



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Luis David Falcão Padilha

**Os elementos da linguagem sonora nos *podcasts* jornalísticos em *The tip off*,
Panorama CBN, O Assunto e *On the media***

Florianópolis

2022

Luis David Falcão Padilha

Os elementos da linguagem sonora nos *podcasts* jornalísticos em *The tip off*, Panorama CBN, O Assunto e *On the media*

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Valci Regina Mousquer Zuculoto.

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Padilha, Luis David Falcão

Os elementos da linguagem sonora nos podcasts
jornalísticos em The tip off, Panorama CBN, O Assunto e On
the media / Luis David Falcão Padilha ; orientadora, Valci
Regina Mousquer Zuculoto, 2022.

132 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós
Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Radiojornalismo. 3. Podcast. 4.
Práticas Jornalísticas. I. Zuculoto, Valci Regina Mousquer.
II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós
Graduação em Jornalismo. III. Título.

Luis David Falcão Padilha

Os elementos da linguagem sonora nos *podcasts* jornalísticos em *The tip off*, *Panorama CBN*, *O Assunto* e *On the media*

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Eduardo Barreto Vianna Meditsch
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Alvaro Bufarah Junior
Instituição Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof.(a) Dr.(a) Valci Regina Mousquer Zuculoto
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestre em Programa de Pós-graduação em Jornalismo PPGJOR.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof.(a), Dr.(a)
Orientador(a)
Valci Regina Mousquer Zuculoto

Florianópolis, 2022

“All the world's a stage;
All can play their part;
I have chosen Raconteur, troubadour!”
Gentle Giant - Raconteur Troubadour (1972)

“Follow on 'til the Grail sun-sets in the mould;
Follow on 'til the gold is cold;
Dancing out with the moonlit knight;
Knights of the Green Shield stamp and shout!”
Genesis - Dancing With The Moonlit Knight (1973)

“The hypocrites are slandering the sacred halls of Truth;
Ancient nobles showering their bitterness on youth;
Can't we find the minds that made us strong?”
Rush - A Farewell To Kings (1977)

“And now that you've seen me;
I see it's behind you;
Remember the future will always be there;
And so I have told you;
You see what's before you;
Remember the future is yours;
Remember the future [3x]”
Nektar - Remember The Future (1973)

“On our island of safety from the alien crowd;
Of the city of madness could we really be sure;
That the peace would still remain sealed away from insanity;
We shall see, we shall see...”
Khan - Stranded Effervescent Psychonovelty no.5 (1972)

“So far beyond the sky;
Not knowing how or why;
You realize the feeling is forever;
And though another day;
May steal your dreams away;
You and the song will always stay together.”
Camel - Song Within A Song (1976)

“Dreamed I saw a man walked upon the sea;
Dreamed it once again and saw that he was me;
Looking close at me i looked a lot like you;
Knowing where to go but not quite what to do...”
Caravan - And I Wish I Were Stoned /Don't Worry (1970)

“Dove vanno gli angeli a dormire?;
Dove son finite le illusioni e i sogni che nessuno compra più
tra incerte ombre effimere?”
Locanda Delle Fatte - Forse Se Lucciole Non Si Amano Più (1977)

“I'll be your guide, so join me and fight to break down the walls that
keep us in this misery! I'll be your friend.;
Believe, in the end we built up a new and better land!”
Triumvirat - The School Of Instant Pain (1975)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer à Universidade Federal de Santa Catarina por proporcionar um ensino público e de excelência, com quadro de professores que são inspiração para mim e a todos no campo jornalístico.

Um agradecimento especial à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que me ajudou a construir este fragmento de conhecimento.

Aos professores Álvaro Bufarah, Eduardo Meditsch, Rita Paulino e Luãn Chagas que, para além de banca, serão sempre eternos mentores em minha vida.

À minha querida orientadora Valci Zuculoto, cuja paciência, carinho e amor são imensuráveis. Te admiro muito e sempre estarei aqui para ouvir e aprender com cada palavra tua.

Aos meus familiares e amigos. Dentre eles, em especial, meu pai Luiz que é meu eterno parceiro no Jazz e Rock'n'roll. À minha irmã Luciana, a quem posso extrair conhecimentos profundos e Juliana que me ensinou o amor pela vida acadêmica, e que será sempre alguém a ser batida nos boardgames. À minha mãe Diana Maria, que me ajudou nesta caminhada com todo suporte que um filho gostaria de possuir. Ao meu cunhado Júnior, que é um grande amigo, exímio gremista e um desafiador oponente nos jogos de tabuleiro.

Ao Cássio Oliveira, o qual é um poço de espiritualidade, de conhecimento e eterna amizade na caminhada da vida. Ao professor Vicente Calheiros, que é um ser de luz, grande amigo e exímio contador de histórias. Ao meu amigo Henrique Cirolini, que tornou a Pandemia Covid-19 mais suportável com seu apoio e amizade.

À minha companheira Danielly, que foi meu suporte, meu porto seguro e fonte de carinho eterno. Seus olhos verdes e voz doce me acalmaram como um afago primaveril nos meus piores momentos.

A Oxossi, Xangô, Oxumaré, ao Caboclo das Sete Flechas, Yemanjá, Nanã, Pai Guiné, Ogum, ao sábio preto velho e a meu querido protetor. Que suas cores venham sempre a preencher de paz, vida e boaventura este mundo cada vez mais cinzento.

Dedico este trabalho a todos que amam o som, o conhecimento, as universidades e as infinitas possibilidades que a sabedoria pode oferecer.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objeto de estudo o *podcast* como emissor de conteúdo jornalístico. O objetivo geral é analisar de que maneira o *podcast* jornalístico se apropria dos elementos sonoros da linguagem radiofônica, especificamente por meio do uso da voz, silêncio, música e efeitos sonoros em suas narrativas. Neste sentido, o estudo se referencia em Ferraretto (2014), Ortiz e Marchamalo (2005) e Balsebre (2005). Outro objetivo específico é o de aliar a bibliografia sobre radiofonia aos *podcasts* jornalísticos a fim de evidenciar as influências do meio radiofônico. Recorre-se a Meditsch (2005; 2007; 2001), Prata (2012) e Arnheim (1980) para esta finalidade. Como metodologia utiliza-se ao estudo de múltiplos casos em Duarte (2005) e análise da imagem adaptada ao som em Martino (2018). O *corpus* enquadra os *podcasts* *The tip off*, Panorama CBN, *On the media* e O Assunto. Como resultados, verifica-se o uso de inserções sonoras semelhantes a radionovelas, informalidade na construção textual-narrativa, de trilha em *BG* não padronizada, adesão do silêncio como critério de pontuação na narração, inserção sonora de outras mídias nos *podcasts* e, também, constante pós-produção.

Palavras-chave: Radiojornalismo. *Podcast*. Práticas Jornalísticas.

ABSTRACT

This research has as its object of study the *podcast* as a journalistic emitter of content. The general objective is to analyse in which way the journalistic podcast appropriates the sound elements that constitutes the radiophonic language, specifically through the usage of voice, silence, music and sound effects in their narratives. In that matter, it is referenced in Ferraretto (2014), Ortiz and Marchamalo (2005) and Balsebre (2005). Other specific objective is to ally the radiophonic bibliography on journalistic podcasts to put in evidence the influences of the radiophonic medium over podcasts. It resorts on Meditsch (2005; 2007; 2001), Prata (2012) and Arnheim (1980) for that matter. As the methodology it is used the study on multiple cases with Duarte (2005) and image analysis adapted to sound in Martino (2018). The corpus frames *The tip off*, Panorama CBN, *On the media* and O Assunto podcasts. The results consist of the usage of sound inserts similar to radio soap opera, informality in the textual-narrative construction, usage of non-standard BG, adhesion of silence as punctuation criterion into the narrative, sound insertions from other medias into the *podcasts* and, also, constant post-production.

Keywords: Radiojournalism. Podcasts. Journalistic practices.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página do episódio “A ameaça do bolsonarismo de caminhão” do *podcast* 67

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto nº 535	69
Quadro 2 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto nº 534	72
Quadro 3 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto nº 534	74
Quadro 4 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto, nº 291 Trump com Covid	77
Quadro 5 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto, nº 291 Trump com Covid	79
Quadro 6 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto, nº 290 PIX	81
Quadro 7 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto, nº 290 PIX.....	83
Quadro 8 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> O Assunto, nº 290 PIX.....	84
Quadro 9 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> Panorama CBN	87
Quadro 10 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> Panorama CBN	92
Quadro 11 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 39 Fragments	93
Quadro 12 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 39 Fragments	95
Quadro 13 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 39 Fragments	96
Quadro 14 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 39 Fragments	98
Quadro 15 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 53 Black and White Data	99
Quadro 16 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 53 Black and White Data	101
Quadro 17 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 46 Dark Money	102
Quadro 18 - Transcrição de um trecho do <i>podcast</i> <i>The tip off</i> , nº 46 Dark Money.....	106

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O RÁDIO E O <i>PODCAST</i>	24
2.1 O rádio	28
2.2 O rádio expandido no ambiente virtual: rádio transbordado para a internet e as rádios nativas digitais ou <i>webrádios</i>	34
2.3 <i>Podcast</i>	43
3 OS ELEMENTOS DO RÁDIO E ÁUDIO E SUAS APLICABILIDADES NO <i>PODCAST</i> JORNALÍSTICO	50
3.1 A voz, o silêncio, música e efeitos sonoros como elementos da composição sonora	52
3.2 O <i>podcast</i> e o áudio no jornalismo	57
4 OS CASOS DOS <i>PODCASTS</i> <i>THE TIP OFF</i>, PANORAMA CBN, <i>ON THE MEDIA</i> E O ASSUNTO	61
4.1 Percurso metodológico e modos de análise	61
4.2 A apresentação dos <i>podcasts</i> selecionados	65
4.2.1 O Assunto (do portal G1)	66
4.2.2 <i>O Panorama</i> (da CBN Brasil)	85
4.2.3 <i>The Tip-Off</i> (BBC)	93
4.2.4 <i>On the media</i> (WNYC)	107
4.3 Análise e resultados	112
5 CONCLUSÃO	119
REFERÊNCIAS	126

INTRODUÇÃO

O *podcast*, produto comunicacional cada vez mais em evidência na nossa sociedade, emergiu nas últimas décadas e possibilitou a difusão de informações e entretenimento no ambiente digital. Nesse contexto, o início da elaboração desta dissertação surgiu do questionamento de como o *podcast* aliou-se com o jornalismo em áudio e de que forma ele se utiliza de recursos sonoros para este fim.

Este, portanto, se tornou o eixo central desta pesquisa. Atualmente existem inúmeros *podcasts*, produzidos e distribuídos por diversos agregadores ou páginas oficiais e cada um deles constrói sua pauta noticiosa de forma distinta.

Segundo o site *Fast Company*, em 2018, havia cerca de 525 mil programas de *podcasts* ativos na plataforma da *Apple*, com uma margem de 18,5 milhões de episódios disponíveis para audição, incluindo conteúdos em mais de 100 línguas e cobrindo cerca de 155 países¹.

Por vezes, há a transposição literal de um programa radiofônico que é produzido para veiculação em rádio de antena e enviado para as plataformas na *internet* no formato de *podcast* na íntegra, sem alterações, e, também, *podcasts* que recorrem a elementos sonoros oriundos de outras mídias como a televisão, criando uma vasta gama de episódios com características singulares e camadas complexas de edição.

Vale ressaltar que, programas de *podcast* também incluem outros elementos como a hipertextualidade já utilizada há algum tempo pelas rádios nativas digitais. Este aspecto pontua uma das inúmeras influências de produtos sonoros que se veem presentes nesta nova mídia. A interação entre os ouvintes por meio de plataformas, o desenvolvimento de novas estratégias oferecidas pela *internet* e sua audição sob demanda pontuam, também, as metamorfoses que o conteúdo em áudio sofre neste produto.

Considerando essas mudanças, torna-se evidente a complexidade no entendimento do termo *podcast* em si, pois ele é um fenômeno midiático muito próximo das consolidadas teorias radiofônicas e, também, é influenciado pelas novas possibilidades do ambiente digital.

Alguns exemplos que nos mostram como este formato é peculiar é quando observamos a programação ao vivo com recurso de vídeo pela *internet* via *streaming*, ou mesmo quando há o exato conteúdo da rádio de antena, porém disponível mediante *download* no meio digital.

¹ Disponível em: <https://www.fastcompany.com/40563318/apples-podcasts-just-topped-50-billion-all-time-downloads-and-streams>. Acesso em 28 abr. 2022.

É evidente que há múltiplas estratégias comunicacionais presentes em um programa no formato de *podcast*. Desde o uso de pós-produção (edição), narrativa (leitura textual ou conversa livre), dinâmica (blocos informativos, áudio corrido), múltiplas camadas de elementos sonoros (*voice-over*, importação de áudio de outras mídias, silêncio), imagem (*videocast*, *podcast* com inserção de imagens que contextualizam o ouvinte sobre um tema) e até mesmo o já citado *hiperlink*.

No decorrer do desenvolvimento desta dissertação, para fins de delimitar o *corpus* da pesquisa, este estudo optou por não abarcar elementos que não os exclusivamente sonoros. Assim, a pesquisa se aprofunda na busca pela resposta dos objetivos geral e específicos, que são:

O objetivo geral é analisar de que maneira se aplica o áudio na produção jornalística dos *podcasts* *On the media*, *O assunto*, *Panorama CBN* e *The tip off*. Quanto aos objetivos específicos, o primeiro visa entender como é produzida a notícia jornalística por meio do uso de elementos de voz, silêncio, música e efeitos sonoros. Este estudo pontua a presença de tais elementos, verificando e refletindo como estes recursos são utilizados em cada episódio, a frequência em que aparecem e se há uma padronização.

Outro objetivo específico é o de aliar a bibliografia radiofônica aos *podcasts* jornalísticos, pois este formato customiza a linguagem do próprio rádio, agregando camadas de complexidade a depender do produto estudado. O uso do som como principal linguagem no desenvolvimento das notícias em rádio pode sistematizar uma série de estratégias e técnicas que são reconhecidas no *podcast*. A nomenclatura de alguns termos como *BG*, trilha de caracterização, vinheta e divisão sonora orientam esta pesquisa a partir das teorias radiofônicas. Outro aspecto fundamental deste objetivo, é que este possibilitou reconhecer com mais clareza a herança que os *podcasts* possuem das mídias tradicionais, sejam elas puramente analógicas ou, até mesmo, analógico-digitais.

A partir dos objetivos, foi possível compreender o problema da pesquisa que visa, então, reconhecer como que os *podcasts* se apropriam dos elementos da composição radiofônica no desenvolvimento de seus produtos jornalísticos, sendo eles a voz, silêncio, efeitos sonoros, *BG* e demais.

Ao delimitar o problema de pesquisa e elaborar os objetivos, o próximo passo foi a seleção do *corpus*. Com o intuito de apresentar *podcasts* cuja análise das produções pudesse enriquecer o trabalho, foram selecionados aqueles que continham regularidade de publicação e por possuírem uma gama de características referentes à presença de elementos sonoros citados nos objetivos específicos. Desta forma, além de possibilitar um maior recolhimento de

dados e materiais para análise, pôde-se verificar até mesmo a não padronização das inserções sonoras, efeitos sonoros e demais elementos.

Portanto, ao delimitar o objeto empírico desta pesquisa, se fez necessário observar o cunho do próprio termo *podcast*. Foi neste momento que o presente pesquisador pôde pontuar algumas das características inerentes ao formato, afastando-o das *webrádios* e estruturando um critério de delimitação para o *corpus*.

Importante frisar que *podcast* é nativo digital, sofreu influências de diversas mídias prévias e adaptou-se com o tempo na inclusão de hipertextos e elementos parassonoros. Assim, a constante revisão bibliográfica toma força neste aspecto, pois evita desordem na consolidação e uso do termo. Sua conceituação é refletida com apoio de autores como Bufarah (2017), Kischinhevsky (2007; 2016) e Mchugh (2016). É a partir destes pesquisadores que a vigente dissertação toma prumo, afastando dela as incongruências que os próprios produtores de conteúdo e *podcasters*, estes muitas vezes alheios ao que é estudado academicamente, fazem ao chamar de *podcast*, outros formatos apenas por serem criados e distribuídos digitalmente.

Kischinhevsky contextualiza a evolução das rádios que passam a atuar de forma analógica em concomitância com o digital, Mchugh elenca algumas das características singulares que o *podcast* possui e Bufarah expõem as technicalidades inerentes a este produto comunicacional. Recorre-se, também, a Meditsch (2001, 2007) pela vasta contribuição na construção de conhecimento em produtos sonoros, para além do rádio analógico, onde apresenta contextos técnicos das possibilidades da linguagem sonora, podendo ser aplicada, também, aos *podcasts*.

Com estes autores foi possível reconhecer algumas das contribuições acadêmicas que dão sustentação a este estudo pois, não somente o *podcast* traz consigo técnicas radiofônicas e estruturas semelhantes ao que se compreende como radiojornalismo, mas também avança no seu modo de distribuição e especificidades inerentes a seu ambiente nativo.

Estas mudanças podem ser observadas com os estudos históricos do rádio - novamente demonstrando aproximações com o *podcast* - em Zuculoto (2012), que aponta diversos momentos em que a radiofonia foi influenciada pela *internet*, a digitalização dos recursos radiofônicos e como estes puderam transformar o próprio jornalismo de rádio.

Prata (2012) é de fundamental importância, pois aprofunda a mudança que sofre o rádio quando ativo na *internet*. Neste novo momento da história da comunicação, as *webrádios* são desenvolvidas e é visto alguns dos primeiros elementos que os *podcasts* posteriormente utilizarão, como uma forma de interação entre ouvinte e produtor diversificada

- observados nos campos específicos dos sites das rádios e depois adaptada para *podcasts* -, a criação de produtos sonoros exclusivos no meio digital e suas possibilidades.

Definido o conceito e compreendido o processo histórico entre o rádio até o *podcast*, passou-se a estudar de que forma o *corpus* elabora a notícia através do áudio.

Após delimitar o problema de pesquisa e elaborar os objetivos, o próximo passo foi a seleção do *corpus*. Com o intuito de apresentar *podcasts* cujo método de produção e elementos sonoros pudessem enriquecer o trabalho, foram selecionados aqueles que continham em seus episódios uma gama de características singulares, até mesmo entre si, e que pudessem gerar um maior de material para análise.

O Brasil se tornou o terceiro maior consumidor de *podcasts* no mundo, segundo a revista Exame. O país conta com mais de 30 milhões de ouvintes cuja preferência abrange as categorias de entrevista, narrativas, mesa redonda, reportagem e resumos do dia. A pesquisa aponta, também, que a maioria dos ouvintes consomem os *podcasts* enquanto praticam atividades paralelas, estas podendo ser tarefas domésticas, navegar na *internet*, estudar ou trabalhar².

Não somente o país tem o hábito da audição deste formato como, também, as empresas midiáticas criam ramificações de seus negócios para atuar neste ambiente efervescente. Isto afetou diretamente esta pesquisa, pois é relevante compreender como o *podcast* é utilizado no Brasil para transmitir notícias. A produção acadêmica acompanha este fenômeno, e temos instituições de ponta produzindo conhecimento sobre diversos tópicos no que diz respeito a este formato como, por exemplo, a Universidade Federal de Santa Catarina e, atualmente, a Universidade Federal de Ouro Preto com a autora Viana (2020; 2021). A fim de delimitar o *corpus*, optou-se por estudar programas brasileiros, não somente pela familiaridade linguística, mas, também, para poder contribuir com o que vem sendo discutido e estudado no Brasil.

Porém, para não delimitar apenas ao nosso cenário, optou-se por analisar outras regiões do mundo, deste modo se amplia o conhecimento das práticas jornalísticas em *podcast* e contribui no reconhecimento das proximidades e diferenças com o que está sendo feito em outras regiões do mundo, onde há culturas produtivas, formatos e métodos diferentes. Vale ressaltar a expansão da produção e consumo desta mídia, observada em estudos feitos nos Estados Unidos, Reino Unido, França, Austrália, Suécia e Dinamarca.

² <https://exame.com/pop/brasil-e-o-3o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo/> Acesso em: 11/04/2022

De acordo com pesquisa produzida pelo instituto Reuters, em 2020, registrou-se um aumento significativo no interesse de públicos jovens no consumo de *podcasts*, particularmente no formato elaborado pelo *The daily*, que propõe temas com aprofundamentos diversos com duração de aproximadamente 25 minutos.

Outro fator preponderante para este período foi que, durante a pandemia de coronavírus, houve um aumento na demanda de conteúdos que abordassem este evento global. As *publishers* demonstraram grande interesse em criar programas noticiosos e de maior aprofundamento na temática³.

É evidente que este fenômeno comunicacional traçou novos rumos em direção à sua consolidação aqui e fora do Brasil, e foi a partir desse contexto que foram selecionados os *podcasts* a serem analisados levando em consideração que uma gama maior de recursos amplia a complexidade do fenômeno, mas, também, aprofunda a discussão proposta nos objetivos.

Ao delimitar o cenário brasileiro, inúmeros programas vieram à tona e a escolha para o *corpus* deu-se pela relevância, pelas suas características sonoras e periodicidade. O Assunto, é o primeiro de uma série de *podcasts* jornalísticos criados pelo conglomerado Globo. É relevante observar que no campo midiático, tanto jornalístico quanto de entretenimento, o grupo Globo é uma das empresas de comunicação mais presente nos lares brasileiros. Este *podcast* possui elementos singulares em sua produção. Recursos em áudio da própria emissora, formas distintas de trabalhar as notícias em cada episódio e há uma constante mudança em como o programa se apresenta para o público.

O segundo programa escolhido foi o Panorama CBN, que consta com o *slogan* “As principais notícias do dia em menos de meia hora”. Este é um compilado de relevantes acontecimentos diurnos, com edição variada, inserções sonoras, entrevistas e de locução mais intimista. Criada em 1991 com o intuito de ser uma emissora *all news*, o conglomerado CBN é um dos veículos de comunicação mais consagrados do Brasil, e recentemente tornou-se líder no jornalismo de rádio em Florianópolis, segundo pesquisa do Kantar Ibope⁴.

Este estudo demonstrou dados que reforçam a credibilidade desta emissora, pois na grande Florianópolis houve o aumento de 86 mil novos ouvintes para além dos 4,3 mil já recorrentes. Outro relevante aspecto é que a CBN, tanto em AM, quanto FM, possui 4,311 mil pessoas consumindo por minuto em contraste com os 3,348 mil do seu mais próximo concorrente, criando uma margem de escolha 29% maior. Entretanto, o Panorama CBN faz

³ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/daily-news-podcasts-building-new-habits-shadow-coronavirus>

⁴ <https://negociossc.com.br/blog/cbn-e-lider-no-jornalismo-da-radio-na-grande-florianopolis/>

parte da CBN *Podcast*⁵, ampliando a área de atuação da emissora para o ramo digital trazendo consigo sua reputação à *internet*.

