, o episódio não possui vinheta ou música como elemento narrativo. A abertura deste episódio específico foi um trecho de sonora. Não há efeitos sonoros em nenhum momento do episódio, em contrapartida observamos a presença de encerramento/assinatura por parte dos apresentadores na qual eles apresentam a ficha técnica da equipe de produção do *podcast* “Ao Ponto”.

Ainda, para finalizar, os dois se despedem do ouvinte com a identificação de cada um (nomes) e um adeus (“tchau” e “até mais”). As trilhas presentes no decorrer do episódio são múltiplas e vão e voltam.

Podemos observar formato único do episódio, sem presença de quadros ou informações além da pauta. Percebemos a ausência de debatedores, o que nos faz concluir se tratar de um *podcast* de entrevista. Aqui também observamos que as entrevistas foram feitas através de meios eletrônicos por conta do isolamento social.

5.1.4 O Assunto

O episódio de 17 de abril aqui analisado tem como título “A troca de ministro e o futuro da saúde” e tem como tema principal a demissão de Luiz Henrique Mandetta do cargo de Ministro da Saúde, como informa a descrição do episódio oferecida no *Spotify*:

Depois de mais de um mês de guerra aberta, Jair Bolsonaro demitiu Luiz Henrique Mandetta e colocou em seu lugar o médico oncologista Nelson Teich, estreante em administração pública e consultor da campanha do presidente em 2018. Neste episódio, Renata Lo Prete conversa com Hélio Gurovitz, colunista do G1, sobre o saldo da gestão Mandetta e o que esperar do governo federal no momento em que a Covid-19 escala no Brasil.

O episódio inicia com a inserção de uma trilha de fundo, com a qual a apresentadora Renata Lo Prete faz uma breve introdução, relacionando a temática do episódio à pauta abordada no episódio anterior (“Mandetta fica até quando na Saúde”, veiculado em 16 de abril). Em seguida são inseridos dois trechos de sonoras, uma de Luiz Henrique Mandetta falando sobre sua provável demissão, após a apresentadora anuncia uma segunda sonora, agora do Presidente Jair Bolsonaro anunciando a demissão de Mandetta. Para encerramento desse primeiro momento, é usada uma terceira sonora, também de Mandetta, falando sobre a importância da ciência em tempos de pandemia, em que ele cita que “a ciência é a luz, o Iluminismo”. Essa introdução dura em torno de um minuto e é acompanhada de uma trilha de fundo.

Dando sequência ao episódio, a apresentadora faz um comentário anunciando quem será o próximo Ministro da Saúde, e como complemento entra uma sonora de Nelson Teich, falando sobre distanciamento social durante a pandemia e sobre sua relação com o Presidente e os demais integrantes do Ministério da Saúde. Essa segunda parte de apresentação do episódio, dura em torno de 27 segundos.

Ainda sob o fundo da trilha inicial, agora mais alto, Renata Lo Prete anuncia de onde está falando “da redação do G1”, faz sua apresentação “eu sou Renata Lo Prete” como apresentadora do programa, fala sobre o tema do episódio do dia “a troca de comando na

saúde e suas consequências para o enfrentamento da covid-19”, seguido da apresentação do convidado “meu convidado neste episódio é o colunista do G1, Hélio Gurovitz” e encerra com a data do dia “sexta-feira, 17 de abril”. Esse trecho tem duração de 26 segundos.

A entrevista foi conduzida pela apresentadora Renata Lo Prete, que no episódio em questão conduziu uma entrevista com o colunista do G1, Hélio Gurovitz. Foram feitas um total de oito perguntas ao entrevistado. Entre perguntas e respostas foram inseridas sonoras do Presidente Jair Bolsonaro, do apresentador William Bonner e de Nelson Teich. No total foram usadas dez sonoras, todas com função de complementar e dar apoio a fala do entrevistado.

Também observamos que no decorrer do episódio as trilhas de fundo foram diversas, mas que as mesmas duraram alguns segundos apenas, sendo usadas como marcadores de falas da apresentadora e trocas de falas (da apresentadora para o entrevistado). Foram usadas um total de quatro trilhas e, em determinado momento do episódio, notamos o primeiro recurso de efeito sonoro que foi usado para salientar a importância dos cuidados que o presidente Jair Bolsonaro precisa ter em relação ao vírus, de acordo com a fala do entrevistado.