Com base na ideia de compreender o fenômeno do *podcast* jornalístico e os seus diversos usos do som na criação de notícias, recorreu-se ao nome de dois produtos estrangeiros, um dos Estados Unidos e outro do Reino Unido. Foram adicionados, então, o *The tip off* e o *On the media*.

O britânico *The tip off* foi vencedor da categoria *Best New Podcast* no *British Podcast Awards*⁶, em 2018. É um programa em que traz notícias de forma aprofundada, com locução visando o imaginário do ouvinte contextualizando-o em uma história. Sua estrutura consta com a narração de jornalistas envolvidos em casos de grande repercussão na mídia internacional, utilizando-se de dramatização com efeitos sonoros, música e depoimentos - estes normalmente em primeira pessoa.

A riqueza deste *podcast* é dada pela forma complexa da utilização de seus elementos sonoros, pois a trama se desvencilha ao longo de uma narrativa onde agrega diversos usos do som em conjunto de depoimentos. Possui frequente uso de pausas nas falas, uma forma mais dramática de expor os fatos e contém narração de ambientações, sensações e eventos como método principal no seu desenvolvimento. Há o uso de efeitos sonoros e música em conjunto que junto do silêncio formam uma atmosfera dramática recorrente.

No histórico *On the media* da rede WNYC, que foi ao ar via *broadcast* pela primeira vez em 1993 e que, em 2004, foi vencedor do prêmio *Peabody Awards* por sua excelência⁷, o *modus operandi* do *podcast* diverge. Este *podcast* trabalha em torno de entrevistas, com uso de trilha sonora variada, onde cada programa permeia um tema específico e, diferentemente do *The tip off*, é centrado em uma narrativa menos literária e mais atrelada ao entendimento sistêmico do tema em questão. Há o uso de elementos sonoros contextualizando o ouvinte, edição com inserção e eventuais mudanças nas trilhas e introdução de episódio para episódio.

Estes quatro *podcasts* trabalham o jornalismo, cada um deles a seu próprio modo, reconfigurando-se, recorrendo a sons diversos, inserções, silêncio, locuções e formas distintas de narrar os fatos. O ponto é que o jornalismo em *podcast* tem muitas faces, muitos modos de utilizar o áudio e seus elementos sonoros para prender atenção e comunicar sobre algo.

Para dar cabo dos objetivos, adaptou-se a proposta de análise de imagens em Martino (2018) como técnica de pesquisa para análise de composição sonora em *podcast*. Evidente

⁵ <https://audioglobo.globo.com/cbn>

⁶ Disponível em: <www.britishpodcastawards.com/winners-2018> Acessado em: 09/01/2020

⁷ Disponível em: <www.peabodyawards.com/award-profile/on-the-media> Acessado em: 09/01/2020

que tomamos aqui a discrepância entre imagem e som, porém é tratado nesta dissertação o termo ‘imagem’ como elemento meramente textual. Em certa medida, apontar esta técnica infere que olhemos para os *podcasts* como uma pintura ou foto, onde suas cores, formatos e demais expressividades visuais são reformuladas para compreendermos o silêncio, efeitos sonoros, vozes etc. Assim, entendemos o *podcast* em si como uma obra repleta de características a depender de sua produção.

Neste sentido se utilizou de uma proposição de Martino (2018) para analisar imagens, extraída de seu livro *Métodos de Pesquisa em Comunicação*. Suas ideias convergem com o fato de que a imagem mostra algo, ela não somente reproduz um fenômeno, mas cria uma representação e sentido. Com isto, o autor também comenta que: “Todas as linguagens, de uma maneira ou de outra, podem fazer isso: textos e sons, por exemplo, também trabalham com representações e sentidos.” (MARTINO, 2018, p.182) Ele considera, também, que a visualidade, de maneira geral, é um conjunto de qualidades que tornam algo visto em imagem, e que a análise da imagem não é um campo para qualquer coisa vista, mas sim para algo produzido para ser visto por alguém (MARTINO, 2018).

Deste modo, adapta-se este panorama geral imagético ao som. Ao compreender a imagem como produto criado para ser visto, reconfiguramos para o som criado para ser ouvido e, neste caso específico, a adaptação para o contexto do áudio onde temos como ‘imagem’ o *podcast* em si.

Recorre-se, portanto, a um dos quatro caminhos metodológicos observados por Martino no autor Gillian Rose, em seu livro *Visual Methodologies*, para análise da imagem, sendo este o da *mensagem*:

A mensagem é o segundo espaço de investigação sobre a imagem. Trata-se de observar a imagem perguntando como o sentido é construído, quais elementos são responsáveis por estabelecer quais significados. O cenário, as características das pessoas mostradas, os objetos, formas de enquadramento e outros aspectos são responsáveis por compor o sentido da imagem. Esse estudo mostra como toda cena é pensada para produzir algum tipo de significado.

No primeiro caso, a relação interna dos elementos da imagem ajuda a compreender quais são os sentidos pretendidos. Os objetos da imagem, sua disposição, os elementos da cena, as roupas e posicionamento das pessoas quando há alguém na imagem, o enquadramento, cores e vários outros componentes que formam a imagem dizem algo sobre o sentido pretendido. A relação entre eles é um dos componentes desse sentido. (MARTINO, 2018, p.184).

Esta opção se dá a partir do fato que a técnica possibilita a fragmentação dos elementos presentes em uma obra, separando-os e proporcionando a análise sistemática de seus usos dentro de um produto completo. Portanto, foi necessário adequar esta técnica tendo em vista que o presente estudo integra semelhanças claras na sua forma de análise.

Os critérios que Martino utiliza para a análise de um objeto visual, nesta pesquisa são reconfigurados para análise dos elementos sonoros na composição de episódios em *podcast*. Desta forma, adapta-se categorias e técnicas de análise de elementos que contém uma mensagem imagética, ou seja, suas formas, enquadramentos, cenários, características dos indivíduos e demais aspectos, adequando-os para refletir o uso da voz, música, ruídos, trilhas sonoras, efeitos sonoros e sons nos *podcasts* estudados.

Reafirma-se, deste modo, que a análise é adaptada, ao fragmentar uma figura nos aspectos acima citados, modificamos o método para as possibilidades do som. Assim é possível analisar sistematicamente cada elemento sonoro presente nos *podcasts* selecionados e, a partir disso, entender como estes se utilizam de recursos sonoros diversos para compor o panorama geral de um episódio jornalístico.

A análise documental também está presente na dissertação, pois entendemos que nas ciências sociais e história, constituem-se, como documento, todos os materiais em que se registra e conserva uma dada porção cultural (MARTINO, 2018). Com isto, a realidade se torna observável através de códigos “que possam ser compreendidos pelos sentidos e armazenados para seu estudo e compreensão, ou seja, para entender a realidade, a primeira atitude é desmontá-la.” (MARTINO, 2018, p.141)

A partir deste momento, se estabeleceram os critérios apontados por Martino no desenvolvimento deste método e técnica. O primeiro é ao acesso ao material, em que engloba como poderiam ser consultados os *podcasts*. Pontua-se que os consumos dos diversos episódios aqui expostos foram retirados de seus próprios *sites*, acessados mediante a *download* em poucos momentos e, também, consumidos pela plataforma digital *PrimeMusic* pertencente à *Amazon*.

Na segunda etapa, se configura a pergunta de quais documentos precisam ser analisados. Desta forma, há a indagação da quantidade *versus* qualidade de materiais necessários para dar sustentação a uma pesquisa. Alia-se a estes aspectos com o que é exposto ao revelar que o desafio é o de encontrar documentos que possuam características necessárias para o desenvolvimento do estudo (MARTINO, 2018).

Sendo assim, a dissertação analisou um total de dez episódios, utilizando como critério as qualidades inerentes em cada programa escolhido no *corpus* e, deste modo, selecionando um mínimo de dois para critério comparativo entre os próprios *podcasts*. Configura-se, portanto três edições de O assunto, duas do Panorama CBN, três do *The tip off* e, por fim, três do *On the media*.

Recorreu-se também ao estudo de múltiplos casos, expandindo o conceito de estudo de caso - onde seria analisado apenas um *podcast*, por exemplo -, pois, segundo Duarte (2005, p.219):

O estudo de caso deve ser preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, em geral não utilizada pelo historiador, que são a observação direta e série sistemática de entrevistas.

O estudo de múltiplos casos caminha para uma uniformização do *corpus* com base de elementos comuns em mais de um programa. Com isto temos o objeto de pesquisa que é uma situação já estabelecida e delimitada (MARTINO, 2018). Porém, como elencado anteriormente, o estudo trata-se de um caso específico. Nesta dissertação atentaremos a quatro casos a partir dos objetivos específicos.

Com este método, recorreremos novamente a Martino (2018), o qual pontua que para um estudo de caso ser relevante, este deve fazer parte de um contexto mais amplo. Ao observar os diferentes *podcasts* analisados, não somente reconhecemos suas estruturas sonoras, mas também compreendemos que o fenômeno aqui analisado faz parte de um todo.

Ainda que este formato de mídia seja singular, e às vezes até mesmo entre si, os conglomerados midiáticos utilizam deste recurso para ampliar sua presença no mercado jornalístico. E analisar mais de um produto nos possibilita entender as lógicas que operam no *corpus* selecionado.

Em geral, Estudos de Caso são utilizados para conseguir evidências particulares a respeito de uma situação para compreender um fenômeno mais geral. [...] É bom reconhecer todos os aspectos da situação estudada e compará-la com outros casos encontrados no referencial teórico. Isso permite verificar as características gerais e as particularidades de cada caso (MARTINO, 2018, p.153-154).

Estas escolhas foram feitas a partir da premissa de que múltiplos programas em formato de *podcast* seriam analisados sob os mesmos critérios expostos nos objetivos específicos. Elencando em cada *podcast* suas formas diferentes de trabalharem a ‘imagem’, aqui entendida como ‘som’. É a partir destas duas questões que, em primeiro lugar, se pôde selecionar mais de um programa jornalístico, expandindo o conceito para múltiplos casos, como citado anteriormente.

Durante todo o processo de desenvolvimento da dissertação, aliou-se ao percurso metodológico o uso das teorias radiofônicas. Ao reconhecermos que os *podcasts* são fruto de um percurso histórico com influências da radiofonia, foi possível afirmar que existem diversas aproximações com o rádio analógico e suas mutações para o ambiente digital. Porém, há toda

uma gama de características e especificidades próprias ao *podcast* e, ainda que a linguagem originária da radiofonia exerça uma forte influência nesse novo formato, todavia não cobre a totalidade do fenômeno. Portanto, foi necessário, também, perpassar por algumas destas problemáticas a fim de firmar o *podcast* como uma mídia singular.

A pesquisa avançou respeitando os critérios que envolvem o contato inicial, seleção e audição dos *podcasts* citados no *corpus*. Em segundo momento, houve a coleta dos dados e análise - documentação e descrição dos episódios respeitando os elementos apresentados nos objetivos específicos.

A investigação chegou ao consumo diário do *corpus* e, posteriormente, desenvolveu apontamentos descritivos sobre as características de cada programa. Ficaram evidentes alguns aspectos já discrepantes nos *podcasts* e como que cada um dos episódios e programas repetiram fórmulas e diferenciaram-se uns dos outros.

O *corpus* foi delimitado, inicialmente, por uma série critérios. Um dos mais relevantes foi o da adesão às exigências do Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Santa Catarina em Jornalismo (PPGJor). Portanto, excluíram-se aqueles que não pertenciam ao campo do jornalismo. Também foram eliminados elementos em vídeo ou texto, salvo rara exceção onde o *lead* textual de determinado episódio foi citado.

Outro aspecto é que o consumo destes *podcasts* deveria ser dado majoritariamente pelas plataformas digitais, excluindo a audição por ondas *hertzianas*. Quando considerados todos estes passos, optou-se pela descrição e documentação dos elementos sonoros presentes nos respectivos programas respeitando, deste modo, os elementos de silêncio, voz, efeitos sonoros e música. Quando posta em prática a descrição do *podcast* em forma de texto, optou-se pela transcrição das falas dos apresentadores e, também, do apontamento quanto ao uso de elementos sonoros. Em determinados casos foi utilizado o recurso de tabelas descritivas das narrações e efeitos.

A evidenciação do silêncio somente foi relacionada ao longo do texto a partir do seu uso proposital. Desta forma, se excluiu do escopo do trabalho a pausa momentânea presente na respiração dos interlocutores. Por vezes, os entrevistados ou os apresentadores não articulam palavras, emergindo espaços com ausência de som. Estes momentos, no entanto, não são utilizados como recurso narrativo e sim, surgindo de forma esporádica e não relacionada ao silêncio intencional.

Há, também, o recurso de numerais que especificam os minutos e segundos de determinados programas, utilizando 00' para os minutos e 00'' para os segundos, para que os leitores possam acompanhar determinados momentos específicos dos *podcasts*, os numerais

serão acompanhados dos símbolos “ ’ ” para os minutos e “ ” “ ” para os segundos. Um exemplo deste recurso é quando há o uso de uma trilha de transição, início da fala de um indivíduo, presença de ruído ou silêncio. A minutagem auxilia, portanto, no apontamento do momento específico em que se aplicam diversos elementos sonoros, ampliando a compreensão de como estes estão presentes no *corpus*.

O escopo teórico utilizado na dissertação parte de três categorias derivadas das palavras-chave. A primeira delas é o Radiojornalismo, pois a dissertação foi refletida sob a luz dos conceitos consagrados na radiofonia e, também, no jornalismo. Também se destacam os estudos históricos do rádio conforme Zuculoto (2012) e Prata (2012), aliado às técnicas e as reflexões no campo acadêmico e prático por Ferraretto (2014) e Meditsch (2007).

Somando a este aspecto, para melhor compreendermos o jornalismo por meio do áudio, recorreu-se às teorias e práticas do rádio via Ortiz e Marchamalo (2005), onde são expostas características intrínsecas ao meio, mas que estão presentes de forma fundamental nos *podcasts*, como vinhetas, elementos de continuidade e demais. Weigelt (2018) contextualiza as mudanças na forma de consumo dos jovens para/com o rádio mediante a *internet*. É a partir de suas contribuições que algumas reflexões relevantes surgem, também, ao problematizar este aspecto no prisma do *podcast*.

Ao analisar o conteúdo sonoro dos *podcasts* citados, também foi entendido que seria importante ampliar o escopo teórico até o conceito de paisagem sonora em Schafer (2011), onde cada elemento sonoro faz parte do conjunto total da obra. Em diversos momentos foram detectados ruído e entende-se como tal, a presença de quaisquer sons que não são propositalmente utilizados pelos produtores dos episódios. Resumidamente, ruído é entendido como barulho ou presença de algum som que invade a paisagem sonora de uma obra, podendo causar distúrbio e incômodo ao ouvinte.

É especialmente notado quando o entrevistado está utilizando dispositivos móveis para se comunicar, ou quando estes não se encontram em estúdio. Desta forma, o *podcast* agrega este elemento sonoro em seu programa, assim como a música, efeitos sonoros aplicados voluntariamente etc. e no contexto geral, o ruído também entra como elemento sonoro nesta ‘paisagem’. Arnheim (1980) também é uma fonte presente na dissertação, pois ele amplia o escopo teórico sobre imaginário a partir do complexo uso de elementos sonoros onde há a indução de ideias e subjetividades a partir dos seus usos de forma ordenada.

A dissertação, portanto, foi subdividida em cinco capítulos. O primeiro compreende a vigente introdução, que apresenta os temas, autores, resultados, percursos metodológicos e a estrutura geral do texto. O segundo, intitulado O Rádio e o *Podcast*, trabalhou de forma mais

detalhada as características do rádio, do rádio expandido para o ambiente virtual, das *webrádios* nativas digitais e, por fim, o *podcast*, perpassando por aspectos históricos e teóricos. Suas subdivisões sustentam esta ideia, com os devidos títulos

O terceiro capítulo, sob o título de os elementos do rádio e áudio e suas aplicabilidades no *podcast* jornalístico, é onde a dissertação traça os principais elementos sonoros do rádio e áudio. Aqui são observados os usos ordenados, os efeitos possíveis e as principais subjetividades que estes possuem. Após, é compreendido o *podcast* e o seu uso no jornalismo, evidenciando o percurso histórico recente do *podcast* no cenário brasileiro.

No quarto momento, são abordados os casos dos *podcasts* *The tip off*, Panorama CBN, *On the media* e O assunto, contendo uma apresentação mais detalhada sobre cada programa e, por fim, havendo a exposição dos elementos sonoros do *corpus* assim como a descrição mais aprofundada dos percursos metodológicos utilizados e os resultados e análise.

No quinto capítulo é concluída a dissertação refletindo e interpretando os dados a partir deste estudo, algumas concatenações do presente autor sobre as dificuldades e facilidades presentes no contexto geral do trabalho e a resposta para as inquietações sugeridas no início da pesquisa.

Os resultados obtidos se destacam aqui de forma simplificada. É reconhecido que o *podcast* jornalístico é tão mutável e customizável quanto qualquer outro produto nativo digital. Eventualmente produzindo *podcasts* que apelam para o imaginário do ouvinte em uma composição sonora complexa, de várias camadas, tanto como é visto no rádio e, também, podendo ser observado sob a luz do conceito de paisagem sonora.

No Panorama CBN é visto que há o uso de inserções sonoras, padronização na sua *BG*⁸ e trilha de caracterização. Recorre-se no uso de depoimentos gravados em coletivas e em entrevistas, estas podendo conter ruídos naturais do local de gravação. Há, também, a construção satírica em determinado episódio, o uso de entonação na articulação de palavras e uma linguagem intimista com o ouvinte. O silêncio é presente de forma eventual, em momentos que visam o reforço narrativo.

No *podcast* O Assunto se observou um padrão de inserção sonora oriundas do telejornalismo da Rede Globo. Esta estratégia se vê presente em diversos momentos, reforçando uma notícia ou um bloco noticioso. Os ruídos presentes no *podcast* são em sua totalidade oriundos destas inserções, com vozes, *flashes* e demais sons que vazam dos microfones dos repórteres. Há eventual uso de informalidade pela apresentadora, em especial

⁸ *BG* é uma signa que significa *Background*. Deste ponto em diante o uso dela será relacionado ao uso de trilha sonora de fundo nos programas em rádio e *podcast*.

momento quando ela se dirige para seus colegas de trabalho na emissora. Pontua-se que há o uso e, também, o desuso da técnica de *voice-over*⁹ em trechos que o áudio é de língua não portuguesa.

Nos *podcasts* estrangeiros, pontua-se as características que se assemelham às radionovelas em *The Tip-Off*. Este produto jornalístico utiliza em demasia do silêncio como pausa dramática e troca de blocos narrativos, de uma linguagem voltada para a criação do imaginário do ouvinte, de presenças de efeitos sonoros com este mesmo intuito e recorrente uso de *BG*/trilha de caracterização como reforço dramático na narrativa.

Já em *On the media* a trilha de caracterização se faz presente, porém o uso de *BG* é singular em cada episódio. Há inserções sonoras de outras mídias para dentro do *podcast*, com o intuito de situar o ouvinte em uma determinada cena, com o uso de silêncio e pausas para evidenciar e reforçar um argumento ou ideia. Constantemente é aplicado, ainda, *fade-in* e *fade-outs* em todos os episódios analisados.

⁹ *Voice-over* é entendida nesta dissertação como a técnica de traduzir a fala de alguém utilizando simultaneamente o áudio original e a locução tradutora.

2 O RÁDIO E O *PODCAST*

Nenhum fenômeno comunicacional digital é alheio ao seu passado analógico. Podemos citar alguns exemplos como os *blogs* de notícias com os jornais impressos, os vídeos nas redes sociais com a televisão e, obviamente, o *podcast* com o áudio nas rádios de antena. Para compreendermos como que os *podcasts* são utilizados pelo jornalismo atualmente, se fez necessário regressar às mídias previamente estabelecidas que utilizavam o som para transmitir notícias. Há notória influência de suas práticas e teorias nos modos de se fazer audiojornalismo nos *bytes*, perpassando pelas *webrádios* e rádio expandido. Ao estudarmos como que a radiofonia surgiu e se consolidou, passamos a reconhecer as diversas transformações do rádio, possibilitando a criação de novos formatos de programas, usos de diferentes recursos técnicos e, também, das diversas potencialidades que o ambiente de distribuição de conteúdo na era digital oferece.

A comunicação radiofônica, após sua expansão para a *internet* se reconfigurou. Com a pluralização das *webrádios* e do rádio expandido, o cenário comunicacional via *hertz* passou a operar junto aos *bytes* ampliando os modos de consumo e de distribuição. As empresas que antes se comunicavam através das modulações, agora, são ouvidas em computadores e celulares. As novas tecnologias ampliaram o mercado de consumo do rádio e de diversos outros produtos comunicacionais e a sociedade passou a se organizar cada vez mais em torno da *web*.

Blogs surgiram mimetizando as redações dos jornais, as músicas passaram a ser pirateadas para computadores pessoais e as redes sociais emergiram conectando indivíduos de todo o globo, através da *world wide web*.

No fim do segundo milênio da Era Cristã, vários acontecimentos de importância histórica transformaram o cenário social da vida humana. Uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado (CASTELLS, 2019, p. 61).

Em via de regra, sintonizar uma estação de rádio era um processo humano-tecnológico único, achar entre os chiados aquele espectro que trazia o som de forma mais clara e limpa era um ritual que, hoje, especialmente nos grandes centros urbanos, transformou-se em um *dial* automático num *Smartphone* ou até mesmo o conectar direto de uma estação via computador na rede mundial (WWW). “Girar um botão para sintonizar uma estação em um aparelho é uma experiência diferente de apertar um botão para scanear o dial, que é diferente da

experiência de baixar um aplicativo para ouvir músicas online/*podcasts*/rádios online/outros sons” (SANDE e MICHELETTI, 2016, p.197).

Os *podcasts* surgiram no início dos anos 2000 e remodelaram a comunicação por meio do áudio. Segundo Freire (2012, p.71):

Tal qual cinema e TV – audiovisuais – e jornais, revistas e livros – impressos -, as tecnologias da oralidade possuem fatores comuns que, assim como no caso das tecnologias supracitadas, não as torna iguais, tampouco categorias de um mesmo fazer.

Portanto, é entendido que um fenômeno comunicacional pode utilizar de técnicas semelhantes àquelas já utilizadas e que isto possibilita a adaptação para novos meios em diferentes formatos e tecnologias. Com seu *smartphone*, ou demais aparelhos eletrônicos, as emissoras de rádio puderam superar fronteiras *hertzianas*, sendo consumidas ao redor do mundo via uma rede de indexação.

Assim como em outros momentos de avanço tecnológico, novos hábitos no tempo e no espaço alteraram a vida da sociedade e o comportamento do ouvinte. As *web* rádios quebraram um pressuposto importante da radiofonia, o suporte, já que no lugar dos tradicionais aparelhos de rádio surge o acesso da audiência ao meio via computadores pessoais (DE FARIAS; ZUCULOTO, 2017, p. 144).