Finalizando o episódio, a apresentadora faz um agradecimento ao mesmo, e a trilha sonora inicial do episódio retorna passando a sensação de término do episódio. Nesse trecho a apresentadora faz o encerramento informando os principais aplicativos que hospedam o *Podcast* “O Assunto”, bem como notamos a presença de encerramento/assinatura da apresentadora e ficha técnica do episódio.

Em relação às questões técnicas, constatamos ausência de vinheta, bem como a não inserção de música no episódio, em contrapartida observa-se a presença de quatro trilhas sonoras, a abertura (com introdução relacionada ao episódio anterior do *Podcast*) e o encerramento com assinatura e apresentação da ficha técnica do episódio.

Se comparado aos episódios dos outros *podcasts* analisados nesta pesquisa, percebemos que este episódio fez uso de efeitos sonoros e sonoras, inclusive durante a entrevista. Esse tipo de uso de efeitos e sonoras, é mais comum em reportagens, contribuindo para a construção de uma narrativa que aprofunda a pauta.

Quanto ao formato do episódio temos um formato único, o qual possui apenas uma apresentadora (Renata Lo Prete), ausência de debatedores e apenas um entrevistado (Colunista do G1 Hélio Gurovitz). A pauta única foi discutida durante todo o episódio, a apresentadora conduziu uma conversa com o colunista do G1 sobre a troca de ministro da saúde. O quadro teve presença de um entrevistado, por esta razão, em relação aos formatos, denominamos este episódio como entrevista.

5.2 Formatos dos Podcasts Jornalísticos Diários: Semelhanças e Diferenças

No decorrer do nosso trabalho passamos a observar, por meio de nossas análises e pesquisas, alguns pontos característicos sobre o *podcast*, são eles: 1) atualmente existem muitos tipos de *podcasts* nos meios de comunicação, e que o mesmo tem se tornado cada vez mais popular entre as pessoas, por sua praticidade de escuta (consumo assíncrono), diferentemente do rádio que demanda um consumo síncrono; 2) mesmo que o *podcast* seja considerado um novo formato de distribuição de conteúdo digital, o qual transmite informações em formato de áudios, suas características são bastante semelhantes às do rádio; 3) uma vez que algo novo surge na sociedade da tecnologia, como a internet e serviços de *streaming*, é natural que formatos diferentes apareçam, e que passem a disputar audiências, e é importante ressaltar que cada *podcast* possui um conteúdo/assuntos próprio, sendo esse um fator importante na hora da escolha de qual *podcast* o ouvinte irá optar escutar, e; 4) por haver tantas possibilidades de criação de *podcast*, acabamos ficando com dúvidas do que ele se trata de fato. Com a nossa pesquisa não foi diferente, porém ao comparar resultados coletados em nossas análises, chegamos às características específicas de cada *podcast* analisado, como podemos observar no quadro comparativo a seguir:

Quadro 2 – Comparativo entre os episódios analisados

Identificação	Café da Manhã	Estadão Notícias	Ao Ponto	O Assunto
Tempo de duração	28 minutos	28 minutos e 03 segundos	24 minutos	21 minutos 42 segundos
Formato (Único ou híbrido)	Híbrido (entrevista + quadro final também no formato entrevista) + nota	Único (entrevista)	Único (entrevista).	Único (entrevista)
Quadros	Presença de um quadro final intitulado “O que mais você precisa saber hoje”	Presença de um quadro final intitulado “Fique em casa”	Não há presença de quadros	Não há presença de quadros

Número de apresentadores	Dois (Rodrigo Vizeu e Magê Flores)	Um (Emanuel Bomfim)	Dois (Carolina Morand e Roberto Maltchik)	Um (Renata Lo Prete)
Existência de debatedores	Não	Não	Não.	Não.
Existência de entrevistados/ Quantos	Sim. Apenas 1 entrevistado.	Sim. Dois entrevistados.	Dois entrevistados.	Um entrevistado.
Pauta (única ou múltipla?)	Única	Única	Única	Única
Tipos de recursos sonoros utilizados	Trilhas, sonoras, sinais sonoros, presença de encerramento/assinatura.	Trilhas, sonoras.	Sonoras, sinal sonoro, trilha, encerramento/assinatura.	Trilha, sonoras, efeito sonoro, encerramento/assinatura.

Fonte: elaboração da autora

Ao analisar o quadro comparativo de formatos dos *podcasts* jornalísticos, é notável suas fortes semelhanças em alguns aspectos. Tratando-se de formato, de quatro episódios analisados, um possui formato híbrido, enquanto nos outros três predomina o formato único, mas tanto em um formato, quanto no outro, a presença da entrevista fica clara em todos os episódios, e estabelece predominância do início ao fim do episódio, tendo apenas um único episódio (o do Café da Manhã) a presença de um formato distinto, as notas.

Os recursos técnicos utilizados para a elaboração de cada *podcast* também se assemelham nos quatro episódios. Em comparação com o rádio e suas produções jornalísticas fica claro que o *podcast* possui vantagens à frente, uma vez que no rádio a programação acontece em tempo real (ao vivo), tal fato acaba criando certa limitação no uso dos recursos técnicos como sonoras e efeitos. O que observamos com frequência em boletins e programas do tipo síntese noticiosa e radiojornal (que tem produção prévia) é a presença de trilhas e sinais sonoros.

No *podcast* percebemos maior construção de sentidos por meio dos recursos técnicos, e não só da fala. Como por exemplo, no episódio intitulado “A troca de Ministro da Saúde em plena pandemia” do Café da Manhã, a presença de efeito sonoro indicando panelaço, remete o ouvinte a um sentimento já conhecido pelos brasileiros: o protesto político.

O tempo de duração de cada episódio também se assemelha. Neste caso, os quatro *podcasts* possuem uma duração aproximada entre 20 a 30 minutos, e suas respectivas entrevistas, como já fora citado aqui, possuem predominância dentro de cada episódio, tendo aproximadamente 13 a 18 minutos de entrevista.

Quanto aos entrevistados, observamos a presença de sete participantes entre os quatro episódios. No “Café da Manhã” o convidado foi o colunista Bruno Boghossian Colunista do Folha de São Paulo; O “Estadão Notícias” convidou o especialista e presidente da Associação Paulista de Medicina, José Luiz Gomes do Amaral. Em um segundo momento se fez presente o editor de Política do Estadão, Eduardo Kattah e na finalização do episódio, a apresentadora Renata Cafardo entrevistou a cantora Fafá de Belém.

O episódio de “Ao Ponto” o entrevistado foi o especialista e diretor-assistente da Organização Pan Americana da Saúde (Opas), Jarbas Barbosa, ex-diretor-presidente da Anvisa e ex-secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde e a repórter colunista do UOL, Juliana Dal Piva; No episódio do “O Assunto”, a apresentadora Renata Lo Prete conversou com Hélio Gurovitz, colunista do G1. Em análise percebemos a riqueza e veracidade das informações apresentadas nos episódios, levando em consideração que foram convidadas pessoas que entendem do assunto tratado nos episódios.

Podemos perceber que os quadros inseridos em dois dos quatro *podcasts* mostram uma clara intenção de “reverter” a situação tensa que se estabelece durante a apresentação do episódio. Eles são trazidos como uma forma de “alívio de tensão”. Tomemos como exemplo o momento da entrevista com a cantora Fafá de Belém no episódio “Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?” do Estadão Notícias: a fala curta da cantora parece ter como intuito amenizar a tensão causada pela pauta abordada na entrevista principal.

Constatando que a entrevista é o formato que aparece em todos os episódios analisados, passamos a nos questionar o porquê desses quatro *podcasts* presentes no *ranking* dos mais escutados no Brasil usam esse formato.

Acreditamos que, por se tratar de um dos formatos radiofônico e jornalístico bastante basilar e frequente, a entrevista facilita a rotina de produção do *podcast*. Em nossas análises percebemos fatores recorrentes entre cada um deles, como por exemplo, a produção diária de um episódio, sempre atualizado, com notícias do momento.

Para tanto, se faz necessária a utilização de meios práticos e eficientes de produção, se encaixando então a entrevista, uma vez que as entrevistas podem ser feitas a distância com auxílio de eletrônicos, logo, não se faz necessário o encontro presencial entre entrevistador e

entrevistado, sem que se perca a demonstração de sua própria interpretação e percepção dos fatos com grande riqueza de detalhes e opiniões.