As alterações que as novas tecnologias exercem na produção da comunicação via áudio podem ser exemplificadas novamente nos ritos e no consumo dos produtos audiofônicos. Vemos em Sande e Micheletti (2016, p.197) que:

Estes ritos eram mais evidentes nos primeiros anos do rádio quando toda família estava reunida na sala, ao redor do aparelho para escutar os programas, ou então, quando na saída das fábricas, os operários paravam à beira das janelas para escutar determinado programa de rádio. Ainda hoje existem vários ritos de escuta. Como o costume de se obter notícias sobre o trânsito das grandes cidades para dirigir até o trabalho, ou então utilizar fones de ouvido para escutar uma emissora de rádio dentro de transportes públicos como ônibus ou metrô. Em muitas cidades do interior ainda é comum entrar em uma loja e ouvir o som de uma rádio local ao fundo, participando da atmosfera do ambiente. Os ritos de escuta estão e sempre estarão presentes.

O consumo do jornalismo no cenário radiofônico possui diversas características e ritos, já a tecnologia digital e os meios que possibilitam a audição dos *podcasts* criam modos e potencialidades de se ouvir notícia. No contexto destas transformações, através das particularidades das novas tecnologias, é que podemos observar que seu espaço já sofreu várias modificações.

Majoritariamente sendo ouvido de forma pessoal, os *podcasts* funcionam como um meio comunicacional individual, com acesso direto ao seu dispositivo particular. O rádio, por sua vez, exerce uma função mais plural remontando ao termo *broadcast*. Castro (2005, p.18, grifo da autora) aponta que: “neste cenário, destacam-se os telefones celulares digitais e os players portáteis de MP3, dentre os quais o já consagrado *iPod*. Os fones de ouvido há tempos promovem a imersão do ouvinte em ambientes acústicos personalizados e exclusivos”.

A noção de que a imersão emerge apenas nestes novos ambientes tecnológicos é, entretanto, incorreta. Podemos ver que:

Conforme muda o suporte midiático utilizado, a dinâmica do processo ocorre de modos diferentes mediante os recursos de expressão e linguagem. O teatro depende da presença física dos atores como personagens de um mundo encenado sobre um palco, enquanto que no cinema existe apenas uma existência imagética das personagens no mundo da tela. Por outro lado, um livro fornece indícios visuais dos acontecimentos ficcionais pelas palavras, que requerem uma construção mental deste mundo, individualizando ainda mais a perspectiva da experiência (MASSAROLO; MESQUITA, 2014, p. 58).

Observamos, deste modo, que a imersão que o *podcast* proporciona deriva de suas características particulares. Evidente que os meios digitais usufruem de potencialidades diferentes dos meios analógicos, mas tem de se reforçar a ideia de que a imersão é um elemento presente em diversos outros mecanismos de expressão, podendo ser reconhecido também nos rádios de antena.

Podcast é um produto de modalidade radiofônica sob demanda, assíncrono e que ultrapassa a oferta de conteúdos em websites e emissoras (KISCHINHEVSKY, 2016). Em outro livro intitulado O Rádio Sem Onda, Kischinhevsky (2007, p. 118, grifo do autor) amplia que:

O *podcasting* se distingue do rádio comercial *online* pela ausência de regras. Qualquer tipo de transmissão pode ser veiculado, sem seguir padrões de locução ou limitações temáticas. Evidentemente, a maioria se caracteriza pela programação musical, ainda como se os *podcasters* estivessem ocupados demais em responder às emissoras convencionais, afirmando gostos pessoais e estabelecendo sistemas simbólicos de identificação cultural, de pertencimento a uma determinada comunidade ou tribo.

As plataformas de conteúdo e *stream*¹⁰ como o *Youtube*¹¹, *Twitch*¹² e *Mixcloud*¹³, por exemplo, podem oferecer programações que visam apenas o som ou de vídeo ao vivo

¹⁰ *Stream* é um termo em inglês que designa a atividade de produção de conteúdo e divulgação em tempo real por meio de vídeo e áudio na *internet*.

¹¹ *Youtube* é um *site* da *internet* de modalidade *stream* e produção de conteúdo em vídeo e áudio.

¹² *Twitch.tv* é um *site* exclusivamente de produção de conteúdo via *stream*.

¹³ *Mixcloud* é um *site* de hospedagem de conteúdo em áudio na *internet*.

também. Sendo assim, o *podcast* toma para si uma característica peculiar, pois o uso de sua nomenclatura é variado de acordo com cada produtor de conteúdo e inclusive pesquisador.

Um dos exemplos que podemos observar na problemática do uso do termo ‘*podcast*’ se aponta nesta pesquisa com o *Welcome to Night Vale*¹⁴. Esta é uma opção de produto em áudio descrito como *podcast* que está presente em plataformas dominadas quase que exclusivamente por vídeos - como o próprio *Youtube* - e que não utiliza do recurso visual para além de sua própria identidade. Ou seja, há apenas uma imagem estática do programa e o nome do episódio.

Por outro lado, há o *podpah*¹⁵ que se autointitula como *podcast*, onde o arquivo gerado é o mesmo do ao vivo na *stream* com o uso de vídeo, entretanto o seu conteúdo sob demanda nos agregadores de áudio, utiliza-se somente o som.

A problemática apontada é apenas uma que surge ao estudarmos os diversos formatos de mídia intitulados equivocadamente como *podcasts*, e traz embaraços no processo de entendimento do fenômeno. A sociedade e os produtores de conteúdo, ao reforçarem o uso do nome *podcast* para identificar qualquer produto midiático na *web*, podem ocasionar dificuldades para conceituarmos o formato em si.

Originalmente, o termo foi cunhado para categorizar um formato de mídia para *iPod*. Este, inclusive, tomou a atenção da empresa *Apple*, que à época, abriu processos judiciais para reter o nome como seu. Estas ações judiciárias oriundas do início dos anos 2000 e artigos jornalísticos sobre este período da história norte-americana podem ser encontrados em diversos locais da *Internet*¹⁶. Em resumo, durante este período, houve o entendimento por parte da empresa em alegar que o termo dado pelo jornalista Ben Hammersley deveria ser propriedade da *Apple*, assim como diversos nomes utilizados por produtores de conteúdo¹⁷ por utilizar o uso do sufixo-prefixo ‘*POD*’, por fazer alusão a seus produtos de marca registrada¹⁸.

Vale ressaltar que a linguagem que deu origem aos *podcasts* emerge nos *blogs*, que passam a desenvolver sua própria estética e, por fim, com as transformações do formato com as diversas influências textuais, acaba por agregar a linguagem radiofônica.

¹⁴ *Welcome To Night Vale* é um *podcast* que representa um programa de rádio de uma fictícia cidade chamada Night Vale.

¹⁵ *Podpah* é um *podcast* de entrevistas que pode ser acessado ao vivo via *stream* ou ouvido nos diversos agregadores de áudio disponíveis na *internet*.

¹⁶ Disponível em: www.trendhunter.com/trends/apple-sues-over-podcast-trademark Acessado em: 01/02/2021

¹⁷ <https://www.pcmag.com/archive/apples-legal-team-going-after-pod-people-238446>

¹⁸ <https://www.macrumors.com/2006/09/25/podcast-trademark-controversy/>

À medida que as práticas sociais das pessoas se mudaram para o âmbito *online*, muitos textos em nossa vida contemporânea fizeram o mesmo e assumiram diferentes propriedades. Em primeiro lugar a materialidade do texto mudou. Uma carta, um romance e um jornal existem numa folha ou pedaço de papel. Quando passam para a esfera online, situam-se numa tela. [...] Na compreensão da linguagem online, também procuramos entender como modos diferentes trabalham juntos para formar textos *online* coerentes e dotados de sentido. Os modos, que também são conhecidos como modos comunicativos ou modos semióticos, referem-se em geral a sistemas ou recursos que as pessoas mobilizam na construção de sentido. Eles incluem as linguagens falada e escrita, imagem, som, gesto etc. Os textos multimodais são onipresentes em nossa vida cotidiana, especialmente aqueles que combinam o verbal com o visual. (BARTON; LEE, 2019, p.42-47, grifo dos autores).

Com a popularização do formato, a pluralização das produções e do aumento do consumo, os *podcasts* tornaram-se aliados do entretenimento e do jornalismo. E para podermos falar dos elementos sonoros presentes neles, temos de transcorrer não somente pela história do cunho de seu nome, mas também estudar os meios de comunicação onde seu foco é o som. Pois o *podcast* possui características muito próximas da radiofonia ao mesmo tempo em que possui especificidades próprias.

Algumas das problematizações que surgem ao longo desta pesquisa visam reforçar que o autor deste trabalho compreende diversas possibilidades na composição sonora e formato de um *podcast*. Certos exemplos citados apoiam-se na ideia de que o termo é mutável, não somente pela influência multimidiática que a *internet* proporciona, mas também por momentos históricos da mídia sonora que puderam dar luz a eles. As webrádios e o rádio expandido, por exemplo, ampliaram o modo de participação dos ouvintes, passaram a adicionar imagens em determinados momentos e, também, desenvolveram novas técnicas de entrelaçamento de conteúdos como texto.

A partir do momento em que a presença do áudio na *web* se desenvolveu em comunhão com o jornalismo, estes aspectos tornaram-se cada vez mais presentes em uma variedade de opções de rádios e programações. Portanto, na introdução deste capítulo, já compreendemos que as tecnologias transformam o consumo do som, seus ritos e imersões. Levantamos, também, a condição de que fatores em comum não caracterizam um mesmo produto. Tomando em conta este introito, iremos aprofundar algumas das discrepâncias entre os *podcasts*, o rádio expandido e as webrádios. Não cabe nesta dissertação, no entanto, abrir a discussão de que *podcast* pode ou não ser rádio, mas somente a contextualização e ideia de apontar que existem influências das mídias sonoras predecessoras.

2.1 O rádio

Ao estudarmos sobre os primórdios da origem do rádio, passamos a conhecer fatos e histórias que relembram a literatura da ficção científica. Físicos, químicos e entusiastas da ciência desbravando as fronteiras da tecnologia com suas inventividades.

Segundo Bathgate (2020, p.2):

In 1820 Hans Christian Ørsted publicly conducted an experiment that demonstrated the relationship between electricity and magnetism in a very simple way. He established that a wire carrying a current could deflect a magnetised compass needle. His initial interpretation was that magnetic effects radiate from all sides of a wire carrying an electric current, as do light and heat. Three months later he began more thorough investigations and subsequently published his findings. Ørsted's work influenced André-Marie Ampère's theory of electromagnetism.¹⁹

Podemos ressaltar o relato de Nikola Tesla, inventor, cientista e engenheiro sérvio. Sua ambição em desvendar os mistérios da eletricidade nos associam aos contos góticos de Mary Shelley²⁰:

Foi em 3 de Julho - data que nunca esquecerei - que obtive a primeira evidência experimental de uma verdade de tremenda importância para o avanço da humanidade. Uma massa densa de nuvens com forte carga reuniu-se a oeste e, ao entardecer, rebentou uma violenta tempestade que, depois de descarregar toda sua fúria nas montanhas, afastou-se com grande velocidade sobre as planícies. Persistentes arcos longos e pesados formaram-se quase a intervalos regulares de tempo. Minhas observações foram, então, muito facilitadas e tornaram-se mais precisas pelas experiências já adquiridas. Fui capaz de manusear meus instrumentos com rapidez e estava preparado. No aparelho de registro, mesmo estando perfeitamente ajustado, as indicações foram se tornando cada vez mais enfraquecidas com o crescente distanciamento da tempestade, até que cessaram totalmente. Com grande certeza, em pouco tempo, quando as indicações reiniciaram, foram se tornando sempre mais fortes e, após atingirem um máximo, diminuíram gradualmente e cessaram uma vez mais. Muitas vezes, a intervalos recorrentes regulares, as mesmas ações se repetiram até que a tempestade, conforme evidenciado por simples observações, movendo-se a uma velocidade quase constante, retirou-se a uma distância de cerca de três quilômetros. E não cessara, essas estranhas atividades. Mas continuaram a se manifestar com força não diminuída. Subsequentemente, observações semelhantes também foram feitas pelo meu assistente, sr. Fritz Lowenstein, e logo depois várias oportunidades admiráveis apresentaram-se, as quais produziram de forma ainda mais vigorosa e inequívoca, a verdadeira natureza do maravilhoso fenômeno. Sem dúvida, eu estava observando ondas estacionárias (TESLA, 2005, p. 19-20).

¹⁹ Em 1820 Hans Christian Ørsted conduziu publicamente um experimento que demonstrou a relação entre eletricidade e magnetismo de uma forma muito simples. Ele estabeleceu que um arame conduzindo uma corrente poderia defletir uma agulha de uma bússola magnetizada. Suas interpretações iniciais foi a de que efeitos magnéticos erradiam de todos os lados de um arame carregando uma corrente magnética, assim como luz e calor o fazem. Três meses depois ele deu início a mais aprofundadas investigações e subsequentemente publicou suas descobertas. O trabalho de Ørsted influenciou a teoria do eletromagnetismo de André-Marie Ampère. (Tradução do autor)

²⁰ Mary Wollstonecraft Shelley foi uma importante escritora britânica, dentre suas obras a mais famosa o Dr. Frankenstein: Ou moderno Prometheus de 1818 se destaca.

Nikola Tesla foi um dos pioneiros na questão da tentativa de transmissão sem fio. A partir de suas experiências com ondas estacionárias terrestres, o inventor pôde ter o vislumbre dos caminhos possíveis sobre a distribuição centralizada de recursos eletrônicos, supostamente por um sistema mundial integrado (MOREIRA, 2005).

A contribuição de Tesla para o desenvolvimento do rádio não se encerrou nesse momento. Ao longo de sua vida, ele atuou em diversos outros experimentos, alguns deles demonstrados publicamente. No ano de 1893, na NELA²¹, Tesla disse à sua audiência que tinha certeza de que seria possível comunicar sinais inteligíveis ou até mesmo energia para qualquer distância sem o uso de fios, conduzindo-os pela Terra (BATHGATE, 2020). Ainda no mesmo ano de 1893, foi capaz de realizar uma transmissão de um sinal sonoro sem fio (MEDITSCH, 2007).

Os primeiros passos do que viria a ser o rádio eram, por fim, dados. Vale ressaltar que esta história é repleta de outros indivíduos que, simultaneamente, também trabalhavam em seus protótipos e demonstravam a capacidade de transmissão sem fio. Conforme Jung (2013, p.23):

O professor de física James Clerk Maxwell, em 1863, mostrou como a eletricidade se propagava sobre forma de vibração ondulatória. Teoria usada 24 anos depois pelo físico alemão Heinrich Rudolf Hertz, e desenvolvida pelo francês Edouard Branly, em 1890, e pelo britânico Oliver Lodge, em 1894.

Outro exemplo foi Roberto Landell de Moura, padre gaúcho que, segundo Meditsch (2007, p.33) “teria demonstrado simultaneamente, em São Paulo, um telégrafo e um telefone sem fios, capazes de transmitir mensagem a oito quilômetros de distância.”, também em 1893. Bathgate (p.7, 2020) resalta ainda que “*He didn’t publicise his achievement untill 1900, when he held a public demonstration of a wireless transmission of voice in São Paulo on 3 June.*”²².

Mas só o fim da Primeira Guerra Mundial trouxe um rápido desenvolvimento da radiofonia em todo o mundo. A radiofusão, que havia sido utilizada e desenvolvida para fins militares, passou a ser vista sob uma ótica civil. O rádio alastrou-se pelo mundo, e também no Brasil, com grande velocidade. As notícias que chegavam à população com atraso, através dos jornais impressos, ganhavam a instantaneidade (PRATA, 2012, p. 16).

Nos anos 20 havia uma certa dificuldade na produção de conteúdo radiofônico, e estes acabaram estabelecendo um estilo de se fazer rádio que concordasse com as expectativas de

²¹ *National Electric Light Association*

²² Ele não publicou sua realização até 1900, quando apresentou publicamente uma demonstração de transmissão sem fio de voz em São Paulo em 3 de Junho (Tradução do autor)

seus investidores/receptores. Tocavam-se óperas, havia palestras culturais dirigidas às elites da época e as rádios recebiam músicas de colecionadores (FILHO, 2009). Vale ressaltar que, durante esse período, a tecnologia permitia um único suporte comunicacional: o som.

Segundo Ortiz e Marchamalo (1994, p.20):

É um meio cego, razão pela qual a necessidade de comunicar mensagens que só podem ser percebidas pela via auditiva se converte na principal referência que se deve ter em conta para entender as peculiaridades da linguagem e da comunicação radiofônica.

Porém, Kischinhevsky e Modesto (2014, p.19) afirmam que: “a comunicação radiofônica é predominantemente sonora, sim, mas não se descaracteriza pela incorporação de elementos textuais ou visuais”. O próprio som pode ser organizado sinteticamente, a exemplo da música com sua expressividade específica, a partir do seu ritmo e batida. A música independe ou não de canto, pode utilizar efeitos sonoros, pausas ou até mesmo silêncio se for necessário. Desta forma convém dizer que a diferença entre o rádio e a música - a critério comparativo -, é dada a partir da forma e da articulação dos signos, que resultam em mensagens diferentes (FERRARETTO, 2014).

Exemplifica-se que a linguagem radiofônica contém quatro alicerces na sua composição, são eles:

A linguagem falada, ou seja, a palavra. A linguagem da música, também chamada linguagem das sensações. A linguagem dos sons e dos ruídos propriamente ditos. Para alguns autores, a descrição desse tipo de comunicação coincide com a linguagem das coisas. E, finalmente, a linguagem do silêncio (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005, p.20).

Assim, o Rádio ia se desenvolvendo, os produtores e pesquisadores descobrindo seu espaço e se consolidando na história do mundo. Através de colaborações e do uso engenhoso de elementos sonoros, o meio atravessou fronteiras, penetrando no espaço cultural e local de milhares de pessoas. Para Zuculoto, o rádio atingiu o auge a partir da década de 1940.

O desenvolvimento e a consolidação do rádio no Brasil e no mundo, como a mídia mais popular, de maior abrangência geográfica e de público, levou o meio, nos anos 40 e 50 em especial, inclusive a ter uma fase histórica para chamar de sua, somente sua: a Era do Rádio ou como muitos preferem denominar, a Época de Ouro do Rádio. Período em que o rádio reinou absoluto como meio de comunicação, informação, entretenimento (ZUCULOTO, 2021, p.13).

Esse período foi de suma importância para que houvesse uma definição dos caminhos do ‘fazer rádio’. Nos anos 40, havia programas humorísticos de sucesso, como PRK-30 e o

Balança mas não cai. Somado a isso ocorria o apogeu das novelas O Direito de Nascer e Em Busca da Felicidade, por exemplo (PRATA, 2012).

Segundo Meditsch (2007, p.35) este foi o “[...] período em que este veículo ocupou uma posição hegemônica na mídia, não só como meio de informação, mas, sobretudo de propaganda e entretenimento”. Apesar das supostas especulações de que o rádio estaria condenado e que perderia espaço, especialmente, com a implantação da TV, em 1950, na verdade, o meio continuou se readaptando, por exemplo, com a invenção do transistor, que permitiu, logo em seguida, a miniaturização dos aparelhos e a consequente popularização.

A sensação de riscos ao rádio derivou do fato de que a televisão herdou grande parte de profissionais oriundos do meio radiofônico, a sua linguagem, seus quadros e audiência. Porém, estes desafios enfrentados pela radiofonia fizeram com que se repensasse as suas formas e estruturas, a fim de evitar que o público não desertasse para a tela da TV (FILHO, 2009). Ao passo em que o meio quase perdeu todos seus recursos, acabou por ganhar, aos poucos, novos cenários e sentidos para sua existência (MEDITSCH, 2007).

Com isto:

O rádio, que nasceu nas ondas hertzianas, que só funcionava com antena, ocupava o espaço principal da sala e mobilizava multidões na fase do espetáculo, foi mudando de feições, ganhando novos suportes, dispositivos e funcionalidades. Com a Internet, o rádio agora é expandido e hipermediático, mas permanece como um narrador do cotidiano que atravessa fronteiras ao mesmo tempo em que abraça o local e o regional (RADDATZ et. al, 2020, p. 24).

Nisso se observa que há um dinamismo entre as relações da comunidade e o rádio, pois ele oferece visibilidade para notícias locais (FILHO, 2009).

E, também que:

O rádio ainda é, embora a maioria esmagadora de seus profissionais não tenha consciência disso, palco fundamental para negociações de identidades nas sociedades contemporâneas, uma operação vital para a própria constituição da diversidade social. Além disso, no plano da política, concessões de rádio ainda são um dos itens mais cobiçados por políticos brasileiros, especialmente os do interior, que as empregam em disputas regionais e na tentativa de obter consenso social em torno do poder das oligarquias que os geraram (KISCHINHEVSKY, 2007, p.12).

Após mais de nove década da Era de Ouro, em 2019, no Brasil, em meio a pandemia do Coronavírus, o rádio demonstrou sua resiliência em um mundo que constantemente está ligado à *internet*. Uma pesquisa do Kantar IBOPE (2020) constatou que houve o valor de 20% no critério de “ouvir muito mais rádio”, após o isolamento social provocado por esse momento histórico. Uma totalidade de 71% de pessoas revelou que manteve o hábito de ouvir

a mesma quantidade ou mais de conteúdos²³. Em 2020, outra pesquisa do grupo indicou que o rádio se constituiu como um dos meios de comunicação e informação mais prestigiados pelo público, com nível de confiança inferior apenas ao jornal²⁴.

Sua relevância é reconhecida por diversos motivos. Castells (2019, p.108), por exemplo, aponta que rádio foi o meio de comunicação de massa mais adaptável aos horários individuais e de localização das audiências durante século XX. Isso fez dele um importante aliado na difusão de conteúdo jornalístico e de entretenimento.

Meditsch (2007, p.41) ressalta que novas tecnologias jogam a favor e contra na competição do rádio em relação a outros meios. Para ele, se observa que de um lado há um aperfeiçoamento que torna o âmbito radiofônico mais competitivo, em contrapartida, favorece seus concorrentes e cria novos atores nessa disputa.

De fato, desde o início dos anos 1950, quando detinha 40% das verbas publicitárias, até a virada para os anos 1960, período em que a televisão já registra 24% dos investimentos, um ponto percentual acima do conjunto das emissoras de rádio, o meio enfrenta uma situação na qual teve de se reinventar constantemente (FERRARETTO, 2010, p. 20).

Observamos a ideia de reinvenção e reformulação do rádio por meio de tais avanços tecnológicos, quando se aponta que mesmo com os detectados problemas enfrentados, e que permanecem até hoje, o radiojornalismo conquista espaços nos anos de 1970 e 1980, transformando, junto dele, suas formas específicas de noticiar (ZUCULOTO, 2012).