Outra questão a se pensar: a concorrência. Sabendo-se que o *podcast* teve um crescimento significativo no Brasil, e que instituições começaram a investir nessa nova plataforma obtendo boa repercussão, não seria tal fato o pontapé inicial para o jornalismo também migrar para o meio? Acreditamos que sim.

Nessa análise, na qual foram observados e examinados os quatro *podcasts* diários jornalísticos brasileiros mais ouvidos do país no ano de 2020, podemos dizer que eles seguem um padrão, e que, esse padrão se assemelha ao rádio e seus formatos radiofônicos, os quais foram abordados em nossos capítulos teóricos da pesquisa.

As possibilidades de transmissão entre rádio e *podcast*, como já mencionamos em nosso trabalho, são diferentes, vejamos: o *podcast* oferece conteúdos sob demanda, podendo o usuário escolher quando, onde e o que deseja ouvir, mas exige uma preparação maior, pois precisa ser gravado e editado. E ao mesmo tempo, podemos perceber que justamente por fazer uso da entrevista, que é um recurso basilar no meio radiofônico, ele consegue alcançar uma produção diária. No rádio o ouvinte fica preso a aquela programação que está sendo transmitida naquele momento, mas dispõem da instantaneidade e transmissão ao vivo.

Entre as semelhanças observadas entre o rádio e o *podcast* destacamos: a presença de entrevista, recursos sonoros, uso da locução, pauta única presente nos episódios, presença de quadros, entre outros elementos, são padrões frequentes no rádio. A entrevista é um formato bastante comum no rádio, e também aparece nos *podcasts* aqui analisados, porém, no primeiro geralmente é mais curta e direta, enquanto no segundo, ela se encontra de forma linear, do começo até o fim do episódio, é mais longa e aprofundada. Outros recursos como sonoras como ilustração tem forte presença nos episódios analisados. Isso indica que, entre os *podcasts* jornalísticos diários brasileiros produzidos por jornais de referência, há um padrão de formato compartilhado.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa traz como foco o estudo do *podcast*, que se trata de uma mídia relativamente nova, mas que vem ganhando popularidade e sendo explorada pelo jornalismo. Marcado pela pandemia, este trabalho foi feito de forma remota e foram analisados episódios de *podcasts* que falam da pandemia, e justamente nesse cenário, percebemos a ascensão progressiva da mídia, uma vez que durante o período de isolamento social 57% dos brasileiros começaram a escutar *podcasts*, fazendo com que, atualmente, o Brasil ocupe o quinto lugar no *ranking* mundial de crescimento da produção de *podcasts* (VILELA, 2021). O estudo foi feito pela Globo em parceria com o Ibope.

De acordo com Braga (2005), as nossas dúvidas a respeito de alguma questão do mundo é o que nos motiva a buscar teorias e conceitos relevantes para desenvolver a observação da realidade. Tais lampejos e especulações foram fatores que alavancaram essa pesquisa, na qual passamos a descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los sem interferir em sua realidade, o que de acordo com Rudio (2007) se trata de um trabalho descritivo.

Após a realização da pesquisa, podemos constatar que os objetivos iniciais foram alcançados. Nosso primeiro objetivo específico, voltado à compreensão do fenômeno do *podcasting*, presente no segundo capítulo, foi ancorado em autores como Herschmann e Kischinhevsky (2008), Vicente (2018), Luis e Assis (2010), Vanassi (2007) entre outros. Observamos que as definições de *podcast* variam de um autor para outro, tanto em suas formas/modos de produção quanto em seus conteúdos.

Para o segundo objetivo, que consistiu em revisar os gêneros e formatos radiofônicos tradicionais, presente no terceiro capítulo da pesquisa, recorreremos aos estudos de rádio trazidos pelos autores Ortriwano (1985), Barbosa Filho (2009) e Ferraretto (2014). Para o terceiro objetivo: sistematizar as características mais frequentes em podcasts jornalísticos diários brasileiros mais ouvidos no serviço de *streaming Spotify* fizemos o uso de uma ficha de análise própria, a qual nos permitiu observar a presença ou não dos elementos presentes nela.

Pensando nisso, nossa metodologia do trabalho, apresentada no capítulo quatro, consistiu em uma análise dos formatos mais recorrentes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros, a partir de dados que foram coletados em um dos principais serviços de *streaming* de áudio do mundo: o *Spotify*. Outra ferramenta importante para esta pesquisa foi o site de análise e distribuição de *podcast: Chartable*. Foi por meio dele que monitoramos quais são os

podcasts de caráter jornalístico, do ano de 2020, que foram mais ouvidos no *Spotify*, uma vez que o site dispunha de um “top 20” dos *podcasts* brasileiros mais escutados do *Spotify*.