Explicitamente, a mídia sonora foi impactada ao longo de sua história com os avanços tecnológicos, e, ainda assim, continua se readaptando. Por si só, esse motivo já justifica a importância de se pesquisar, analisar, ouvir e entender as dinâmicas do rádio.

Salienta-se que:

Foi com a internet que o rádio deixou de ser meramente hertziano, alterando, ainda, noções de tempo e espaço no que tange ao seu consumo. O rádio que já era móvel devido à miniaturização aproximou-se ainda mais do ouvinte, transformando-se em um meio praticamente onipresente, invisível, uma extensão da sua vida: está no carro, no celular, no *tablet*, no computador, nos canais de televisão por cabo e, claro, nos aparelhos tradicionais. Ou seja, uma ubiquidade potencializada pela internet. (WEIGELT, 2018, p.23, grifo do autor).

E, também:

²³ <https://www.kantaribopemedia.com/brasil-consumo-de-radio/> Acesso em: 02/09/2021

²⁴ <https://www.kantaribopemedia.com/kantar-aponta-as-principais-transformacoes-e-as-tendencias-de-comportamento-do-consumidor-pos-quarentena/> Acesso em: 02/09/2021

Dos Hertz a medir a potência de transmissão em ondas eletromagnéticas e, há até poucas décadas, exclusivamente analógicas aos *bytes* da informação digital na informática e nas telecomunicações, o conceito de rádio evoluiu de uma ideia associada à tecnologia para outra baseada na linguagem. [...] Sob a vigência da internet, já não vale mais o conceito de rádio que, antes, se constituía praticamente em uma verdade incontestável tanto entre pesquisadores como entre profissionais, conceito que parecia formalizado em dicionários de comunicação e manuais didáticos. (FERRARETTO, 2014, p.15-16, **grifo do autor**).

Conclui-se que, mesmo após o fim da segunda grande guerra, com todos os empecilhos oriundos das novas tecnologias de comunicação nos períodos dos anos 50 até o século XXI, o rádio está vivo e ao nosso redor, independente do dispositivo que ele estiver sendo consumido. Isto torna evidente que uma tecnologia não é necessariamente capaz de erradicar outra, porém pode tomar espaços e atenções de mídias pré-existentes (KISCHINHEVSKY, 2007).

Como citado anteriormente, na *internet*, o rádio se torna expandido, ele avança para o mundo virtual cooptando novas audiências e se fazendo presente via computadores, *smartphones* e demais dispositivos. Os modos de se comunicar com o público adicionam ferramentas, o ouvinte passa a escutar e a participar, seja por *chat* ao vivo, seção de comentários ou, até mesmo compartilhando sua rádio favorita em uma rede social.

Porém, neste segmento, o som ainda é o principal modo de transmissão de informação a quem quer que esteja ligado. E a história da radiofonia nos mostra as diversas possibilidades que a *internet* ofereceu para o rádio quando este começa a operar em *bytes*.

Na sequência, este trabalho visa apontar um importante passo no desenvolvimento da comunicação sonora pré-*podcast*, onde o rádio se torna expandido e, também, do surgimento das *webrádios* que influenciaram esta “ainda futura mídia nativa digital” tal qual o rádio o fez.

2.2 O rádio expandido no ambiente virtual: rádio transbordado para a internet e as rádios nativas digitais ou *webrádios*

Quando observamos o desenvolvimento do rádio na *internet*, ou a apropriação deste ao mundo digital, é possível perceber a abertura de portas para infintos debates. Pontuar o que é ou não rádio pelo seu suporte ou pelo uso de multimídia acarreta digressões ou, paradoxalmente, aproximações.

Castells (2019, p.121) faz a reflexão de que a difusão da *internet* e da comunicação sem necessidade de fio acaba por descentralizar a rede comunicacional. De tal forma, o autor

prossegue dizendo que o surgimento dessa autocomunicação de massa amplia a autonomia e a liberdade que os atores comunicadores possuem.

Entretanto, a autonomia cultural e tecnológica não leva à autonomia comercial midiática. Por fim, é dito que, na verdade, “[...] ela cria novos mercados e novas oportunidades de negócios. Os grupos de mídia se integraram em redes globais multimídia[...].” (CASTELLS, 2019, p.121). Aliado a este aspecto, vemos em Kischinhevsky (2007) que os computadores permitiram a navegação ao redor do globo, com todo tipo de conteúdos interativos em imagem e som espalhados em *sites*, incluindo emissoras de rádio.

Deste modo podemos observar que a *internet*:

[...]como todos os demais avanços nas telecomunicações, não representa uma ameaça, mas uma extraordinária ferramenta para o desenvolvimento do rádio. Permite a transmissão de som, ao vivo ou gravado, a baixíssimo custo, de qualquer parte para qualquer parte do mundo, sendo um instrumento de grande utilidade para a produção de radiojornalismo (reportagem, pesquisa, etc.) (MEDITSCH, 2001, p.3).

Visto as oportunidades que o meio traz, observamos em Prata (2012, p.15) que:

Esta discussão faz parte de um debate mais amplo que toma conta de todo o mundo acerca da convergência das mídias, isto é, todos os veículos de comunicação funcionando num mesmo suporte, a internet. Certamente que esta possibilidade da convergência chega a provocar arrepios nos amantes do rádio - profissionais, pesquisadores ou ouvintes - que se deliciam com os programas, as transmissões esportivas, os noticiários, as músicas, num velho e bom aparelho onde as emissoras estão ao alcance à simples mudança no dial. Uma das frases mais célebres do filósofo canadense Marshall McLuhan diz que “o meio é a mensagem”. Assim é o rádio que, num novo meio, a internet, encontra uma nova linguagem para chegar ao seu público.

Então, o rádio já não é mais rádio analógico em si, mas um conjunto de técnicas, normas e modos de produção que são semelhantes a ele, porém diferentes ainda assim. Neste novo momento é que se origina o rádio expandido, uma necessidade de compreender o fenômeno comunicacional sonoro em tempos modernos que se não dissocia dos *hertz*, porém passa a operar em *bytes*.

Kischinhevsky (2007, p.114, grifo do autor) aponta que:

O rádio virtual via internet é uma realidade desde os anos 90. Em diretórios de busca, é possível encontrar *links* para milhares de rádios de vários pontos do planeta, dos Estados Unidos a Hong Kong, da Finlândia ao Brasil. O Timecast, pioneiro portal da RealNetworks, oferecia serviços de informação *online*, *chat*, listas de discussão e permitia, em 1999, a recepção de 1.222 emissoras de rádio e TV de todo o mundo (39 estações de rádio brasileiras).

O autor ainda segue com o argumento de que tais rádios podem existir tanto fisicamente no mundo real quanto no virtual, e que sua popularização só foi possibilitada mediante a criação de um incremento no navegador de *internet* chamado *RealAudio* (KISCHINHEVSKY, 2007).

Portanto, o rádio já presente na *web* se apresenta como possibilidade de audição via navegador da *web*, porém, em raros momentos, as empresas que operam de forma analógica produzem conteúdo específico para um público de *internet*. É neste momento da comunicação radiofônica que é entendido como rádio expandido, por uma evidente expansão do seu conteúdo para outro meio, o digital, mas ainda assim propagando o mesmo conteúdo de forma analógica.

Com o advento da *web*, empresas em geral começaram a colocar suas páginas na *internet* para uma interface com o consumidor. O rádio viveu o mesmo processo e muitas emissoras passaram a ter um site na rede, com informações sobre a empresa e os locutores, letras de músicas, tabela de anúncios publicitários, etc. Aos poucos, as rádios também passaram a ofertar a transmissão *on-line*, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador (PRATA, 2012, p. 59).

Evidencia-se novamente que seu produto sonoro nada se diferenciava do que era apresentado nos *hertz*. As múltiplas informações e recursos que os computadores possibilitam ao rádio não reconfiguram o programa radiofônico em si, mas oferece ao ouvinte a opção de consumir outros conteúdos, alguns deles ligados diretamente a própria programação da emissora.

De tal forma, observamos em Teixeira e da Silva (2010, p.256) que:

Em muitos casos, a emissão online é a reprodução integral do sinal hertziano através de codificação pelo computador que, através de *streaming*, reproduz a emissão por IP (*Internet Protocol* - Protocolo da Internet), acessível a todos os que trabalhem no ambiente *web*. Os dados são enviados do PC por pacotes de áudio, vídeo e imagens para *internet*, ficando armazenados em ambiente virtual e disponibilizados para o público, o qual tem acesso a um conjunto de recursos interativos.

É somente durante o processo da digitalização, da expansão do rádio para a *internet* mediante a criação de suas páginas oficiais, que há uma mutação a partir das novas possibilidades que passam a penetrar no campo radiofônico.

O *chat*, que é a grande novidade em termos de interação na *internet*, está presente também em algumas emissoras de rádio hertzianas com páginas na *web*. O site da Rádio Canção nova, por exemplo, oferece 17 salas diferentes de bate-papo. Num acesso, em todas as salas havia um total de 139 pessoas conversando e quatro assistindo, sem participar (PRATA, 2012, p.145, grifo do autor).

É evidente, portanto, a questão pontuada acima em que este ambiente traz à audiência uma gama de outros conteúdos, neste caso incluindo o próprio ouvinte como consumidor que é tanto passivo mediante ao áudio, quanto ativo via *chat*.

Sendo assim, os produtores têm de diversificar a forma de apresentação de seus conteúdos, integrando-os a novos formatos de distribuições, agora, de forma digital a observar, por exemplo, os aparelhos de mp3 e celulares (DEL BIANCO, 2010).

Segundo Prata (2012, p.61):

A Rádio Klif, no Texas, Estados Unidos, foi a primeira emissora comercial a transmitir de forma contínua e ao vivo através da internet, a partir de setembro de 1995. A criação desta emissora jogou por terra todos os pressupostos conhecidos até então sobre radiodifusão, como necessidade de concessão, presença de elementos visuais, interação em tempo real e, é claro, a ausência do bom e velho aparelho de rádio.

Sobre a convergência, Kischinhevsky (2016, p.43) explica que:

A fase da convergência seria, portanto, também uma fase de multiplicidade da oferta. Os movimentos são aparentemente contraditórios, mas fazem parte de um claro processo de reordenação empresarial e de transição rumo a suportes digitais - um processo em que grandes grupos de comunicação acabam investindo em novos negócios muito diversos entre si, temendo ficar para trás e perder mercados, diante de um cenário de crescente competitividade.

Se compreende que o rádio se torna “um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões das ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música.” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.13).

Esta radiofonia digital e analógica também decorre de um período de profusão das tecnologias sem fio. Castells (2019, p.110) diz que em 2002 o número de pessoas que assinam linhas sem fio ultrapassa a de assinantes de linhas fixas no mundo. O autor ainda nos apresenta que “assim, a capacidade de se conectar a partir de um dispositivo sem fio passa a ser o fator crítico para uma nova onda da difusão da internet no planeta” (CASTELLS, 2019, p.110).

Ora, não há dúvidas do papel fundamental que a *internet* proporciona para o rádio, segundo Bathgate (2020, p.198):

At the beginning of the twenty-first century there was a radical shift in how listeners received music and information. Young people in particular saw radio as outmoded. They preferred to listen to music or access news and information via portable music players and the internet. There has been a noticeable drift away from AM to FM broadcasts since the new century began. Audiences for long, medium and shortwave broadcasts continue to

fall. [...]

However, this doesn't mean that radio has finally been eclipsed. Radio simply did what it did when confronted by the emergence of television in the 1950s: adapt to survive.²⁵

Desta forma, o meio precisa se adaptar e com isto operar no mundo digital da mesma maneira que no analógico. Entretanto as *webrádios* são compreendidas de outra forma, como um meio de comunicação massificado que se origina e se mantém exclusivamente na *web*.

Porém, a expansão do rádio trabalha com estes já citados dois modos de operação, *hertz e bytes*, as *webrádios*, unicamente, se configuram de modo digital.

Além disso, um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela (CASTELLS, 2019, p. 62).

Fundamentalmente as *webrádios* ampliam não só a margem de consumo da mídia sonora, mas, também, diversificam o modo de produção de conteúdo jornalístico pois: “presentes na internet, as rádios locais poderão potencializar a sua dimensão de proximidade criando espaços de programação e informação dirigidas para a comunidade emigrante que é originária do local de implantação da emissora” (BONIXE, 2019, p.116).

Com o crescimento e a popularização do consumo digital de informações, o jornalista passa a trabalhar em um ambiente de novos desafios e é neste momento que ocorre uma desestabilização na identidade comunicacional e social através da informática. Pois, segundo Lévy (2016, p.103):

[...] os computadores, longe de serem os exemplares materiais de uma imutável ideia platônica, são redes de interfaces abertas a novas conexões, imprevisíveis, que podem transformar radicalmente seu significado e seu uso. O aspecto da informática mais determinante para a evolução cultural e as atividades cognitivas é sempre o mais recente, relaciona-se com o último envoltório técnico, a última conexão possível, a camada de programa mais exterior. [...] A principal tendência neste domínio é a digitalização, que atinge todas as técnicas de comunicação e de processamento de informações. Ao progredir, a digitalização conecta no centro de

²⁵ No início do século vinte um, houve uma mudança radical em como os ouvintes receberam música e informação. Jovens em particular viram rádio como fora de moda. Eles preferiam ouvir música ou acessar notícias e informação via tocadores de música portáteis e a Internet. Houve um notável debandada do *broadcast AM* para o FM desde que o novo século começou. Audiências de longa, média e curtas ondas continuam a diminuir. [...] Entretanto, isto não significa que o rádio finalmente foi eclipsado. O rádio simplesmente fez o que havia feito quando confrontado com a emergência da televisão nos anos de 1950: Adaptou para sobreviver. (Tradução do autor)

um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática.

O jornalismo sonoro digital, especialmente após o surgimento das rádios unicamente *on-line*, abrange novos modos de contemplar sua notícia por exemplo e consiste nesta constante adaptação dos meios, onde estes são afetados pelas próprias possibilidades que a *internet* oferece. Reflexo disso são os passos que a radiofonia dá ao emergir para o mundo digital. Deste modo:

[...] o surgimento das webrádios, entendidas nesta pesquisa como sendo emissoras que funcionam exclusivamente na internet, promove um novo panorama, no qual concessões governamentais não são mais necessárias e no qual a informação radiofônica pode ser tratada de maneira totalmente diferenciada, complementando o áudio com imagens, hiperlinks, vídeos e outros recursos textuais e imagéticos. (THIBES, 2014, p. 65-66).

E, com isto:

O modo de transmissão e de consumo das notícias é alterado nas webrádios (já que existe a possibilidade do *streaming*, do *podcast* e do *on demand*), assim como a rotina de produção também precisa se adequar à realidade atual. Hoje, os jornalistas interagem mais com o ouvinte, que também é um produtor de informação, por meio de e-mails, telefonemas, mensagens SMS, mensagens por Whatsapp, uso dos aplicativos específicos das emissoras, etc. As intervenções ao vivo dos repórteres também são mais fáceis, já que o celular permite que se entre em contato de qualquer lugar e a qualquer momento, basta ter sinal da operadora que fornece o serviço. (THIBES, 2014, p.68, grifo da autora).

Quando as possibilidades do campo digital abarcam os meios tradicionais, não somente as formas de consumo, os rituais de acesso e as ferramentas utilizadas são modificados, mas também os próprios meios se alteram.

Num cenário de crescente convergência midiática, o rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação - notadamente, o segmento de jornais, com a acentuada erosão das tiragens dos diários de referência. Relegado a um papel de coadjuvante desde a popularização da TV, o rádio renasce amalgamando-se à rede mundial de computadores e às redes de telefonia móvel, encontrando novos e diversificados canais de distribuição (KISCHINHEVSKY, 2016, p.13).

É natural que o rádio iria se adaptar com as transformações midiáticas dos séculos XX e XXI, originando novos produtos comunicacionais através do áudio. É a partir destas novas influências tecnológicas que o rádio se reestrutura para a *web* e sua transição dos *hertz* aos *bytes* acaba por possibilitar peculiaridades.

Com o avanço tecnológico e a ampla comercialização dos dispositivos móveis, também incrementam-se cada vez mais os aplicativos de rádio em geral e das próprias emissoras: Elas estão nos *MP3*, *iPods*, computadores. O resultado é que os usuários-ouvintes podem lançar mão de qualquer um desses dispositivos para escutar conteúdo radiofônico ao vivo ou fazer o *download* dos *apps* das emissoras (WEIGELT, 2018, p.31, grifo do autor).

No mês de fevereiro de 2021, o portal radios²⁶ possuía mais de cinquenta diferentes estações para se conectar a um *click* na categoria ‘Top Rádios’. Com os mais variados temas, este site da *web* aglutina uma gama diversa de programações e *tags*²⁷ que possibilitam ao ouvinte escolher a seu gosto o que ouvir. Prata (2012, p.79) explica que:

Podemos afirmar que o rádio na web repete as fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros textuais e imagéticos.

Kischinhevsky (2007) nos lembra que, livre ou comercial, o mais relevante nessas novas estações é a mudança cultural da audiência que passa a programar o que quer ouvir. Ele comenta que, na virada do século, o *site* radios.com.br, já apresentava uma conexão com mais de 2.100 emissoras de 105 países.

Os sistemas de rádio totalmente digitalizados (da produção à recepção, passando pela transmissão digital) permitirão o funcionamento de dezenas de emissoras usando uma mesma frequência, um mesmo canal, todas transmitindo com qualidade. E cada uma em condições de oferecer aos ouvintes várias opções de programação num mesmo canal e ao mesmo tempo. Por exemplo, uma emissora pode transmitir, simultaneamente, no seu único canal, programações em diferentes idiomas ou programas por categoria musical ou jornalismo por áreas (economia, política, esportes, etc.) (ZUCULOTO, 2012, p.154).

Esta realidade, está presente e fideliza o meio sonoro como uma aliada na comunicação em razão da sociedade. Conforme pesquisa do Ibope/NetRating, ressaltada por Jung (2013, p. 67), no primeiro semestre de 2004, 46,88% de quem acessava a *internet* buscavam informações e notícias sendo que a maioria cultivava os hábitos de ouvir rádio. Já no ano de 2020, segundo pesquisa Kantar/Ibope²⁸, 74% dos ouvintes de Rádio afirmaram que mantiveram o consumo do meio ou, inclusive, aumentaram o mesmo. Somado a este aspecto, aponta-se que houve um crescimento de 25% para 27% de consumo no período transcorrido,

²⁶ Disponível em: <radios.com.br>. Acessado em dia 15/02/2021

²⁷ *Tag* pode ser entendido como um termo ou frase que sintetiza um conteúdo, uma orientação que se refere a algo.

²⁸ www.tudoradio.com/noticias/ver/23645-o-radio-hoje-levantamento-do-kantar-ibope-media-revela-aumento-do-consumo-de-radio-durante-a-pandemia Acesso em: 15/02/2021

impulsionado também pela pandemia do Coronavírus, de 2019 à 2020 pelos meios de plataformas de *streaming*.

Jung (2013, p.75) ressalta que:

É verdade que a dimensão tomada pela internet levou à descentralização dos núcleos de opiniões, permitindo difusão maior de ideias. Abriu espaço para pensamentos que não encontravam eco nos meios de comunicação tradicionais, seja devido a interesses econômicos e políticos ou editoriais, simplesmente. É verdade, também, que a internet abre possibilidades que o rádio propagado por ondas eletromagnéticas jamais nos ofereceu. Torna mais simples e barata a montagem de uma emissora e abre essa possibilidade a qualquer cidadão, pelo menos na teoria. Sequer é necessário autorização do Estado, extingue-se a figura da concessão pública e a autoridade perde poder de influência.

Os equipamentos digitais para gravação, arquivamento e a própria produção passaram em poucos anos por diferentes tecnologias de registro, sendo estes o *Mini disc*, *Digital Audio Tape*, e o *Digital Compact Cassete*. A utilização desses equipamentos permitiu a reprodução infinita e sem perda de qualidade. Fácil manejo, grande capacidade e facilidade de armazenamento, a não degeneração de cópias, busca rápida e facilitada do segmento desejado além da edição não linear (ZUCULOTO, 2012).

No âmbito tecnológico, as etapas de criação/produção, edição, distribuição, e consumo foram redesenhadas por novos dispositivos e hábitos de escuta. Estúdios tornaram-se mais compactos, baratos e funcionais, e microfones direcionais dispensaram cabines de locução, propiciando a remoção de paredes e permitindo a repórteres entrarem ao vivo diretamente da redação. Softwares de edição de áudio facilitaram a montagem de reportagens, boletins e programas (KISCHINHEVSKY, 2016, p.53).

Esta implementação da digitalização nas rotinas produtivas, de veiculação e circulação do rádio já vem de tempos. As tecnologias citadas são apenas algumas, assim como as novas funcionalidades e possibilidades que o rádio angariou ao cooptar para si as que eram até então, emergentes.

Posteriormente, o meio radiofônico, geneticamente mais limitado ao nível da sua expressividade, baseada unicamente no som, e circunscrito a uma narrativa linear e temporal, encontrou na Internet um parceiro para novos contextos narrativos, discursivos e de expansão junto das audiências. A relação entre a rádio e a Internet passou a basear-se na complementaridade: a rádio retira da rede global o que não possui geneticamente. Emergem novas formas expressivas e modos de expansão junto dos ouvintes. O fenômeno das web-rádios vistas como espaços para novos conteúdos ou a expansão geográfica da rádio utilizando a rede global são bons exemplos desta complementaridade (BONIXE, 2011, p.30).

As evoluções tecnológicas rompem tradicionais paradigmas e consumo das ondas *hertzianas* quando no campo digital. Vê-se que o jornalismo por meio do áudio se transforma

em uma visão multifacetada do ponto de vista da sua expressão. O rádio que informa começa a utilizar elementos que não são próprios do código genético do rádio como, por exemplo, o vídeo, infografias, fotografias ou palavra escrita (CUNHA; AVRELLA, 2019).

A resposta da informação radiofônica ao cenário multiplataforma é observável também através da criação de outros produtos, como sejam conteúdos em pdf, *podcast* ou *mobile journalism*. A presença nas redes sociais é igualmente uma linha de investimento que deve ser assinalada. As rádios não dispensam o Facebook ou o Twitter, plataformas nas quais passaram a colocar os tópicos principais das suas notícias, seguindo, sobretudo, uma lógica de expansão e disseminação da informação pela rede (BONIXE, 2011, p.32, grifo do autor).

A utilização de novas plataformas de redes propaga a mensagem do rádio e do áudio por uma esfera de criação de conteúdos que são divergentes do tradicional formato *hertziano*. Mas não somente isto, todo um complexo modo de operação midiático se desdobra a partir deste ponto. Os computadores por vezes substituem em definitivo os antigos toca-fitas e toca-discos, o MP3 passa a se tornar a linguagem sonora das músicas, e os radialistas transitam em um espaço que é ao mesmo tempo virtualizado e *hertziano*.