Na composição e apresentação do *corpus* trouxemos os quatro *podcasts* jornalísticos diários mais escutados durante quatro semanas. O monitoramento do *site* teve início em 06 de abril de 2020 e terminou em 27 de abril de 2020. Foram eles: 1º lugar “Café da manhã”, 2º lugar “Estadão Notícias”, 3º lugar “Ao Ponto” e em 4º lugar “O Assunto”. Cada *podcast* teve um episódio selecionado para análise. Outros fatores importantes para a decisão de escolha dos *podcasts* citados foram: todos são produzidos por veículos de comunicação classificados como “jornalismo de referência” (ZAMIN, 2014); os quatro *podcasts* se assemelham em frequência de distribuição (disponibilizam episódios diários); os episódios escolhidos foram publicados na mesma data, cuja escolha se deu em função da existência de um tema em comum, o que nos possibilitou observar como foi a abordagem de cada emissora referente ao mesmo assunto.

No capítulo cinco foi realizada a análise e sistematização dos resultados. Cada episódio foi ouvido e analisado, tendo suas principais características anotadas na ficha e na sequência foi realizado o comparativo entre os episódios analisados.

Por fim, o percurso de pesquisa nos levou a alcançar nosso objetivo geral: sistematizar quais são os formatos mais recorrentes em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros e responder nosso problema de pesquisa: Quais os formatos mais comuns em *podcasts* jornalísticos diários brasileiros? Em nossa análise, foi possível observar que os quatro *podcasts* analisados seguem um padrão que se assemelha ao rádio e seus formatos radiofônicos, os quais foram abordados em nossos capítulos teóricos da pesquisa. Identificando que nos quatro episódios analisados há a forte presença da entrevista como fonte de coleta das informações, tal fato aproxima o *podcast* do rádio, uma vez que é comum encontrarmos esse formato em programações das rádios brasileiras. Fatores como presença de quadros, uso de recursos sonoros, a forma linear como se apresenta a entrevista, uso de sonoras como ilustração, uso da locução, pauta única presente nos episódios, entre outros indicando que, entre os *podcasts* jornalísticos diários produzidos por jornais de referência, há um padrão de formato compartilhado.

De modo geral observamos que a pesquisa apresentou resultados significativos. Ao iniciar os trabalhos não era claro o quão crescente era a presença de *podcasts* no dia a dia das pessoas, mas com a chegada da pandemia, fica perceptível a progressão do *podcast*, o qual abriu novos horizontes para o jornalismo e rádio, uma vez que estes passaram a aderir ainda mais ao novo modelo de difusão de informações. Ao longo do nosso trabalho trouxemos

quatro plataformas de comunicação que se adaptaram ao novo modo de comunicar, criando seus próprios *podcasts* informativos, o que nos mostra também, que não só o rádio foi beneficiado com a nova ferramenta.

REFERÊNCIAS

ANDRADE et al. Podcast na Paraíba: uma análise sobre o cenário do rádio expandido e as novas formas de narrativas em áudio. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., Belém - PA, 2019. **Anais...**, Belém - PA: Intercom, 2019. p. 1-14. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0747-1.pdf>>. Acesso em: 30 ago 2019.

AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair; MARTINS, Henrique Cordeiro. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville, 2018. **Anais...** Joinville: Intercom, 2018. p. 1-15.

BONINI, Tiziano. La “segunda era” del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. **Quaderns del CAC**, n. 41, v. 18, p. 22-33, 2015. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5168807>>. Acesso em: 30 ago. 2019.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BRAGA, José Luiz. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & Educação**. n. 3. Ano X, set/dez 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37542/40256>>. Acesso em: 19 ago 2019.

_____. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan/abr. 2011. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/665/503>>. Acesso em: 07 nov 2019.

COUTO, Ana Luíza S.; MARTINO, Luís Mauro Sá. Dimensões da pesquisa sobre podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017). **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 9, n. 02, pp. 48-68, jul./dez. 2018.