Diversas forças desmantelaram os muros que separam os meios comunicacionais. Novas tecnologias permitiram que um mesmo produto textual pudesse assumir formas distintas e ter pontos de recepção diferentes (JENKINS, 2009).

Seu público dialoga via telefonemas, comentários nas seções designadas e, também, compartilham com seus amigos ou grupos familiares *links* e *hiperlinks* dos programas que deixam de ser consumidos apenas ao vivo para, também, ser ouvido mediante *download* posterior.

O ouvinte pode se tornar participante e recursos multimídia como textos e imagem também se apresentam. Os ouvintes são fidelizados pela programação estabelecida por sua rádio favorita como, também, é aberto espaço para a criação de conteúdos e interatividades particulares entre eles próprios. Este fenômeno é visto de forma semelhante com as páginas dos noticiários na *web*.

É comum vermos comentários sobre as matérias textuais na sua seção especificada, e, também, nos espaços designados dentro das diversas plataformas que abrangem outras tecnologias como o vídeo.

De forma geral, os meios tradicionais não atendem as necessidades de informação e entretenimento do público, reproduzindo modelos que estão esgotados ou em fase de esvaziamento. Com isso, há um desinteresse pelo consumo de conteúdos nos formatos tradicionais (meios impressos e eletrônicos), ainda baseados em uma lógica de produção analógica, gerando um impacto direto no modelo de negócios dos meios de comunicação reconhecidos pelo modo de produção, e distribuição,

massivos. Há um novo perfil de ouvintes, espectadores, e leitores que passaram a ter uma maior autonomia utilizando as ferramentas digitais, de tal forma, a serem elevados a uma nova categoria: a de usuários. Não mais seres passivos com limitações para interagir com os produtos midiáticos (BUFARAH; CARVALHO, 2019, p.47).

É neste cenário que podemos apontar para o que viria a ser um formato diferente, com forte influência deste percurso histórico da evolução analógica para o digital e dos próprios produtos nativos digitais. Este fenômeno comunicacional é *on demand*, referência o tradicional rádio e em contrapartida também se afasta do mesmo, sofre influência direta de seu ambiente *web* com *hiperlinks*, podendo ser multimidiático – por vezes sendo apresentado até mesmo em vídeo –, entre demais outras características.

É amplamente utilizado como recurso nas mídias tradicionais, com programas próprios ou como suporte de seus conteúdos produzidos no ambiente radiofônico e transpostos para a *web*. Pode ser consumido mediante a diversos aparelhos tecnológicos e é tido como uma potente ferramenta comunicacional. Nativo digitalmente, sofre influência de todo um processo histórico de comunicação sonora e do jornalismo via áudio, angaria para si recursos fundamentados nas técnicas radiojornalísticas e, também, customiza-se mediante a influência do próprio ambiente virtual. São eles os *podcasts*.

2.3 Podcast

O efervescente campo midiático que surge com a *internet* em todas as esferas da comunicação fecunda, em dado momento, o que viria a ser um novo e complexo formato em áudio. Vemos neste processo inicial que:

A utilização da *internet*, passada a fase inicial dominada pelos pequenos empreendedores, desperta a atenção de grandes grupos empresariais. Emissoras tradicionais buscam expandir seus serviços para a rede mundial de computadores e vêm colhendo resultados promissores (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p.177).

E é durante este momento de constante expansão do campo midiático na *internet* que há a origem, datada no ano de 2004, do conceito de ‘*podcast*’ e este formato se tornou presente no cotidiano da sociedade, não tardando ao Jornalismo explorar suas potencialidades.

Embora *podcasts* estejam disponíveis desde meados dos anos 2000 e fãs de áudio viessem baixando estes programas para ouvir em seus computadores, dispositivos de áudio portáteis e *smartphones*, só em 2014, com o *podcast* arrasa-quarteirão Serial, o radiojornalismo narrativo tornou-se assunto de conversas à mesa de jantar em todo o mundo (LINDGREN, 2020, p.120, grifo do autor).

Observa-se também que:

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse download ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o RSS (*Really Simple Syndication*) (LUIZ, 2014, p.9, grifo do autor).

São nestes momentos, ainda que separados por um curto período de tempo, que a chamada *podosfera* entra no vocabulário popular, na medida em que os agregadores de áudio se sofisticaram e as linguagens digitais começaram a inferir nos meios tradicionais de mídia de suas próprias marcas.

Deste modo, a indústria midiática como um todo passa a produzir seus respectivos produtos jornalísticos sob nova demanda.

No mesmo período do nascimento das redes P2P, começaram a ser utilizados sistemas de distribuição automatizada de arquivos digitais em áudio, a partir de feeds, com RSS e Atom. Logo, surgiram programas agregadores como iPodder e iTunes, visando organizar o acesso aos conteúdos assinados pelos internautas. Esse é o cenário que viabiliza o surgimento do *podcasting*, modalidade de radiofonia sob demanda, assíncronica, que vai além da oferta de conteúdos em websites e emissoras (KISCHINHEVSKY, 2016, p.68).

Portanto, os meios de distribuição de conteúdo, que já eram virtualizados e agregados na *internet*, oferecem o *podcast* como produto e, com isto, surge um intrincado fenômeno. A tentativa de caracterizá-lo como um ‘rádio na *internet*’ e outras diversas espécies de singelas descrições são, de fato, os primeiros passos que o campo acadêmico teve de tomar para poder compreender o que é este produto. Vemos que:

Podcasting é uma tecnologia para distribuição, recepção e escuta sob demanda de conteúdo sonoro produzido por tradicionais editores, como rádio, companhias editoriais, jornalistas e instituições educacionais (escolas, centros de ensino profissionalizante), ou criado por produtores independentes de rádio, artistas e amadores (BONINI, 2020, p.14).

Mas, mesmo que este possa ser defendido neste aspecto também temos que:

Ainda que alguns *podcasts* possam ser produzidos ao vivo (em eventos, por exemplo) ou estar atrelados à programação de uma emissora de rádio, de modo geral, após esta transmissão “em tempo real”, o conteúdo é disponibilizado em ambiente virtual, para consumo posterior, de acordo com o tempo e o interesse do ouvinte (SOUZA; FORT; BOLFE, 2020, p.85).

Obviamente as condições de *webrádio* e até mesmo o rádio expandido já configuravam esta realidade, e é neste ponto que há a dificuldade de elencar em onde que o *podcast* se enquadra.

Pesquisadores apresentam a ideia de que é uma mídia sonora nativa da *web* cuja “disseminação de arquivos digitais em áudio através da *web* com periodicidade e utilizando tecnologias de indexação RSS (Rich Site Summary)” (BUFARAH, 2017, p. 1) é evidente.

Com isto observamos novamente a problemática do uso do termo aplicado a canais na *Twitch*, por exemplo. Vê-se a utilização do áudio e de imagem nas apresentações ao vivo direto dos estúdios onde os respectivos *podcasters* trabalham. Em reflexão com as contextualizações citadas nesta dissertação, pontuamos que esta característica soa distinta do que se entende por *podcast*, porém, ainda assim, há a utilização da nomenclatura.

Outro exemplo disso é o *Flow Podcast*, onde os antigos dois apresentadores permaneciam ao vivo, via vídeo, no site da *Twitch* e que, ao mesmo tempo, diziam estar produzindo o formato sonoro *podcast*. É importante salientar que na categoria *Talk Shows and Podcasts*²⁹ há uma variada quantidade de canais transmitindo em imagem o que depois irá se tornar um arquivo em áudio nos principais agregadores e, em eventuais casos, recortes dos vídeos em plataformas como *Youtube*.

A diversidade do fenômeno parece criar dificuldades para sua conceituação em termos acadêmicos. A apreensão de algo com contornos nem sempre definidos colocam à pesquisadora ou pesquisador uma série de problemas para circunscrever um fenômeno como objeto de estudos e, mais ainda, como objeto empírico. Certamente essas dificuldades não são exclusivas do estudo acadêmico de *podcasts*. No entanto, neste caso, soma-se o fato de se tratar de um fenômeno relativamente recente, que pode remontar, com alguma elasticidade cronológica, ao início dos anos 2000, e parece ainda não ter suscitado um agrupamento crítico de estudos que permita dimensioná-lo em suas linhas gerais (COUTO; MARTINO, 2018, p.49, grifo dos autores).

As fronteiras que abrangem o termo *podcast* se tornam nebulosas, pois seus produtores se apropriam do termo para nomear qualquer produto nativo digital multimidiático. A própria integralidade multimidiática que se origina com as *webrádios*, a partir da inserção de seções de comentários, letras de música, informações adicionais sobre a rádio, etc. infere neste novo meio comunicacional outra série de influências que torna confuso o uso do termo *podcast* como uma mídia estritamente sonora.

Um dos caminhos para elucidar o uso correto do termo, defendido pelo autor deste trabalho, é o pensamento de que:

²⁹ <https://www.twitch.tv/directory/game/Talk%20Shows%20%26%20Podcasts> Acesso em 12/04/2022

Thrillingly, podcasts can be as long as a piece of string. Audio producers can focus on a natural narrative shape rather than artificially moulding a story to a pre-ordained duration. This enhanced Serial's appeal and opens new structural possibilities for the form (MCHUGH, 2016, p. 5).

Assim sendo, este produto nativo digital possui influência do próprio meio em termos de caracterização e de formato. Ele se afasta do que as *webrádios* produzem e diverge do rádio expandido visto que, em ambos os casos, seu conteúdo depende da instantaneidade, já o *podcast* pode ser acessado a qualquer momento, podendo ser pausado sem perder conteúdo. Sua duração e multimídia reforçam as características e potencialidades que inerentes à *web*.

Vemos em Murta (2016, p.10, grifo da autora) outro aspecto sobre os *podcasts*:

A linguagem do *podcast* abre espaço para experimentação de diferentes formatos e gêneros de programas sonoros como, por exemplo, a produção de relatos da vida cotidiana e comentários sobre fatos sociais ou a dramatização, que fez sucesso na era de ouro do rádio por meio das radionovelas, mas que foi gradualmente desaparecendo do *dial* das emissoras tradicionais.

Entretanto, a própria *web* não é um cenário de caos sem nenhuma estrutura. Neste sentido Barton e Lee (2019), ao comentarem sobre os *blogs* jornalísticos, evidenciam que há diferentes perspectivas criadas pelo modo que a sociedade age dentro do campo virtual e que, de tal forma, estes espaços angariam potencialidades. Mas, ainda assim, ao ser afetado pelas possibilidades da *web*, os *blogs* se tornam mais que um simples formato, pois passam a criar espaços para linguagens diversas. E as características inerentes aos *podcasts*, embarcam neste mesmo sentido.

É visto que o uso equivocado do termo *podcast* a partir dos produtores de conteúdo acabam proporcionando uma gama de conteúdos tão esteticamente diversificados que, de fato, conceituar este formato requer uma observação atenta a todos os recursos utilizados por ele.

Devemos compreender que o barateamento dos produtos capazes de produzir conteúdo digital é evidente como citado anteriormente. Os custos necessários para se criar um estúdio de *podcasts* ou *webrádios* passou a introduzir uma gama de entusiastas e amadores a este meio. Atualmente, uma pessoa com um microfone e um conjunto de *softwares* de edição pode se passar como agente de comunicação.

Neste espaço em que o amador divide a atenção junto do profissional é que se origina uma troca de técnicas e recursos que torna o meio digital uma área que balança entre estas duas forças.

A partir deste conjunto de fatores, Martino observa que:

Reportar um evento, dar um diagnóstico ou gravar uma música, por exemplo, deixaram de ser atividades específicas de jornalistas, médicos e músicos: qualquer pessoa, com equipamentos adequados e um conhecimento básico sobre seu funcionamento, pode transmitir informações, colocar seu depoimento sobre um remédio ou gravar uma música. Médicos, músicos e jornalistas profissionais atuantes, além de uma formação teórica e técnica específica, costumam ter a experiência prática cotidiana do que é escrever notícias ou executar músicas. No entanto, nas redes sociais, bem como nos *sites* de busca, é possível encontrar todo tipo de informação produzida por pessoas sem as credenciais necessárias para dizer o que dizem. Não há filtros, não há parâmetros - é, ou deveria ser, a principal experiência de liberdade que os seres humanos já tiveram (MARTINO, 2020, p. 265, grifo do autor).

O fenômeno de produção amadora junto da profissional, um alimentando o outro com suas próprias influências, abre caminho para esta dificuldade de pontuação definitiva do que é entendido como *podcast*.

Citado anteriormente, o *Flow Podcast* não é um programa jornalístico e sequer é um *podcast* apresentado por jornalistas. Mas é o quarto produto mais consumido, segundo pesquisa da *Deezer*, em 2021³⁰. Em primeiro, encontra-se o *NerdCast*, seguido do *PodPah* e o *Assunto* em terceiro. Destes quatro, apenas o *Assunto* e o *NerdCast* não produzem seu conteúdo em vídeo ao vivo, porém todos os programas citados apropriam-se do nome *podcast*, sendo eles multimídia ou não.

É relevante observar que as inserções publicitárias ou a participação dos ouvintes é diversa em cada um destes exemplos. Nas plataformas do *Youtube* e *Twitch* há a participação do ouvinte/espectador via *chat*, marcada pela influência da expansão do rádio para a *web* há, também, novas formas de interatividade.

Conhecido como *superchat* ou *donate*, este modo de interação com os produtores atingem um patamar um pouco diferente do que é entendido como comentários. Esta customizada forma de participação do ouvinte/espectador é realizada a partir de doações com variadas quantias de dinheiro, podendo abranger a margem de cinco até mais de mil reais por mensagem. A depender de qual plataforma estamos tomando como exemplo, um texto multicolorido emerge na tela para todos lerem em destaque, tomando como providência apenas o limite do bom senso do próprio doador. Já na *Twitch*, a doação pode ser lida com uma voz robótica, penetrando o espaço dos locutores com efeitos sonoros ou somente o texto seguido de um aviso sonoro.

A *Twitch*, por ter seu foco na criação de conteúdo ao vivo de conteúdo, é a que abrange a maior diversidade de participação do espectador/ouvinte. Podendo dar insígnias aos

³⁰ <https://www.deezer-blog.com/press/segundo-a-deezer-24-dos-brasileiros-passaram-a-ouvir-podcast-em-2021/>

seguidores que pagarem inscrição ao canal, customização no chat com *emojis*³¹ característicos possíveis de serem acessados apenas mediante pagamento, leitura de frases ou citação em vídeo pelos autores, etc.

Esta manifestação mais espontânea envolve o que é compreendido como “producers”, produtores-usuários que realizam suas tarefas através de processos colaborativos de criação e recriação (JENKINS, 2014). É neste cenário de produção virtualizada que os agentes de propagação de conteúdos passam a coexistir com os tradicionais veículos de mídia, onde os *podcasts* acabam por se afastar mais ainda do rádio e rádio expandido, delimitando outra característica singular deste produto.

A partir da criação de interfaces simplificadas para veiculação de conteúdos on-line, os ambientes de Internet passaram a ser largamente utilizados pelos usuários(as) não especializados(as) como meio de expressão individual e coletiva. Operando como um espaço social para apresentações do self, em que são veiculadas representações de identidade e individualidade, [...] Essa tecnologia permitiu então que algumas pessoas que já lidavam com computadores em suas atividades profissionais e/ou cotidianas utilizassem essa tecnologia para criar blogs temáticos, voltados exclusivamente para assuntos específicos (BRAGA, 2013, p. 149-150).

Junto disso, uma demanda de produtos informacionais ou de entretenimento cada vez mais customizados toma forma. Castells observa que:

Considero estruturas sociais como arranjos organizacionais de seres humanos em relações de produção, consumo, reprodução, experiências e poder, expressos em uma comunicação significativa codificada pela cultura. As redes digitais são globais, pois têm a capacidade de se configurar de acordo com as instruções de seus programadores, ultrapassando fronteiras territoriais e institucionais por meio de redes telecomunicadas de computadores (CASTELLS, 2019, p.71).

A relevância destas observações é para pontuarmos que os *podcasts* já nascem em um ambiente onde a produção amadora de conteúdo é naturalizada. Com a *internet*, se originam *youtubers*, *streamers*, etc. e conglomerados midiáticos passam a reconhecer a influência destes nas suas diversas áreas de atuação. Junto disso temos que uma “audiência criativa emerge, remixando a multiplicidade de mensagens e códigos que recebe com seus próprios códigos e projetos de comunicação.” (CASTELLS, 2019, p.189).

Nos capítulos que virão, serão abordados os elementos sonoros presentes na radiofonia e nos *podcasts*, trazendo uma abordagem dos principais usos do som em programas jornalísticos. Após esta exposição, poderemos observar com melhor clareza como que o

³¹ *Emoji* é o termo utilizado para representação gráfica de algo, podendo abranger desde rostos, animais, onomatopeias entre outros.

corpus desta pesquisa se utiliza de toda uma variada gama de elementos sonoros na criação de seus próprios programas noticiosos.

3 OS ELEMENTOS DO RÁDIO E ÁUDIO E SUAS APLICABILIDADES NO *PODCAST* JORNALÍSTICO

A constante influência da linguagem radiofônica e os *blogs* foram fatores fundamentais na elaboração de uma estética *podcaster*. Consideramos, por exemplo, a questão do público, em que, na melhor das hipóteses, o registro de sua presença era dado através de aplausos ou vaias durante programas de auditório (KISCHINHEVSKY, 2016). A partir do ambiente *online*, já observamos que na *webrádio* há a possibilidade da presença do público via *chat* ao vivo.

Portanto, o ouvinte pode se tornar participante com o uso de recursos multimídia como textos e imagem, no caso das *webrádios*, ou influenciando a programação nas *streams*. Deste modo, não somente os ouvintes são fidelizados pela programação estabelecida por sua rádio favorita, como há um espaço que é aberto para a criação de conteúdos e interatividades particulares entre eles próprios.

Com o avanço da escuta de arquivos de áudio em novas interfaces e a necessidade de rejuvenescimento da audiência radiofônica, emissoras de rádio passaram a produzir e a disponibilizar a seu público boa parte do conteúdo jornalístico de sua programação através de *podcasts* (ZIMMERMANN; ZUCULOTO, 2021, p.2).

Em detrimento do barateamento das novas tecnologias e das transformações que a *web* proporcionou aos meios, é que se misturam elementos chave para que a linguagem do *podcast* pudesse surgir de forma amadora e ser cooptada posteriormente pelos meios tradicionais de comunicação na em seus conteúdos jornalísticos.

A oralidade radiofônica, que se desdobra para produções de *podcasts*, tem na criatividade a base da sua construção narrativa na tentativa de entreter o ouvinte e prender a sua atenção. Com as novas tecnologias, outras estratégias são desenvolvidas para somar forças na atratividade do conteúdo sonoro. Nesse contexto, novas tecnologias surgem para revolucionar a maneira de se produzir áudio, bem como a experiência dos ouvintes, enquanto outras mais antigas se sofisticam (VIANA, 2021, p.7-8, grifo da autora).

Podemos compreender o *podcast* como um formato de possibilidades multimidiáticas, podendo ser criado em plataformas de vídeo, e que tangencia com diversos elementos da linguagem radiofônica, dentre eles, especialmente, o som. Mas é evidente que os *podcasters* e editores trabalham de forma singular cada um de seus produtos.

Alguns usam de ferramentas para além dos vídeos ao vivo. Por exemplo, em alguns casos, há a sugestão do narrador para/com o ouvinte de que este acesse algum conteúdo em outra página por meio de hiperligações.

Também há, em casos especiais, a influência do *caster* com seus ouvintes para acompanhar alguma notícia em texto, como o apoio que está sendo narrado. Soma-se a isto, também, o uso de imagens em aplicativos que permitam este acesso, a fim de complementar o tema que o episódio em si trata.

Um dos programas aqui analisados utiliza, por exemplo, *hiperlinks* com informações adicionais àquelas que são expostas na edição de forma sonora, o que aprofunda o assunto tratado, trabalha com o ouvinte de forma multimidiática e, alheio ao vídeo ao vivo, também utiliza fotos e textos. Estes elementos são entendidos como parassonoros (Kischinhevsky; Modesto, 2014). Segundo os autores temos:

fotos, vídeos, ícones, infográficos e outras ilustrações de sites de emissoras, toda a *arquitetura de interação* (botões de compartilhar, etiquetar, curtir, espaços para comentários), textos, hiperlinks, perfis de estações ou de comunicadores em serviços de *microblogging* e sites de relacionamento, aplicativos para *web* rádio ou *podcasting*, serviços de rádio social (KISCHINHEVSKY E MODESTO, 2014, p.19, grifo dos autores).

Fica evidente que o jornalismo na era dos *podcasts* aderem estas novas práticas noticiosas e neste campo digital é visto que algumas questões identitárias se desestabilizam.

Decorre desta digitalização uma constante adaptação dos modos de fazer jornalismo e até mesmo o rádio. Anteriormente apontamos as facilidades que o ‘tornar digital’ proporcionou a este meio *hertziano*, desde o armazenamento até a impossibilidade de deterioração dos materiais, e aqui elencamos os parassonoros. Assim podemos ver que, de forma resumida, a linguagem radiofônica consiste em um conjunto de formas sonoras ou não, que são representadas por sistemas expressivos da palavra, dos efeitos sonoros, do silêncio e música. Este, por outro lado, é determinado por um conjunto de recursos técnicos e expressivos da reprodução do som e um conjunto de fatores que são caracterizados mediante o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes (BALSEBRE, 2005). Com isto observamos ainda que “a narrativa radiofônica possui elementos que contribuem de forma fundamental para uma imersividade, como a possibilidade de reconstituição sonora de áudios históricos, a entonação e o envolvimento emocional que a voz humana pode proporcionar” (VIANA, 2020, p.95).

Para além do entendimento dos elementos que constituem a linguagem radiofônica e, neste sentido, também a dos *podcasts*, notamos que há uma série de outros fatores que

resultam do uso ordenado de tais elementos, aqui citado pelo prisma da imersividade, por exemplo. Viana ainda nos indica outras possibilidades, assim como alguns ritos de consumo:

A oralidade radiofônica tem na criatividade a base da sua construção narrativa na tentativa de entreter e prender a atenção do ouvinte. Com as novas tecnologias, outras estratégias são desenvolvidas para somar forças na atratividade do conteúdo sonoro. Como vimos, o consumo de áudio não se restringe mais a uma única plataforma, o ouvinte tem acesso a ele a qualquer momento e lugar, graças aos *smartphones* e dispositivos móveis, reproduzidos, na maioria das vezes, por fones de ouvido. Nesse contexto, novas tecnologias surgem para revolucionar a maneira de se produzir áudio, bem como a experiência dos ouvintes (VIANA, 2020, p.95).