CHARTABLE. **Brasil** - Principais gráficos e classificações. Disponível em: <<https://chartable.com/charts/spotify/br>>. Acesso em: 18 nov 2019.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 37, p. 101-106, 2008. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=C4_1EiAAAAAJ&citation_for_view=C4_1EiAAAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC>. Acesso em: 07 ago 2021.

HOW DO the charts work? What does my ranking mean?. **Chartable**, 2021. Disponível em: <<https://help.chartable.com/article/42-how-do-the-charts-work-what-does-my-ranking-mean>>. Acesso em: 25 ago. 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Para além das ondas hertzianas. In: _____. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016. cap. 4, p. 68-71.

_____. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo". **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**,

vol. 5, número 10, p. 74-81, 2018. Disponível em: <<http://www.revistaec.eu/index.php/raec/article/view/148/153>>. Acesso em: 30 ago 2019.

LOPES, Leo. **Podcast**. Guia básico. Brasil: Marsupial, 2015.

LOPES, Leo. **Alô Técnica! #80 – ESPECIAL #DIADOPODCAST2019**. 2019. Disponível em: <<https://radiofobia.com.br/podcast/2019/10/alo-tenica-80-especial-diadopodcast2019/>>. Acesso em: 30 out 2019.

LUIZ, Lucio. Breve história do podcast no Brasil e no mundo. In: LOPES, Leo. **Podcast** guia básico. Brasil: Marsupial, 2015, p. 14-19.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIII, Caxias do Sul - RS. **Anais...**, Intercom, 2010. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>>. Acesso em: 28 out 2019.

MALINE, Luciana. Podcast cresce 21% no Brasil e Spotify investe em criadores de conteúdo. **Techtudo**. 2019. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/11/podcast-cresce-21percent-no-brasil-e-spotify-investe-em-criadores-de-conteudo.ghtml>>. Acesso em: 18 nov 2019.

MENEZES, Pedro Henrique; COUTO, Alexis Aragão. 15 anos de podcast: passado, presente e futuro da mídia. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, XXIV, Vitória - ES. **Anais...**, Intercom, 2019. p. 1-11. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-1212-1.pdf>>. Acesso em: 30 out 2019.

MARTINEZ, María Pilar Costa Pérez; GÁRATE, Eva Lus. El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. **Journal Mhcej**, v. 10, p. 323 - 340. Disponível em: <<https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcej/article/view/314>>. Acesso em 25 ago 2021.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A estrutura radiofônica. In: _____. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985. cap VII, p. 78-83.

O GLOBO estreia nesta segunda-feira *podcast* diário da Redação; saiba o que é e como ouvi-lo. **O Globo**, 28 de jul de 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/o-globo-estrela-nesta-segunda-feira-podcast-diario-da-redacao-saiba-que-e-como-ouvi-lo-23837883>>. Acesso em: 30 ago 2019.

O ASSUNTO, podcast apresentado por Renata Lo Prete, completa 1 ano. **G1**, 26 ago 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/08/26/o-assunto-podcast-apresentado-por-renata-lo-prete-completa-1-ano.ghtml>. Acesso em 27 junho 2021.

PALOMAR, Rafael Linares de; BORRAJO, Elena Neira. Serial, el programa radiofónico que resucitó el podcasting. **Área Abierta**, n. 17, v. 1, p. 73-82. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/81229595.pdf>> Acesso em: 05 nov. 2019.

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXI., Natal- RN, 2008. **Anais...** Natal: Intercom, 2008. p. 1-15.

PRIMO, A.F.T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto**. Porto Alegre, n. 13, 2005.

PODCAST Café da Manhã terá nova temporada em 2020. Folha de S. Paulo, São Paulo, 25 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/2019/11/podcast-cafe-da-manha-tera-nova-temporada-em-2020.shtml>>. Acesso em: 10 dez 2019.

PODCAST “Estadão Notícias” atinge 3 milhões de downloads. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral/podcast-estadao-noticias-atinge-3-milhoes-de-downloads.70002691927>>. Acesso em: 21 maio 2020.

PODPESQUISA. **ABPod**. Associação brasileira de podcasters. 2018. Disponível em: <<http://abpod.com.br/podpesquisa/>>. Acesso em: 21 out 2019.

QUADROS, Mirian Redin de. **As Redes Sociais no Jornalismo Radiofônico**: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN. 2013. 250 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2013.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

SERIAL. **The Alibi**. 2014-2019. Disponível em: <https://serialpodcast.org/season-one>>. Acesso em: 20 nov 2019.