Por fim, há de se evidenciar que os meios de comunicação sonora são ricos em contribuições teóricas desde os *hertz*, e toda uma gama de novas possibilidades se desenvolve em detrimento da digitalização ampliando estes estudos. Porém devemos evidenciar que o *podcast* não reinventa a roda, ele é uma faceta da comunicação que é reflexo de anos de constante transformação. A oralidade, os efeitos sonoros, a música, o silêncio e todos os demais recursos multimídia estão presentes historicamente na comunicação como um todo, cruzando as sintonizações AM-FM até sua expansão para a *internet*, este último facilitando o uso dos chamados elementos parassonoros.

Ainda que haja especificidades atreladas ao *podcasts*, como as tecnologias presentes na sua difusão, produção e consumo, há uma constante evolução teórica que alcança o limiar conceitual entre os formatos existentes e se estreitam em diversos momentos.

Para darmos andamento a esta dissertação, os elementos parassonoros não serão expostos nesta pesquisa a partir deste ponto, pois, como será apresentado nos capítulos seguintes, em especial no percurso metodológico, o presente trabalho atuará na análise, conceituação e compreensão dos elementos puramente sonoros presentes nos *podcasts* jornalísticos selecionados.

3.1 A voz, o silêncio, música e efeitos sonoros como elementos da composição sonora

Rádio é som, *podcast* também. Mas não é só neste aspecto que estas duas mídias se aproximam. Arnheim (1980, p.13) comenta sobre a capacidade do rádio em criar um imaginário complexo. O autor apresenta:

La radio no sólo no está supeditada a referencias de tipo geográfico, sino que también le está permitido a utilizar formas sonoras para plasmar ideas, sueños, criaturas fantásticas, dioses o personificación de cosas, con suficiente fuerza expresiva tanto para obras como El proceso de Lucullus de Brecht, como para

representar las fábulas espectrales de un Dürrenmatt o las complicadas representaciones teatrales de un Ionesco.

O potencial imaginário que Arnheim nos apresenta é observado em relação ao desenvolvimento das radionovelas. Suas características únicas de unir folhetins com o áudio possibilitou para o meio, especialmente nos anos 1930, nos Estados Unidos, novas formas de construir ficção na cultura de massa. A história seriada radiofonicamente foi chamada no país como *Soap Opera* e sua primeira ficção transmitida foi *Painted Dreams*, seguida por *Today's Children* (MEDEIROS, 2008). Assim foi dado início a uma série de conteúdos sonoros com características singulares.

Em se tratando de América do Sul, os argentinos são considerados os mestres deste produto da indústria cultural, ao entrarem no ramo a partir de 1935. A favor disso, havia uma estrutura favorável que contabilizava uma rápida popularização do meio rádio: em 1922 havia mil receptores nos lares argentinos e em 1936 este número subiu para um milhão e meio de receptores. Via suas agências de publicidade as multinacionais instaladas em território portenho, inventavam formas para melhor e chamar a atenção do público-ouvinte. O Departamento de Rádio da Lintas, agência da atual Unilever, que por sinal produzia as suas novelas, tinha um sistema eficaz de divulgar as suas atrações. Montou um estúdio fotográfico e lá eram feitas fotos de cenas de radiodramas com os próprios intérpretes do folhetim eletrônico em questão. Os artistas de rádio, bem caracterizados, eram colocados num *set* detalhadamente decorado, conforme as indicações do *script* da radionovela. [...] Enfim, diariamente tanto os ouvintes dos Estados Unidos como os da América Latina, sejam pelas *soap operas* ou pelas novelas lacrimejantes, estavam envolvidos com aquelas vozes sem corpo, vindas daquele receptor que se iluminava para clarear o caminho da fantasia. (MEDEIROS, 2008, p.36-37).

Fica evidente, deste modo, que algumas estruturas comunicacionais conhecidas por criar um imaginário a partir de vozes e efeitos sonoros, são datadas do Período de Ouro do rádio. A dramatização sonora se articula a partir do uso de artifícios que compõem nossa percepção auditiva, e as radionovelas se utilizam de uma gama destes recursos de forma organizada a fim de criar no ouvinte um ambiente complexo. Sobre o *storytelling*, Viana (2020, p.296) argumenta o seguinte:

Como visto, trata-se de uma técnica para narrar fatos como se fossem histórias, enfatizando a narração e a descrição. O rádio, por ter sua essência baseada na linguagem sonora, recorre frequentemente à descrição de fatos, lugares e pessoas como estratégia para contextualizar o ouvinte e aproximá-lo da situação veiculada.

Portanto, o uso do silêncio, do som e de efeitos sonoros aliados ao sentido que o produto midiático em si quer produzir, cria uma ambientação sonora capaz de nos transportar mentalmente para outra realidade. É sobre este aspecto que a presente dissertação discorre a fim de compreender como que os *podcasts* jornalísticos se apropriam de tais elementos

sonoros, como eles criam sua ambientação e quais artifícios são utilizados no jornalismo via áudio. “Da mesma forma que a canção, a informação sonora pode ser delimitada teoricamente como um sistema semiótico complexo, composto por subsistemas tais como a palavra, a música e os efeitos sonoros ou ruídos.” (MEDITSCH; BETTI, 2019, p.3).

Podemos ver em Klippert (2005, p.175) que:

Entre os ressoadores, entre as fontes sonoras da peça radiofônica, o aparelho fonador humano ocupa uma posição especial. Ele ultrapassa os instrumentos, sejam mecânicos ou eletrônicos, inclusive o sintetizador, e também os elementos concretos de som da natureza, não apenas em sua habilidade de expressão imediata humana interior à fala (suspiros, gritos, risos, etc.); mas também porque é, até agora, o único instrumento com o qual a fala é plenamente realizável. Para, além disto, porém, a voz pode tornar conhecido o sujeito falante, o que o move a falar, quais os seus sentimentos, a partir de onde e de qual situação, por que e com que fim fala.

Porém, Ferraretto (2014, p.30) comenta que é um erro comum entre leigos a redução do rádio à oralidade. Pela sua predominância ser na ordem da fala, é possível compreender que este pensamento exista no coletivo social, porém isto não é verdade.

Evidente que o rádio é essencialmente palavra, visto que sua característica na construção de ideias e imagens se edifica no falar. Entretanto, com o passar dos anos, a forma inventiva de seus respectivos produtores descobriu modos de incorporar à palavra falada novos elementos sonoros capazes de compor mensagens e histórias (ESCH, DEL BIANCO, 2013).

A linguagem radiofônica, por fim, contém a voz humana, música, silêncio – este atuando de forma isolada – e efeitos sonoros (FERRARETTO, 2014). Devemos pontuar o elemento do ruído, pois pode invadir a percepção do ouvinte ou, a depender, penetra o próprio espaço de gravação do áudio provocando novos sentidos.

Desta forma, Schafer (2011, p.107) destaca que “a Revolução Industrial incorporou uma abundância de novos sons, com consequências drásticas para muitos dos sons naturais e humanos que eles tendiam a obscurecer”. Estes sons são entendidos como não intencionais ou, de forma mais vulgar, um ‘penetra sonoro’ que ofusca mesmo momentaneamente a cristalinidade do som proposital.

Podemos compreender como ruído o som da estática em uma caixa de som, o buzinar de um automóvel na rua ou até mesmo um som vazado que os microfones dos radialistas ou dos repórteres captam, alheios a composição imaginada por uma obra ou noticiário.

Assim como no caso dos sons da realidade física – os ruídos – o uso da música é bastante mais limitado no jornalismo do que na arte radiofônica. A música só faz parte do conteúdo do jornalismo quando este noticia algo diretamente relacionado

com ela (um espetáculo, a morte de um compositor), ou funcionando como ruído indexical do lugar onde se encontra o repórter (MEDITSCH; BETTI, 2019, p.6)

Entende-se, deste modo, que a construção de um ambiente sonoro específico, a fim de transformar a experiência do ouvinte em uma ‘realidade emulada por meio sonoro’, requer obviamente uma série de estruturas engenhosas que possibilitarão o entendimento claro da mensagem a ser enviada/recebida.

Na caracterização sonora de um programa radiofônico, podemos recorrer a Ortiz e Marchamalo (2005, p. 43-44) que apresentam como elementos de continuidade a vinheta, trilha de caracterização, divisão sonora, prefixo, inserções, efeitos sonoros e *BG*.

Entende-se como vinheta uma nota ou sucessão de notas musicais que identificam um espaço radiofônico, que permite ao ouvinte reconhecer com sua audição que está sintonizado em um determinado programa ou emissora. Trilha de caracterização pode englobar créditos ou títulos fixos, e possui uma mais elaborada formulação, incluindo um certo nível de montagem.

A divisão sonora é constituída de “*Rajada musical de separação (habitualmente em três seções), normalmente pré-gravada.*” (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005, p.44, grifo dos autores). Prefixo entende-se como uma intervenção breve. Podendo ser gravada ou falada diretamente para recordar o ouvinte da emissora, programa ou ambos, que o ouvinte está apreciando. Inserções são montagens sonoras de curta duração, que possuem finalidade de promover uma seção ou programa, servindo também, como promoção de um produto comercial.

Os autores seguem com a ideia de que estas divisões sonoras, prefixos e inserções são utilizados dentro do fio narrativo do programa. Eles encerram e introduzem temas dando aspecto de continuidade (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005).

Por fim, se apresentam os efeitos sonoros e o *BG*. Nos efeitos, entende-se como peças musicais de cunho muito dramático, estes destacam e acentuam uma situação, momentos títulos ou personagens. Enquanto o outro é definido por um tema musical ou uma série de temas de um mesmo disco ou estilo, utilizadas de forma recorrente como fundo de continuidade para os textos, transições ou pequenas entradas.

Meditsch (2005, p.104) aponta que o poder excitante musical, segundo Arnheim, só é completo quando a peça musical é ouvida sem acompanhamento visual. Do mesmo modo que na peça radiofônica “os personagens podem surgir e desaparecer no nada, gerando tensão e surpresa, e um monólogo pode preencher completamente a cena, chamando a atenção para o que realmente importa no argumento” (MEDITSCH, 2005, p.104).

Consideramos neste aspecto a obra *Guerra dos Mundos*³². Meditsch (2013, p.53) aponta sobre os efeitos sonoros que eram utilizados quase sempre para a ilustração de um som que já se fazia presente no romance literário. O autor aponta, por exemplo, o das maquinarias do observatório astronômico ou o zumbido oriundo de uma nave marciana que caíra. De tal forma, os ruídos naturais do cotidiano da sociedade são emulados para dentro do produto radiofônico onde este abre espaço para um palco teatrais sonoro.

Muito mais do que truques, a construção de um “cenário acústico” em uma peça radiofônica, envolve necessariamente a manipulação de diversos recursos de linguagem de nosso mágico veículo. Envolver o ouvinte na história narrada e fazê-lo “acreditar que ela é real” requer por certo, não apenas a manipulação dos sons ou efeitos. Isso exige também que façamos uma prospecção pelo nosso universo imaginário, observando e descobrindo o leque de sentidos e significados perante coisas, comportamentos, atitudes, pontos de vista e pensamentos construídos e alimentados dia a dia em nosso contexto cultural. (ESCH; DEL BIANCO, 2013, p.65).

Soma-se a isto que:

Os léxicos-sonoros - aquilo que se pode ouvir e que se pode entender como som - são atravessados não por uma tecnologia (não sabemos nem se podemos usar o termo no singular), mas por uma rede bastante complexa de elementos técnicos que possibilitam ou impedem a existência de determinados objetos sonoros, bem como concedem aos que são possíveis uma assinatura específica. É essa assinatura que nós identificamos como o som disto ou daquilo (MAZER, *et al*, 2020, p.19).

O silêncio também é relevante neste aspecto. Pois a ausência premeditada do som em um ambiente cuja sua presença pode causar estranheza, quando utilizado de maneira adequada, marca tensão dramática (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005). Não obstante, Ferraretto (2014, p.34) aponta que em épocas passadas, o seu uso tinha o objetivo de marcar a última e mais importante informação do noticiário, criando um ambiente dramático que era capaz de capturar o ouvinte em uma quebra de expectativa.

Partimos do princípio de que sem silêncio, a linguagem não significa e de que o silêncio é a grande mediação para a interpretação. Apesar do nosso imaginário social destinar um lugar subalterno para o silêncio, demonstramos, a partir dos estudos da Análise do Discurso, como este elemento da linguagem radiofônica contribui para a formação e materialização da imagem mental, fazendo com que o ouvinte não seja um receptor passivo e crie sua própria cenografia num espaço infinito de escuridão. O silêncio dá ao dizer a possibilidade de ter vários significados. O emissor constrói a dramaturgia da realidade, mas é o ouvinte, em silêncio, quem produz suas próprias

³² Guerra dos Mundos é um livro escrito por H.G. Wells no ano de 1897 que retrata uma invasão alienígena ao planeta Terra. Aqui também é referenciado ao produto sonoro de Orson Welles que radiodramatizou a obra em um evento que causou pavor nos Estados Unidos, pois apresentava um cenário tão próximo ao real que a sociedade norte americana acreditou na história ouvida pelo rádio.

ilusões. É o caráter de incompletude da linguagem. [...] Inserido entre as sensações acústicas produzidas pelo rádio, ele pode servir como um elemento distanciador, que permite a reflexão, criando um espaço para que o ouvinte continue a narrativa interrompida durante alguns segundos (BAUMWORCEL, 2005, p.339).

Inferese, também, na questão do uso do silêncio aliado aos efeitos sonoros que:

A Guerra dos Mundos não só provocou pânico nos Estados Unidos, mas demonstrou também o poder da interpretação de um *cast* de radioatores de qualidade, acompanhado da utilização harmoniosa de ruídos, músicas e efeitos, bem como o próprio recurso do silêncio para criar a atmosfera daquele domingo bucólico. (MEDEIROS, 2008, p. 41, grifo do autor)

Inegável, portanto, compreender que “Elemento intrínseco à linguagem verbal, o silêncio potencializa a expressão, a dramaticidade e a polissemia da mensagem radiofônica, delimita núcleos narrativos e psicológicos e serve como elemento de distância e reflexão” (GOLIN, 2010, p.764).

E, também:

Linguisticamente, a palavra não tem significado se não puder ser expressada em seqüências de silêncio/som/silêncio. O som e o silêncio definem, portanto, de maneira interdependente a linguagem verbal. O silêncio também delimita núcleos narrativos e constrói um movimento afetivo: o silêncio é a língua de todas as fortes paixões, como o amor, o medo, a surpresa, a raiva. Quanto mais intenso for o sentimento menos palavras poderão defini-lo. O silêncio é ainda um elemento distanciador que proporciona a reflexão e contribui para o ouvinte adotar uma atitude ativa em sua interpretação da mensagem (BALSEBRE, 2005, p.334).

3.2 O *podcast* e o áudio no jornalismo

Segundo Luiz e Assis (2010), no dia 15 de novembro de 2004 surge o *podcast* intitulado Gui Leite e já na primeira edição é apresentada a intenção de se fazer o programa a fim de testar a tecnologia. Em dezembro do mesmo ano surgem os *podcasts* Perhappiness e Código Livre e, com isto, os primeiros passos do que viria a se tornar a intitulada Podosfera era dado.

Até sua atual consolidação, a produção de *podcasts* caminhava por terrenos diversos com experimentalismo e a ausência de regras dos meios tradicionais e com isto muito se foi feito. Desde a criação da ABPOD, em 2005, durante a PodCon³³ e uma gama de premiações como o The BOBs³⁴ com a categoria “Melhor Podcast” e o Prêmio iBest³⁵ com categoria

³³ <https://abpod.org/about-2/>

³⁴ The Best Of The Blogs é o concurso internacional de *weblogs* promovido anualmente pela empresa estatal alemã de comunicação internacional Deutsche Welle desde 2004.

semelhante, a produção de áudio na esfera digital e originária da própria esfera, afastando-se do conceito de Rádio Expandido tomou forma.

Salienta-se que:

[...] em 2008 foi realizada a primeira edição do Prêmio Podcast, organizada por Eddie Silva, sendo a primeira premiação exclusiva para *podcasts*, com várias categorias de votação popular e júri oficial, recebendo grande divulgação nos próprios *podcasts*. Nesse ano, o vencedor foi o *podcast* *Escriba Café* do *podcaster* Christian Gurtner, conhecido por ser formato original e experimental. O prêmio Best Blogs Brazil, especializado em premiar blogs, também acrescentou a categoria “*podcast*” em sua edição de 2008, tendo como vencedor o *podcast* *Mundo Palmeiras*, dedicado ao time brasileiro de futebol que dá nome ao programa. Por fim, em 2008 também houve a primeira edição da PodPesquisa, a primeira ação voltada a analisar o perfil dos ouvintes brasileiros de *podcast*. A pesquisa contou com 436 respostas e foi novamente realizada em 2009, dessa vez com 2.487 questionários válidos (LUIZ; ASSIS, 2010, p. 5).

Evidente que toma forma, portanto, o já supracitado termo ‘*podosfera*’. Seu impacto no consumo de informações transformou o cotidiano de produtores de conteúdos que passaram a utilizar-se do *Youtube*, *Twitch* e demais plataformas junto ao *podcast*. Este, por fim, serviu para muitas celebridades diversificarem seus modos de operação em rede e, também, passaram a se especializar nesta mídia sonora enquanto, concomitantemente, acabaram por dar forma a ela.

É no *podcast* *Serial* que se fundamenta um importante avanço no uso do jornalismo para/com esta mídia. Lançado no dia 03 de outubro de 2014 e apresentado/produzido por Sarah Koenig³⁶, o *Serial* já era um sucesso muito antes de ser lançado. Segundo matéria do *Site NewYorker.com* o *podcast* esteve ranqueado em primeiro lugar no iTunes durante várias semanas, dentre elas até mesmo por um período prévio ao lançamento de seu primeiro episódio³⁷. Atualmente, as duas primeiras temporadas do *podcast* detêm a marca de 340 milhões de *downloads*³⁸ estabelecendo, assim, um *record* particular e consolidando este como um dos mais influentes produtos jornalísticos em *podcast*.

Relevante apontar, ainda, que o *Serial* seja um grande passo para a consolidação do *podcast* jornalístico no mundo. Aqui no Brasil, o *AntiCast*³⁹ e o *Café Brasil*⁴⁰ surgiram em 2011, três anos antes do *Serial*, nos meses de fevereiro e dezembro respectivamente. Estes são

35 O iBest é um prêmio anual oferecido aos melhores profissionais e empresas do mercado digital do Brasil.

36 Sarah Koenig é uma jornalista Norte-Americana produtora de diversos conteúdos no campo do jornalismo, dentre eles o programa de televisão/rádio *This American Life*.

37 <https://www.newyorker.com/culture/sarah-larson/serial-podcast-weve-waiting> (Acesso em: 31/03/2021)

38 <https://variety.com/2018/digital/news/serial-season-3-premiere-date-podcast-1202927015/> (Acesso em: 31/03/2021)

39 <http://anticast.com.br/> (Acesso em: 31/03/2021)

40 <https://portalcafebrasil.com.br/todos/podcasts/> (Acesso em: 31/03/2021)

apenas dois exemplos do que se pode observar do formato nativo da *web* produzido e apresentado por conterrâneos da América Latina.

Neste espaço, o presente autor reforça, de forma particular, que o recorde de 340 milhões de *downloads* deve ser celebrado por todos, pois difunde e coopta ouvintes para os *podcasts*. Deve-se ainda salientar que os esforços sul-americanos na elaboração e consolidação do formato são, também, um trabalho de todos e especialmente relevantes para apontar que o Brasil possui um mercado fértil e competente na profusão desta mídia, muitas vezes com linguagens e formatos únicos em sua forma de produzir jornalismo de qualidade.

O pontapé inicial dado no campo jornalístico se fortalece com o decorrer dos anos. Diversos outros produtos no formato *podcast* surgem e se proliferam aumentando a oferta, demanda e procura destes. O profissional jornalista, além dos ouvintes que migram do (ou se mantém com) o rádio, atuam de forma conjunta na popularização desse formato no país. Tardiamente, com surgimento, apenas em 2019, oitos anos após o AntiCast e o Café Brasil, e quatro anos depois do Serial, o *podcast* O Assunto, do conglomerado Globo, tomou forma pela voz da jornalista Renata Lo Prete.

Este, por sua vez, detém a marca de 20 milhões de *downloads*⁴¹, sendo o *podcast* jornalístico de maior relevância para o grupo Globo. Em contrapartida, a CBN possui inúmeras produções onde cada programa é considerado *podcast*, mas, por vezes, são hospedados nos sites como recortes de programas radiofônicos apresentados por sua emissora em *hertz*.

Inegável que o Brasil desponta como um local central de consumo desta mídia. Segundo o *site* Jornal da USP (2019), no programa Horizontes do Jornalismo, o professor Carlos Eduardo Lins da Silva, em entrevista, confirma que o país se encontra como segundo colocado no consumo mundial de *podcasts* jornalísticos, logo atrás dos Estados Unidos⁴². Segundo a Podpesquisa, efetuada pela ABPOD em 2014, a categoria ‘Notícias’ se encontrava com um total De 4,59% das respostas, quando perguntado aos entrevistados quais os temas de maior procura entre os ouvintes. Já em 2019, a categoria atingiu a margem de 32%.

As pesquisas dos consumos de *podcasts* revelam a potencialidade e o fortalecimento desta mídia. A sociedade passa a reter em seu cotidiano o hábito de se tornar ouvinte, seja este participativo ou não, e, com isto o papel do Jornalismo e de toda uma nova gama de

⁴¹<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2020/05/20/podcast-o-assunto-supera-marca-de-20-milhoes-de-downloads.ghtml> (Acesso em 21/01/2021)

⁴²<https://jornal.usp.br/radio-usp/colunistas/podcasts-contribuem-com-desenvolvimento-do-jornalismo-nacional/> (Acesso em 01/04/2021)

produções, formatos e possibilidades se abrem à sociedade, porém, agora, sob demanda diretamente em seu agregador favorito.

4 OS CASOS DOS PODCASTS *THE TIP OFF*, PANORAMA CBN, *ON THE MEDIA* E O ASSUNTO

A organização deste capítulo se dá a partir do percurso metodológico elaborado. Com isso, o subcapítulo 4.1 enquadra os métodos e técnicas a fim de pormenorizar todo o processo de escrita da dissertação, análise dos *podcasts* e seus resultados. No item 4.2, é apresentando resumidamente o *corpus*. O trabalho descreve, posteriormente, de forma mais detalhada, cada um dos *podcasts* em si, conforme os itens 4.2.1 a 4.2.4.

As análises e os resultados previamente indicados à conclusão, se fazem presente aqui, pois é um percurso onde serão expostos os pormenores em cada um dos *podcasts*, antes da conclusão. É neste ponto que o presente autor indicará observações e questões em comum ou em discordância em relação aos *podcasts*.