_____. **Season 3**. 2014-2019. Disponível em: <<https://serialpodcast.org/>>. Acesso em: 20 nov 2019.

SPOTIFY. Música para todos. Milhões de músicas à sua escolha. **Spotify**. 2019. Disponível em: <https://www.spotify.com/br/>>. Acesso em: 18 nov 2019.

VANASSI, G.C. **Podcasting como processo midiático interativo**. Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.

VIANA, Luana. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 3, p. XXX-YYY, dez./mar. 2020. Disponível: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/43248>>. Acesso em: 28 abr 2021.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, Rosana de Lima; SILVA, Gislene (Orgs.). **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: ECA/USP, 2018. p. 88-107.

VILELA, Luiza. Brasil é o 5º no ranking mundial de crescimento na produção de podcasts. **Consumidor Moderno**, São Paulo, 23 jul. 2021. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2021/07/23/podcasts-modelo-pandemia-brasil/>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

ZAMIN, Angela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista FAMECOS**, 21(3), 918-942, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.16716>>. Acesso em: 02 jun 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Ficha de Análise do *podcast* Café da Manhã (Folha de São Paulo)

Identificação

Nome do Podcast	Café da Manhã - Folha de São Paulo
Título do Episódio	A troca de ministro da saúde em plena pandemia
Data de publicação	17/04/2020 27 min 01 seg de duração

Quanto ao formato

Formato único ou híbrido?	
Formato	Único
Observações	Formato bastante semelhante ao rádio jornal

Quanto aos participantes

Quantos apresentadores?	Dois (uma mulher e um homem)
Quantos debatedores? (no caso de programas tipo mesa redonda/debate)	Não há debatedores
Debatedores são fixos ou variam a cada programa?	-
Tem entrevistados? Quantos?	Sim 1 entrevistado (Colunista Bruno Boghossian, de Brasília)
Outros profissionais participam? Quantos? Quais?	Não
Observações	Entrevista não presencial, o entrevistado não estava em estúdio.

Quanto à pauta

Pauta única ou múltiplas?	Única
Observações	Ao final é inserido uma nota sobre a pauta trazida no episódio do dia. Nesse caso os apresentadores trouxeram estatísticas do número de profissionais afastados de suas atividades por conta do coronavírus.

Quanto a questões técnicas

Tem vinheta?	Não
Abertura	Não
Encerramento/ assinatura	Sim
Usa trilha sonora (BG)?	Sim
Trilha única ou múltiplas?	Múltiplas
Há inserção de sonoras?	Sim

Que tipos de sonoras? (descreva)	Trechos de depoimentos e entrevistas Sonora que, nesse episódio, indica pannelaço
Há inserção de músicas? (para além da trilha)	Não
Em que contexto? (ou com que função?)	-
Há uso de efeitos sonoros?	Sim Som na troca de falas
Observações	Foram usadas múltiplas trilhas, e as mesmas, vão e voltam no decorrer do episódio, elas têm como função dar ênfase nas falas do entrevistado criando uma espécie de suspense. As entrevistas foram feitas por meios eletrônicos, uma vez que os episódios foram lançados em meio a pandemia da covid-19, a qual é recomendado que a população faça isolamento social.

APÊNDICE B- Ficha de Análise do *podcast* Estadão Notícias

Identificação

Nome do Podcast	Estadão Notícias
Título do Episódio	Queda de Mandetta vai agravar situação do Brasil na crise?
Data de publicação	17/04/20 28 min 03 seg de duração

Quanto ao formato

Formato único ou híbrido?	
Formato	Único
Observações	O episódio abordou a saída do ex ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta, ao final do episódio foi feita trazido um encerramento intitulado “fique em casa com O Estadão” no qual é trazida uma entrevista curta com algum convidado (a) para falar um pouco sobre a rotina com a covid-19

Quanto aos participantes

Quantos apresentadores?	01
Quantos debatedores? (no caso de programas tipo mesa redonda/debate)	-
Debatedores são fixos ou variam a cada programa?	-
Tem entrevistados? Quantos?	Sim 02 entrevistados Os entrevistados são: um profissional da saúde e o editor de política do Estadão
Outros profissionais participam? Quantos? Quais?	Participação da Jornalista (Renata Cafardo) que faz o encerramento do Podcast - nesse encerramento aparece mais uma entrevistada (nesse caso Fafá de Belém)-.
Observações	

Quanto à pauta

Pauta única ou múltiplas?	Única
Observações	

Quanto a questões técnicas

Tem vinheta?	Sim
Abertura?	Sim É uma vinheta de apoio do Hospital Sírio Libanês
Encerramento/assinatura	Sim
Usa trilha sonora (BG)?	Sim

Trilha única ou múltiplas?	Múltiplas
Há inserção de sonoras?	Sim
Que tipos de sonoras? (descreva)	Trechos de gravações
Há inserção de musicas? (para além da trilha)	Não
Em que contexto? (ou com que função?)	-
Há uso de efeitos sonoros?	Não
Observações	As entrevistas foram feitas por meios eletrônicos, uma vez que os episódios foram lançados em meio a pandemia da covid-19, a qual é recomendado que a população faça isolamento social.

APÊNDICE C- Ficha de Análise do *podcast* Ao Ponto (podcast do Jornal O Globo)

Identificação

Nome do Podcast	Ao Ponto (O Globo)
Título do Episódio	O que a organização Pan americana da Saúde espera do substituto do Mandetta?
Data de publicação	17/04/20 23 min 04 seg de duração

Quanto ao formato

Formato único ou híbrido?	
Formato	Único
Observações	

Quanto aos participantes

Quantos apresentadores?	2
Quantos debatedores? (no caso de programas tipo mesa redonda/debate)	-
Debatedores são fixos ou variam a cada programa?	-
Tem entrevistados? Quantos?	Sim Um entrevistado (Diretor-assistente da Organização Pan americana da Saúde (Opas), Jarbas Barbosa, ex-diretor- presidente da Anvisa e ex-secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde.
Outros profissionais participam? Quantos? Quais?	Sim Uma repórter (Juliana Dal Piva) que trouxe informações sobre o perfil do novo ministro da saúde Nelson Teich
Observações	

Quanto à pauta

Pauta única ou múltiplas?	Única
Observações	

Quanto a questões técnicas

Tem vinheta?	Não
Abertura?	Não (episódio começa com sonora do Presidente Jair Bolsonaro)
Encerramento/assinatura?	Sim
Usa trilha sonora (BG)?	Sim
Trilha única ou múltiplas?	Múltiplas
Há inserção de sonoras?	Sim
Que tipos de sonoras? (descreva)	Falas antigas de entrevistas, vídeos do yt...

Há inserção de músicas? (para além da trilha)	Não
Em que contexto? (ou com que função?)	-
Há uso de efeitos sonoros?	Não
Observações	As entrevistas foram feitas por meios eletrônicos, uma vez que os episódios foram lançados em meio a pandemia da covid-19, a qual é recomendado que a população faça isolamento social.

APÊNDICE D- Ficha de Análise do *podcast* O Assunto (G1)

Identificação

Nome do Podcast	O Assunto (G1)
Título do Episódio	A troca de ministro e o futuro da Saúde
Data de publicação	17-04-20 22 min de duração

Quanto ao formato

Formato único ou híbrido?	
Formato	Único
Observações	

Quanto aos participantes

Quantos apresentadores?	01 apresentadora Renata Lo Prete
Quantos debatedores? (no caso de programas tipo mesa redonda/debate)	-
Debatedores são fixos ou variam a cada programa?	-
Tem entrevistados? Quantos?	Sim 01 entrevistado (Colunista do G1 Hélio Gurovitz)
Outros profissionais participam? Quantos? Quais?	Não
Observações	

Quanto à pauta

Pauta única ou múltiplas?	Única
Observações	Nesse episódio a apresentadora conversa com o colunista do G1 sobre a troca do ministro da saúde

Quanto a questões técnicas

Tem vinheta?	Não
Abertura	Abertura com introdução relacionada ao episódio anterior do Podcast
Encerramento/assinatura	Sim
Usa trilha sonora (BG)?	Sim
Trilha única ou múltiplas?	Múltiplas
Há inserção de sonoras?	Sim
Que tipos de sonoras? (descreva)	Trechos de entrevistas antigas
Há inserção de músicas? (para além da trilha)	Não

Em que contexto? (ou com que função?)	-
Há uso de efeitos sonoros?	Não
Observações	