4.1 Percurso metodológico e modos de análise

O trabalho foi organizado e desenvolvido a partir de percursos metodológicos e revisões bibliográficas que indicassem ao pesquisador os rumos a serem tomados na dissertação. As pesquisas do KANTAR IBOPE (2020; 2021) surgiram das propostas da banca de qualificação, a fim de atestar que os *podcasts* são fenômenos comunicacionais em expansão. Objetivamente é visto que isto ocorre a partir da adesão dos conglomerados midiáticos à esta mídia digital.

Em um primeiro momento, foi observado que os *podcasts* fazem parte de um momento da comunicação que se populariza cada vez mais, especialmente no Brasil, a partir dos dados coletados através do próprio KANTAR IBOPE e, também, as pesquisas observadas via ABPOD. Nestas investigações, pudemos observar que os *podcasts* noticiosos, ou jornalísticos, cresceram no cotidiano de consumo da população brasileira, e é evidente que houve uma proliferação ainda maior de adesão a este formato no período pandêmico e, também, ao próprio rádio.

Dentro do percurso metodológico, a revisão bibliográfica radiofônica se faz presente na justificativa do entendimento que o autor possui sobre o fenômeno do *podcast*, de não ser isolado do rádio e, também, *webrádio*. Elementos importantes da radiofonia analógica e digital também estão presentes no *podcast*. O fato deste trabalho deter-se apenas à mídia digital em si, não exclui a necessidade de apontarmos as heranças radiofônicas.

Há certos autores que podem ser considerados cânones nos estudos da radiofonia, tais como: Arnheim (1980), Balsebre (2005), Ferraretto (2010; 2014), Kischinhevsky (2007; 2016; 2014), Meditsch (2001; 2005; 2007; 2013; 2019), Zuculoto (2012; 2021), etc. Por sugestão da banca de qualificação, muitas das obras presentes apoiaram significativamente e complementaram o conteúdo desta dissertação. Da estética radiofônica, do seu percurso histórico, da transição das ondas *hertzianas* aos *bytes*, até à linguagem e os elementos presentes na composição sonora, estes pesquisadores aprofundaram aquilo que se entende como radiofonia. Vale ressaltar, ainda, que outros estudiosos citados, especialistas no novo formato de *podcast*, tornaram-se parâmetros presentes na obra, como no caso da pesquisadora Luana Viana

Já a professora orientadora deste trabalho, Dr^a Valci Zuculoto, contribuiu com a decisão da escolha de outros referenciais importantes na construção teórica e metodológica desta dissertação. O aprofundamento sobre o percurso histórico, desde os experimentos com ondas sonoras até a consolidação do rádio, passando para o meio digital e, por fim, dando origem ao *podcast*, teve o apoio de Bathgate (2020), Filho (2009), Prata (2012), Zuculoto (2012; 2021) e, até mesmo, Tesla (2005).

Devemos salientar que, compreender o passado histórico da radiofonia e suas diferentes mutações, a partir de suas tecnologias, foi o que possibilitou a compreensão do uso dos elementos sonoros no rádio e que, por fim, acabou por se desdobrar nos *podcasts*. Isto porque esta nova mídia digital carrega consigo evidentes influências das mídias antecessoras.

As formas que a radiofonia trabalhou suas diferentes possibilidades demonstram que os usos organizados destes elementos já preexistiam. Este novo formato não ‘reinventa a roda’, mas ele adapta o que já é consagrado no campo radiofônico e se utiliza de uma série de combinações que dão ao *podcast* uma característica particular.

Desta forma, Kischinhevsky e Jenkins contribuíram pontuando que as novas tecnologias não eliminam umas às outras, mas fornecem novos espaços para que haja mudanças, além de outros fatores agregados à elaboração de um conteúdo midiático e, que neste caso, são os produtos sonoros.

Aliou-se a eles Schafer, que ampliou o referencial de análise a partir do entendimento do conceito de paisagem sonora. Porém, para podermos compreendê-lo, deveríamos analisar, também, os elementos que compõem a própria linguagem sonora.

Então, Ortiz e Marchamalo conceituam os principais alicerces que permeiam este aspecto, trazendo para a dissertação a contribuição não dos elementos em si, mas do uso ordenado destes como o conceito de *BG*, trilha de transição, divisões sonoras etc. Mazer *et al.*

e Ferraretto também acrescentam fundamentos quando apresentam o ‘léxicos-sonoros’ e o uso proposital destes na construção da linguagem radiofônica.

Ao estabelecer o referencial, e atualizá-lo constantemente, houve a seleção do *corpus* da pesquisa utilizando-se do entendimento sobre os elementos sonoros citados no capítulo 3.1.

Na análise em si, o presente autor optou por predominantemente utilizar-se equipamentos capazes de fornecer uma melhor clareza na compreensão de tais elementos sonoros. O uso de fones de ouvido e o *download* dos *podcasts* nas melhores qualidades disponíveis, foram fundamentais para apontar as pequenas diferenças entre ruídos presentes nos episódios e os sons ambientes do local de estudo do presente pesquisador. Desta forma, evitou-se a interferência de sons externos, possibilitando uma melhor análise dos *podcasts*.

Após este momento da pesquisa, foi apontado o uso dos elementos sonoros supracitados com certos critérios. São eles:

a) A presença do silêncio só é apresentada na dissertação quando há evidente uso proposital. Notou-se que este é um dos tópicos mais sensíveis na audição destes *podcasts* pois cada programa utiliza-se do silêncio a seu modo, o que será exemplificado futuramente. Cabe salientar aqui que, ainda que haja espaços ou intervalos de fala entre os apresentadores, estes não se impõem necessariamente como elemento pontuador no critério do mestrando. É relevante levantar que este elemento sonoro não abrange as pausas entre as frases ou a respiração dos interlocutores. Este aspecto é referenciado especificamente a um ‘silêncio proposital’, cujo espaçamento entre uma oralidade e outra é intercalada pela ausência da fala com critério de dramatização ou de evidente contribuição para a narrativa;

b) Optou-se por não utilizar um *corpus* delimitado a uma série de *podcasts*. Ao apresentar os programas e discorrer sobre o uso de seus elementos sonoros, a pesquisa contará com a indicação do nome da edição e da data, porém a dissertação não está ancorada apenas nos *podcasts* mencionados. De tal modo, em determinados momentos o pesquisador indicará que houve audições de demais programas, e que repetidas vezes os elementos presentes neles formam uma ‘estética’ particular. Optou-se aqui pelo termo ‘estética’, não nos referenciais de Bakhtin, por exemplo, mas, sim, do uso do termo apenas como pontuador de uma constante semelhança entre as edições dos *podcasts* em si;

c) Em determinados momentos, o trabalho descreve textualmente os sons presentes no *corpus*. Optou-se por este método para que os futuros leitores e a banca pudessem

compreender com mais clareza os tópicos relacionados e como que os elementos sonoros se fazem presente. Para este fim, recorreu-se à transcrição do áudio.

Para desenvolver a pesquisa, recorreu-se à adequação da análise de imagem de Martino (2018), como método e técnica adaptados à reflexão de som. No presente estudo, observamos os diferentes elementos presentes na composição imagética reconfigurados para o som. Deste modo, a imagem composta por suas formas, enquadramentos, cenários, características dos indivíduos e demais aspectos, é adaptado para voz, música, ruídos, trilhas sonoras, efeitos sonoros e outras sonoridades.

Evidente que, sinestésias à parte, imagem e som não são percebidas pelos mesmos órgãos sensoriais. Porém, no uso deste método e técnica, é possível compreender os elementos sonoros através de uma catalogação e descrevê-los a partir de nossa percepção auditiva. Portanto, o texto imagético passa a ser o texto sonoro, ou o 'léxicos-sonoro', que está presente nos *podcasts*.

As categorias de análise partem da segunda ferramenta de análise da imagem, onde é desconstruída uma mídia visual através de todos os elementos presentes nela. A partir disso é identificado e categorizado cada um dos recursos que o comunicador utiliza. Porém, ao ouvirmos um *podcast*, nosso sentido auditivo é utilizado e não o visual. Aqui recorre-se a tal adaptação, pois é categorizado o uso da voz, silêncio, efeitos sonoros, inserções sonoras e demais recursos a fim de compreender como o *corpus* da pesquisa utiliza-os no desenvolvimento de seus produtos jornalísticos.

O percurso é dado, portanto, através da fragmentação, categorização e exposição de cada sonoridade presente nos *podcasts* e episódios selecionados, assim como as técnicas empregadas para elucidar como o jornalismo por meio do áudio trabalha com estes já citados elementos sonoros.

Desta forma, podemos pontuar todos os recursos utilizados na construção narrativa de cada programa. Evidenciando o uso de efeitos especiais, inserções sonoras, trilhas de transição, *BG*, *voice-over*, silêncio, a recorrente utilização de uma trilha específica ou a não padronização desta.

Optou-se por descrever de forma textual, utilizando a minutagem para que houvesse a possibilidade da audição dos episódios em conjunto da descrição do que está sendo pontuado, com base nos objetivos específicos. A dificuldade em pôr em texto o que é audível, forçou o pesquisador a apresentar o uso ordenado dos elementos de forma categórica.

A transcrição das falas, tal qual a criação de tabelas para determinadas análises, é presente, pois amplia a percepção de certas nuances como, por exemplo, a informalidade - que

não é um elemento sonoro em si, mas contribui na percepção do ouvinte quanto ao tom utilizado no episódio.

Quando foi utilizado o formato de tabelas, organizaram-se por ‘texto’ as frases faladas e estas, então, transcritas no lado esquerdo. Após, foi pontuado no lado direito, o elemento sonoro presente no momento da fala, podendo englobar música, efeitos sonoros específicos, trilha sonora ou demais elementos. Por fim, evidenciou-se o narrador ou narradora por ordem de aparição com as falas numeradas. Em eventuais momentos, o nome do apresentador ou participante foi pontuado.

Nos episódios em que são transcritos de forma textual, o pesquisador buscou evidenciar suas percepções para além da pontuação do uso dos elementos sonoros. Em diversos momentos, há a observação da intencionalidade ou recorrência de alguns efeitos. Quando isto ocorre, há o uso da minutagem seguida dos símbolos: “ ’ ” para os minutos e “ ” ” para os segundos entre parênteses de acordo com o exemplo: Um minuto e cinquenta segundos (01’50’’).

Aliando estas estratégias, pôde-se, por fim, compreender como que o *corpus* selecionado produz seus materiais jornalísticos, desde suas padronizações até suas singularidades, observando as diferentes técnicas empregadas em cada um dos *podcasts*.

No próximo capítulo, serão apresentados o *The tip off*, Panorama CBN, O Assunto e *On the media*, e algumas de suas características prévias à análise para, por fim, compreendermos como cada um destes produtos recorrem às suas sonoridades em suas atividades noticiosas.

4.2 A apresentação dos *podcasts* selecionados

Na escolha dos *podcasts* aqui propostos, se assegurou que o respectivo *corpus* pudesse abranger o jornalismo brasileiro e, também, pontuar como que os *podcasts* jornalísticos norte-americanos e britânicos elaboram seus *podcasts* noticiosos.

O Panorama CBN e o *podcast* O Assunto, possuem apenas a língua nativa em comum. Ao analisar os elementos sonoros que serão exemplificados nos capítulos seguintes, notou-se uma ampla variação entre os mesmos, e, de tal forma, o *podcast* *On the media* e o *The tip off* também se mostraram específicos demais em suas produções. Necessitando, então, uma exposição particular das possibilidades jornalísticas que este produto midiático pode proporcionar.

O Assunto é um *podcast* do grupo Globo que é publicado pelo portal G1. Criado em 2019 e fundado pela jornalista Renata Lo Prete, ele se faz presente em sétimo lugar da lista dos *podcasts* mais ouvidos no Brasil⁴³. E em pouco menos de um ano, em 2020, ele já foi premiado no iBest na categoria *podcast*⁴⁴. A duração média do O Assunto fica na faixa dos 20 minutos aos 30 minutos, variando de edição para edição. Ele é lançado diariamente de segunda a sexta, abrangendo os principais temas que envolvem política, economia, ciência e demais tópicos.

O Panorama CBN é um *podcast* produzido pela Central Brasileira de Notícias. Este, diferente do O Assunto, não possui apresentador fixo e sua frequência é de duas edições por dia, com a proposta de abranger os destaques diários em menos de meia hora. Este consta em primeiro lugar na categoria ‘notícias’ no Google *Podcasts* e décimo no *Spotify*, na mesma categoria⁴⁵, segundo artigo apresentado na 18ª SBPJOR, pela pesquisadora Nelia Del Bianco e Elton Pinheiro (2020).

O *The tip off* é um *podcast* independente apresentado pela jornalista Maeve McClenaghan. Lançado no dia 15 de junho de 2017⁴⁶, foi agraciado com o prêmio “Best New Podcast 2018”, no *British Podcast Awards*, e é listado na categoria “Smartest Podcast” na mesma premiação nos anos de 2018, 2019 e 2020⁴⁷. O programa também conquistou a categoria de “Highly Commended”, no *Georgina Henry Awards* e no *Drum Media Awards*⁴⁸.

O *On the media* é um programa rádio em formato de *podcast* que pode ser ouvido semanalmente em mais de 400 estações de rádios públicas nos Estados Unidos. É publicado duas vezes por semana e produzido pelo conglomerado de rádios públicas sem fins lucrativos de Nova York intitulado de *WNYC*. Apresentado por Brooke Gladstone, ele já venceu as premiações do *Peabody Award*, por sua excelência no ano de 2004⁴⁹, e na categoria *Single Story* em *radio, television, cable or Online Broadcast Media*, no ano de 2014⁵⁰ e em 2015⁵¹.

4.2.1 O Assunto (do portal G1)

⁴³<https://www.abcdabc.com.br/brasil-mundo/noticia/retrospectiva-2020-spotify-divulga-lista-mais-ouvidos-ano-113026> Acesso em: 08/09/2021.

⁴⁴ <https://premioibest.com/o-assunto/> Acesso em: 08/09/2021.

⁴⁵<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2722/1408> Acesso em: 08/09/2021.

⁴⁶<https://www.journalism.co.uk/news/podcast-the-tip-off-behind-the-scenes-investigative-journalism-uk/s2/a706007/> Acesso em: 08/09/2021.

⁴⁷<https://www.britishpodcastawards.com/> Acesso em: 08/09/2021

⁴⁸<https://www.onlinemediaawards.net/thedrumawardsforonlinemedia/en/page/home> Acesso em: 08/09/2021.

⁴⁹<https://peabodyawards.com/award-profile/on-the-media/> Acesso em: 08/09/2021

⁵⁰<https://news.syr.edu/blog/2014/06/04/winners-announced-in-newhouse-schools-2014-mirror-awards-competition-47549/> Acesso em: 08/09/2021

⁵¹<https://news.syr.edu/blog/2015/06/12/2015-mirror-awards-winners-announced-91594/> Acesso em: 08/09/2021

O primeiro *podcast* analisado é O Assunto, como ilustra a Figura 1. A eventualidade da transcrição de alguns trechos, serão postos ao longo deste trabalho a fim de evidenciar peculiaridades e, também, um padrão que decorre na linguagem deste produto sonoro.

Figura 1 - Página do episódio “A ameaça do bolsonarismo de caminhão” do *podcast*



Fonte: Recorte da página do episódio intitulado “A Ameaça do Bolsonarismo de Caminhão” elaborado pelo autor.

Com duração de trinta e um minutos (31’00’’), o primeiro episódio analisado é o número 535 intitulado: “A ameaça do bolsonarismo de caminhão”. Este episódio inicia com locução de Renata Lo Prete: “Bem que avisamos aqui no Assunto. A confusão não ia mesmo acabar no 7 de setembro”. Uma transposição ocorre em seguida, com locução masculina indicando que os caminhoneiros haviam bloqueado rodovias em alguns lugares do país.

Em seguida da fala masculina, há o uso de *fade out*⁵² e *fade in* onde, sequencialmente, uma locução de voz feminina complementa a mensagem dizendo: “[...] eles são a favor do Bolsonaro e contra os ministros do supremo tribunal federal”. Devemos pontuar que uma trilha de fundo está presente desde o início do programa destacado, preenchendo o ambiente sonoro do *podcast*, enquanto as locuções são inseridas. Renata Lo Prete volta para a apresentação continuando o tema aos quinze segundos (00’15’’): “Na noite de quarta-feira o movimento chegou a alcançar 16 estados.”. Retomam-se, então, as inserções de locução masculina e feminina que fornecem mais dados sobre os eventos citados até então.

⁵²As técnicas de fade são progressões (*in*) e diminuições (*out*) de volumes para uma transição entre faixas, vozes ou conteúdos sonoros de forma suavizada e não abrupta.

Estas informações ocorrem antes dos primeiros trinta segundos de programa e os locutores que ambientam o ouvinte não são propriamente identificados. Renata Lo Prete retoma a fala, indicando apenas alguns dados, enquanto complementarmente uma sucessão de locuções emergem se intercalando, noticiando o evento em vários locais do país. Nenhuma destas inserções recebem apresentação e cabe salientar que estas demais vozes são apropriadas de programas diários da grade televisiva da Rede Globo e seus afiliados.

Nenhuma das inserções, até o momento, foi feita especificamente para O Assunto. E esta técnica de edição é comum no *corpus*. Isto será evidenciado corriqueiramente nesta dissertação, visto que é uma característica sonora presente em todas as outras edições de O Assunto. Em determinados trechos, nas inserções sonoras destas locuções, se ouve ruídos dos locais onde os locutores estão. Podemos destacar neste ponto, o trecho do minuto um e vinte cinco segundos (01'25''), onde há o som de automóveis em um perímetro urbano.

Renata Lo Prete retoma a apresentação do episódio e aponta o efeito que esta paralisação causou ao então presidente da república. Novamente, há uma inserção sonora que evidencia esta notícia, neste ponto e a locução do próprio Bolsonaro⁵³ é utilizada. Relevante pontuar que esta inserção é de um áudio enviado à época para os manifestantes, via aplicativo de celular. Até o momento temos, portanto, diversos usos de inserções de repórteres que estão nas ruas, evidenciado por ruídos urbanos ao fundo, de repórteres nos estúdios afiliados à Rede Globo, de áudio oriundo de aplicativo de telefone e da própria apresentadora.

A presença de Lo Prete, neste primeiro minuto, com suas indicações sobre os temas e pontuando as falas introduzidas, a mantém como a condutora do programa. Nenhuma edição ou inserção de efeitos alheios aos presentes na captura de som dos microfones dos locutores é adicionado e, como citado anteriormente, as vozes se intercalam pelo uso constante de *fades*. O *podcast* O Assunto entra com sua trilha de caracterização apenas aos quatro minutos e cinquenta e seis segundos (04'56''), onde Renata Lo Prete, efetivamente, apresenta a si mesma e ao *podcast* em questão. O Quadro 1 descreve a transcrição de um trecho do *podcast* O Assunto nº 535.

⁵³ Jair Messias Bolsonaro é um político brasileiro, venceu as eleições presidenciais no ano de 2018.

Quadro 1 - Transcrição de um trecho do *podcast* O Assunto nº 535

<p>Locução 1 – Renata Lo Prete:</p> <p>“Da redação do G1 eu sou a Renata Lo Prete e o assunto hoje é a ameaça do bolsonarismo de caminhão.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 2 – Renata Lo Prete</p> <p>“Dois convidados neste episódio, o economista Cláudio Frischtak presidente da Inter.B consultoria e o jornalista Valdo Cruz, colunista do G1 e comentarista da Globo News. Sexta-feira 10 de setembro”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 3 – Renata Lo Prete</p> <p>“Valdo, Bolsonaro insuflou o movimento dos caminhoneiros até onde a gente pode falar simplesmente em caminhoneiros como categoria profissional, porque a gente sabe que tem muita empresa envolvida nisso. E depois ele se viu obrigado a, pelo menos de público, pedir que eles saiam do caminho. Eu vou te pedir que nos conte o bastidor disso em 2 tempos. Primeiro o da mobilização”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 4 – Valdo Cruz</p> <p>“O presidente há cerca de 2 meses vinha, ali, preparando os atos de 7 de setembro, né? Fazendo convocação, por meio de entrevistas, é, por meio de suas lives”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>

<p>Inserção Sonora 1 – Áudio de coletiva do então presidente Jair Bolsonaro</p> <p>“Estendo a vocês, alguns na explanada, outros na paulista. E quem não poder ir lá que participe no seu município no próximo dia 7, terça-feira, Dia da Pátria. Todos nós temos um encontro com nosso destino”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção Sonora com fala de Bolsonaro</p>
<p>Locução 5 – Valdo Cruz</p> <p>“[...] E principalmente pela rede de <i>What’sApp</i>, né? Entrando em contato direto com os caminhoneiros. A gente em esta informação aqui que ele <i>co-</i>, ele tava em contato direto com lideranças dos caminhoneiros, pelo menos aquelas lideranças mais radicais que apoiam <i>é, é...</i> de forma incisiva o seu governo. E chamou estes caminhoneiros para engrossarem o movimento do dia 7 de setembro. E ali, <i>é</i>, com o discurso contra o supremo tribunal federal. Então todo o clima foi criado para que os caminhoneiros estivessem presentes nos protestos, nas manifestações anti-democráticas do dia 7 de setembro e isto aconteceu [...]”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>

Fonte: Quadro elaborado pelo autor.⁵⁴

Esta transcrição exemplifica a segunda forma do uso dos elementos sonoros no O Assunto. Enquanto nos minutos iniciais o *podcast* utilizava-se de inserções sonoras oriundas de diversas fontes jornalísticas da Globo, aqui o convidado Valdo Cruz⁵⁵ se comunica

⁵⁴ Disponível em: <https://music.amazon.com.br/podcasts/cfdc5d59-03da-4b3c-924b-e2565fb0a5a6/episodes/5ca51c5a-a883-446e-9529-92df43eb27b3/o-assunto-a-amea%C3%A7a-do-bolsonarismo-de-caminh%C3%A3o>. Acesso em: 13 de set de 2021

⁵⁵ Valdo Cruz é um jornalista e comentarista de política e economia.

diretamente com Renata Lo Prete. Há uma inserção sonora do então presidente da república, Jair Bolsonaro, cuja finalidade é o de reforçar o assunto abordado. A *posteriori* esta técnica é repetida em diversos momentos do *podcast*, introduzindo novas vozes, sempre evidenciando e reforçando o assunto abordado.

A participação do jornalista Valdo Cruz se encerra aos dezenove minutos e cinquenta e sete segundos (19'57''), em que Renata Lo Prete utiliza-se de uma fala mais descontraída, agradecendo a presença do jornalista no *podcast* e evidenciando a presença deste em momentos importantes do noticiário brasileiro.

Neste ponto, o *podcast* utiliza-se de um recurso de transição entre um entrevistado e outro com uma trilha de divisão sonora e a fala de Lo Prete solicitando diretamente ao ouvinte que espere o retorno do programa com entrevista de Cláudio Frischtak⁵⁶. A partir deste trecho é notório o uso de equipamentos de qualidade inferiores de captação do som por parte do entrevistado.

É relevante salientar que, aos vinte e três minutos (23'00''), um elemento sonoro musical *BG* surge junto da fala de Cláudio. Este elemento somente aparece nos momentos em que o entrevistado se pronuncia, quando Lo Prete questiona sobre determinados assuntos a *BG* não se faz presente.

Quando o economista Frischtak responde a apresentadora, a trilha não aparece de imediato. Esta surge em momentos específicos, especialmente mais próximo ao fim de seu argumento, quando Renata busca direcionar o assunto para outro questionamento. Torna-se evidente esta técnica aos vinte e seis minutos e trinta e quatro segundos (26'34'').

Esta edição, por fim, encerra a entrevista aos trinta minutos e vinte um segundos (30'21'') e a trilha de caracterização se apresenta novamente. Renata Lo Prete se despede dizendo: “Este foi o assunto, *podcast* diário disponível no G1, no Globoplay ou na sua plataforma de áudio preferida. Vale a pena seguir o *podcast* no *Spotify* ou na *Amazon*, assinar no *Applepodcasts*, se inscrever no *Googlepodcast* ou no *Podcastbox* e favoritar na *Deezer*. Assim você recebe uma notificação sempre que tiver novo episódio. [...] Eu sou Renata Lo Prete e fico por aqui. Até o próximo assunto.”.

Neste ponto é importante salientar que os devidos créditos dos programas de tv repórteres que compuseram o *podcast* com suas inserções sonoras não são creditados. Mantendo-se apenas os créditos da equipe. Neste episódio não foi observado o uso proposital de silêncio e de efeitos sonoros.

⁵⁶ Cláudio Frischtak é um economista e fundador da Inter B. Consultoria Internacional de Negócios.

No episódio 534 com o tema “Um repórter pelo mundo pós 11 de setembro”, novamente inicia-se com uma locução sem prévia apresentação, com a presença de uma diferente *BG* da citada anteriormente no episódio 535, e com volume sutil. A origem do áudio é de uma reportagem, fica evidente pelo uso de sobreposições de vozes quando, aos dezenove segundos (00’19’’) há uma inserção da fala do presidente dos Estados Unidos, Joe Biden. Esta locução possui a voz de Biden e uma tradução simultânea sobreposta a ela.

Renata Lo Prete surge apenas aos trinta segundos (00’30’’) quando dá continuidade ao trecho incorporado no *podcast* com a fala de Biden. A apresentadora salienta citando-o e, diferentemente do que foi visto no episódio 535, aqui é introduzida uma ambientação sonora captada diretamente de Manhattan, em Nova Iorque, no dia 11 de setembro de 2001, quando os aviões Boeing 767⁵⁷ colidiram⁵⁸ com o *World Trade Center*⁵⁹. Após este trecho, há a introdução de uma *BG* de caráter melancólico, e uma nova locução, desta vez oriunda do dia 11 de setembro de 2001, o qual avisa aos telespectadores sobre o ataque. Logo após este momento, novamente o áudio do *podcast* trabalha com os diferentes sons de Manhattan, com sirenes policiais, gritos de pessoas e outros ruídos sonoros que compuseram a atmosfera dos ataques em solo norte americano. Pelas consequências, uma declaração do presidente dos Estados Unidos à época, George Bush, emerge. Nota-se os ruídos dos *flashes* das câmeras fotográficas durante a fala, como indica o Quadro 2.

Quadro 2 - Transcrição de um trecho do *podcast* O Assunto nº 534

<p>Locução 1 – Ex-Presidente Americano George Bush</p> <p><i>“Make no mistake. the United States will hunt down and punish those responsible for these cowardly acts.”</i></p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção sonora com fala de George Bush</p>
<p>Locução 2 – Renata Lo prete</p> <p>“A primeira e mais longa campanha militar nascida do 11 de setembro de 2001 se estendeu por 4 presidências”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>

⁵⁷ https://pt.wikipedia.org/wiki/Boeing_767 Acesso em: 11/09/2021.

⁵⁸ https://pt.wikipedia.org/wiki/Ataques_de_11_de_setembro_de_2001 Acesso em: 11/09/2021.

⁵⁹ [https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Trade_Center_\(1973%E2%80%932001\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Trade_Center_(1973%E2%80%932001)) Acesso em: 11/09/2021.

<p>Locução 3 – Carolina Cimenti⁶⁰</p> <p>“Menos de um mês depois do 11 de Setembro, os EUA declararam guerra e invadiram o Afeganistão. O grupo islâmico Talebã, que estava no controle do país, abrigava a Al-Qaeda e o próprio Osama bin Laden.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 4 – Renata Lo Prete</p> <p>“E rapidamente se espalhou por outros frentes.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 5 – Carolina Cimenti</p> <p>“Em março de 2003, uma nova guerra.”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz, efeitos sonoros de múltiplas explosões e mísseis</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

Renata Lo Prete comenta: “Em 2011 uma caçada terminou” e, para exemplificar esta notícia, outra inserção sonora se faz presente, a locução de outro repórter que explica que Bin Laden⁶¹ havia sido morto.

É evidente, portanto, o modo como O Assunto trabalha seu noticiário. A apresentadora nos comenta sobre um contexto ou momento histórico e toda uma gama de narrações oriundas dos mais diversos meios comunicacionais pertencentes ao grupo globo são inseridos para apresentar ao ouvinte as notícias em si.

Desta forma, Renata Lo Prete trabalha como apresentadora de manchetes específicas, seus colegas jornalistas são introduzidos no *podcast* na construção deste noticiário e, depois, em segundo momento, o *podcast* toma corpo como entrevista. Na segunda divisão do

⁶⁰ Carolina Cimenti é uma jornalista e correspondente da Rede Globo nos Estados Unidos

⁶¹ Osama bin Mohammed bin Awad bin Laden foi o líder e fundador da Al-Qaeda.

programa é que as notícias atualizadas surgem, normalmente com a presença de um ou mais entrevistados.

Aos três minutos e vinte dois segundos (03'22'') a trilha de caracterização entra, Renata Lo Prete diz “Da redação do G1, eu sou Renata Lo Prete e o assunto são os 20 anos do 11 de Setembro para além das fronteiras dos Estados Unidos. Histórias de quem teve a vida diretamente impactada nos desdobramentos da guerra ao terror. [...]”

Relevante salientar que a partir do início da entrevista com Marcos Uchôa, jornalista e repórter da Rede Globo, há a ausência de *BG* ou qualquer efeito sonoro. Este momento é caracterizado por perguntas de Lo Prete e relatos de Uchôa.

Ainda que não haja edição nas falas do jornalista de uma forma geral, as pausas para as respirações, os erros de concordância e mudança na escolha de palavras que são reconhecidas especialmente aos cinco minutos e vinte oito segundos (05'28''), há neste episódio a primeira edição com corte direto da fala do entrevistado.

Marcos Uchôa relata suas experiências no oriente e, aos cinco minutos e trinta e oito segundos (05'38''), pode-se notar este momento de edição sonora no *podcast*, conforme o Quadro 3.

Quadro 3 - Transcrição de um trecho do *podcast* O Assunto nº 534

	Elemento Sonoro:
<p>Locução 1 – Marcos Uchôa</p> <p>“Que em dez anos, <i>né</i>, não houvesse chance de ver ninguém ocidental. <i>É</i>, logo, logo, quer dizer (risos), <i>me explicar</i>, me explicaram o porquê, quer dizer... Além da questão do perigo, e a gente passou lá por um atentado muito delicado na embaixada americana [...]”</p>	<p>Voz</p> <p>Edição na locução de Uchôa: Ouve-se a pronúncia de um ‘p’ e em seguida o áudio toma sua continuidade. Sinalizado neste quadro pelos: ‘...’</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁶².

⁶² Disponível em: <https://music.amazon.com.br/podcasts/cfdc5d59-03da-4b3c-924b-e2565fb0a5a6/episodes/fd0b60fc-b96b-45d5-8b9b-118b079c7de0/o-assunto-um-rep%C3%B3rter-pelo-mundo-p%C3%B3s-11-de-setembro>. Acesso em: 13 set. 2021.

Aos seis e oito minutos (6'08'') uma trilha sonora cresce em *fade-in*. A fala do jornalista, portanto, recebe este outro elemento sonoro que rompe com o monólogo e, portanto, evidencia este trecho final de sua participação inicial até Renata Lo Prete intervir e questionar sobre outros aspectos da vivência do jornalista no oriente durante o período da guerra Norte Americana contra o Oriente Médio.

Logo que Lo Prete assume como principal interlocutora do *podcast*, questionando Uchoa sobre outros aspectos da vivência deste, a trilha sonora abruptamente se interrompe. Desta forma, fica evidente que nos dois *podcasts* analisados até então, a ambientação sonora do programa recorre das trilhas nos minutos finais da participação dos convidados.

A trilha, deste modo, é utilizada para lembrar o ouvinte de que a participação da apresentadora está por vir, e cria um momento de expectativa para o fim da participação do convidado até a próxima indagação ou interferência de Lo Prete.

Salienta-se que Lo Prete intervém na fala de Uchôa, inclusive aos oito minutos e quarenta e cinco segundos (8'45'') e, posteriormente com maior ênfase aos oito minutos e cinquenta segundos (8'50''). Ouve-se um breve riso de Lo Prete aos nove minutos e treze segundos (09'13''). Aos nove minutos e vinte cinco segundos (9'25''), novamente se vê a inserção abrupta de outra notícia para exemplificar um aspecto que Uchôa havia exposto ao comentar sobre o Iraque ser um exemplo de “inimigo-amigo”.

Neste ponto, duas reportagens televisivas são introduzidas entre a fala do jornalista Marcos Uchôa sendo que, na segunda há relatos sobre os efeitos da guerra Norte Americana ao Iraque. Aqui nota-se diversos elementos sonoros ricos para preencher o imaginário do ouvinte. Primeiro se ouve as falas de George Bush, aplausos, voz do discurso de Abu Musab al-Zarqawi, sons de passos velozes com metais se chocando, vozes agitadas de um grupo populacional em conflito, gritos e cantos em idioma árabe. Aos dez minutos e onze segundos (10'11'') Marcos Uchôa retoma a fala.

O *podcast* é, em resumo, uma entrevista com o jornalista Marcos Uchôa, o qual relata diversos acontecimentos e experiências no oriente-médio e seus reflexos devido a guerra com intervenção norte americana. Inúmeras inserções dos diversos jornais da Rede Globo contextualizam sua fala, Renata Lo Prete intervém em momentos específicos na fala do entrevistado, porém em poucos momentos para comentários.

As trilhas sonoras estão presentes para atentar ao ouvinte do fim de um trecho ou de um bloco de entrevista o qual Uchôa é, posteriormente, interrompido por Lo Prete ou por uma inserção sonora. Isto é percebido, por exemplo, aos dezoito minutos e vinte dois segundos

(18'12''), quando uma trilha sobe em *fade-in* e se faz presente em todo um monólogo de Uchôa até a inserção de uma reportagem que exemplifica o trecho comentado pelo jornalista.

Ao fim deste episódio, Renata Lo Prete apresenta para os ouvintes que os áudios ouvidos neste *podcast* fazem parte de uma série especial do repórter Uchôa e, também, da rede americana CNBC. Este trecho possui uma trilha sonora específica e que dá ao trecho o aspecto de créditos para as devidas obras.

Por fim, aos vinte oito minutos e três segundos (28'03'') o *podcast* entra com sua trilha de caracterização de encerramento, Renata Lo Prete encerra o episódio com o mesmo texto do episódio 534, indicando que este áudio é pré-gravado. Porém, diferentemente do episódio anterior, a apresentadora não credita nenhum dos envolvidos na criação do *podcast* neste episódio em particular.

Aproveita-se neste espaço a análise do episódio “291 Trump com Covid”, pois este *podcast* traz informações relevantes sobre as características e o uso dos elementos sonoros em O Assunto. Este episódio fez parte de uma análise anterior para a publicação de um artigo no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e pode ser acessado nesta nota de rodapé⁶³.

Este episódio reforça a não padronização da introdução do O Assunto. Neste, o apresentador do Jornal Nacional, William Bonner, inicia o programa com uma notícia, sem trilha prévia ou efeitos de introdução. O *podcast* é iniciado já com uma notícia sobre o tema abordado, inserido aqui da Televisão para o *podcast*. Após a locução de Bonner, é adicionada uma sonora de uma coletiva de Donald Trump, presidente à época dos Estados Unidos, sobre o fato dele ter contraído o Coronavírus e o superado. O uso de inserções dos noticiários televisivos é a forma mais comum de edição do O Assunto, esta técnica remete corriqueiramente aos noticiários televisivos da Rede Globo, isto é observado quando a inserção sonora do ex-presidente Norte-Americano Donald Trump se encerra nos segundos iniciais, em que Lo Prete narra sobre a então atual situação do presidente dos Estados Unidos e, então, uma outra sonora é adicionada. Nesta, o repórter está no local onde a coletiva foi dada minutos antes e é possível ouvir os ruídos da cidade, com sons dos *flashes* das câmeras, veículos e demais ruídos presentes na cidade e local de onde os repórteres, ao redor do brasileiro, estavam.

Importante comentar sobre o áudio de Donald Trump que, diferentemente do analisado no episódio 534, é inserido sem tradução ou *voice-over*.⁶⁴

⁶³ <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-2481-1.pdf> Acesso em: 13 de set de 2021

⁶⁴ *Voice-over* é entendida como uma técnica de tradução simultânea, que é utilizada preservando a voz original do indivíduo de língua estrangeira e, também, com volume substancial a voz do tradutor/a. Desta forma se

Quadro 4 - Transcrição de um trecho do *Podcast O Assunto*, nº 291 Trump com Covid

<p>Locução 1 – William Bonner</p> <p>“O presidente americano Donald Trump recebeu alta do hospital e vai continuar o tratamento contra Covid na Casa Branca.”</p>	<p>Elemento Sonoros:</p> <p>Voz, inserção sonora do Jornal Nacional com narração de William Bonner</p>
<p>Locução 2 – Donald Trump</p> <p><i>“I just left out Walter Reed Medical Center. And it’s really something very special. [...] I felt great, like better than i have in a long time, i said just recently. Better than twenty years ago. Don’t let it dominate, don’t let it take over your lives”</i></p>	<p>Elemento Sonoros:</p> <p>Voz, inserção sonora de coletiva de imprensa de Donald Trump, efeito de <i>fade-in</i> e <i>Fade Out</i>.</p>
<p>Locução 3 – Renata Lo Prete</p> <p>“Depois de três noites no hospital. Donald Trump voltou nesta terça-feira para a Casa Branca onde continuará a receber tratamento para Covid-19”</p>	<p>Elemento Sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 4 – Repórter</p> <p>“Trump saiu pela porta da frente do hospital <i>Walter Reed</i>. Desceu as escadas sozinho. Tentando demonstrar força, fez sinal de positivo para as câmeras e disse obrigado antes de entrar no carro e seguiu para a casa branca. [...]”</p>	<p>Elemento Sonoros:</p> <p>Ruídos: <i>Flashes</i> de máquinas fotográficas, sons de automóveis e de ambiente urbano. Voz do Repórter.</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁶⁵.

referência o áudio original e, também, apresenta aos demais o sentido da fala na língua do programa contemplado pelos ouvintes/espectadores.

⁶⁵ Disponível em <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 13 de set de 2021

No decorrer desta introdução, nota-se uma subsequente inserção de sonoras de comentaristas e apresentadores sobre a situação da votação e do futuro político dos Estados Unidos da América. Os cortes e as inserções são abruptos, ampliando o discurso da incerteza em relação as eleições presidenciais e do quanto afetou, à época, a internação de Trump devido a Covid.

Somente aos dois minutos (2'00'') que a trilha de caracterização se faz presente no episódio 291, onde Renata Lo Prete apresenta o *podcast* e o episódio, assim como a ela mesma. Neste episódio, o uso de *BG* é presente em diversos momentos, ela não é contínua, mas está com mais frequência que nos demais analisados até então. Há inserções que embasam os argumentos do convidado, podendo ser observado aos três minutos e seis segundos (3'06''), em que a *BG* sobe em *fade-in* e se faz presente até os minutos três e vinte seis segundos (03'26''), inclusive sobre a inserção sonora a qual há uma fala de Trump com *Voice-Over* de um jornalista da Rede Globo.

Quadro 5 - Transcrição de um trecho do *Podcast O Assunto*, nº 291 Trump com Covid

<p>Locução 1- Mathias Alencastro⁶⁶</p> <p>“[...] E uma é o que o médico dele e médicos lá do <i>Walter Reed Hospital</i>, dizem. Então, o que que ele diz? Ele disse no telefone várias vezes “Eu tô querendo sair daqui.”. Ele diz “Estou me sentindo melhor do que me sentia vinte anos atrás.”. <i>É</i>, ele diz que as pessoas não têm que ter medo do Coronavírus, ele <i>tá</i> muito otimista.”</p>	<p>Elementos Sonoros:</p> <p>Voz e <i>BG</i></p>
<p>Locução 2 – Ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump</p> <p>“<i>We are getting great reports [...]</i>”</p>	<p>Elementos Sonoros:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 3 - Jornalista</p> <p>“O próprio Trump confirmou que teria alta, e escreveu numa rede social: ‘Não tenha medo da Covid, não deixem que a doença domine sua vida. Me sinto melhor do que me sentia há 20 anos.’”</p>	<p>Elemento Sonoros:</p> <p><i>BG</i>, Voz e técnica de <i>Voice-Over</i></p>
<p>Locução 4 – Guga Chacra⁶⁷</p> <p>“Ele segue negacionista, mesmo após ter contraído a Covid-19. Ele fala que não é <i>pra</i> ter medo dessa doença que matou mais de 200 mil pessoas nos EUA, mais de 1 milhão de pessoas ao redor do mundo. Quase a totalidade dessas pessoas não tem acesso ao mesmo tratamento que o Trump está tendo [...]</p>	<p>Elementos Sonoros:</p> <p>Voz, e <i>BG</i></p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁶⁸.

⁶⁶ Mathias Alencastro é colunista do portal UOL e pesquisador do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento.

⁶⁷ Gustavo Cerello Chacra é jornalista e comentarista de política internacional do grupo Globo.

⁶⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>.. Acesso em: 13 de set de 2021

As inserções até este ponto são subsequentes e abruptas, uma série de informações de jornalistas distintos a fim de complementar e fornecer ao ouvinte uma profunda visão sobre o assunto específico ao qual está sendo abordado no momento. Deve-se reforçar aqui que esta técnica de edição em O Assunto cria uma estética particular deste programa, o ouvinte não tem a absoluta certeza de como o *podcast* irá iniciar, mas há uma certeza de que, ao longo do programa, serão adicionados complementos informativos da televisão, fornecendo diversos argumentos propostos no *podcast*.

Estes podem ser as falas de repórteres, de âncoras de telejornais, inserções sonoras das falas dos indivíduos abordados no tema, eventual presença de ruídos sonoros (estes oriundos também da televisão, como matérias ou reportagens). Eventualmente as sonoras são de repórteres nos locais dos acontecimentos. Outras são de estúdios, mas com efeitos sonoros aplicados ao áudio original (como visto, por exemplo, no episódio sobre os 20 anos da guerra no Oriente-Médio). O uso de *BG* é pontual e nos demais *podcasts* ouvidos em O Assunto nenhum se utilizou de uma trilha que preenchesse o início até o fim, marcando apenas a fala dos convidados em determinados pontos, iniciando-as com um *Fade*, e muitas vezes terminando abruptamente. No episódio número 290 intitulado ‘PIX: Como isso afeta você, bancos e máquinas’, a introdução é dada a partir de uma breve trilha musical. Esta abre espaço para a locução de Renata Lo Prete que situa o ouvinte sobre o tema abordado como, também, a sua própria apresentação. A introdução se dá pela sobreposição de diversas locuções de outros jornalistas da Rede Globo falando sobre o nome ‘PIX’. Após esta introdução, se ouve a trilha de caracterização, iniciando-se aos dezessete segundos (00’17’’).

Quadro 6 - Transcrição de um trecho do *Podcast O Assunto*, nº 290 PIX

<p>Locução 1 – Renata Lo Prete</p> <p>“Da redação do G1 eu sou Renata Lo Prete e o assunto hoje é...”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 2 – Jornalista homem</p> <p>“Um nome simples, PIX”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção sonora com uso de voz masculina</p>
<p>Locução 3 – Jornalista mulher</p> <p>“PIX é um serviço criado pelo banco central”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção sonora com uso de voz feminina</p>
<p>Locução 4 – Jornalista mulher</p> <p>“A partir de novembro, quem tem conta em banco vai ter mais um meio para fazer pagamentos, é o PIX”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção sonora com uso de voz feminina</p>
<p>Uso de <i>BG</i> como trilha de transição entre a locução 4 e 5</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Inserção de trilha de caracterização preenchendo dos dezessete segundos (00’17’’) até vinte segundos (00’20’’), <i>fade-out</i>;</p>
<p>Locução 5 – Renata Lo Prete</p> <p>“O novo sistema de pagamento Instantâneo e de que forma ele muda a sua vida assim como a de bancos e <i>Fintechs</i>.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p><i>BG</i>, Voz, <i>Fade-Out</i></p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁶⁹.

⁶⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 13 de set. de 2021

Esta introdução, em comparação com as demais, é peculiar. Aqui é mostrado como que a liberdade na criação de O Assunto toma forma, nos demais episódios há a introdução dada apenas pelas manchetes envolvendo o assunto, assim como a participação de Lo Prete na criação de ‘ganchos’ para as inserções, aqui ocorre de maneira diferenciada.

Renata apresenta o programa logo de início após a *BG* iniciar, seu texto de caracterização é diferente dos demais episódios selecionados, a trilha de caracterização não surge com a redação padrão, e é desta forma que O Assunto trabalha sua linguagem jornalística.

Podemos ver novamente, o uso de entrevistas e da participação de Lo Prete na condução do programa. Os especialistas, como foi na participação do jornalista Uchôa, são colegas dela área do Jornalismo da Globo, apresentadores de diversos programas no canal GloboNews e TV Globo. A apresentação do episódio é dada com a participação de Juliana Rosa⁷⁰ em primeiro momento e, posteriormente, Antônio Cerqueiro, sócio de uma consultoria que realizou estudo sobre o ‘PIX’.

O *podcast* possui pouco uso de silêncio, apontados com o uso de forma não proposital nos intervalos de respiro dos participantes. Novamente as trilhas sonoras surgem no período do ‘meio ao fim’ dos monólogos, esta dinâmica evita que o interlocutor perca a atenção do ouvinte nos minutos em que os diálogos se tornam extensos.

Neste episódio há uma interação de Renata Lo Prete com Juliana Rosa semelhante ao ocorrido no episódio em que Uchôa participa. Porém, há uma maior intensidade na presença da apresentadora. Inclusive, ocorrem risos e descontrações mais frequentes e o programa difere da ‘seriedade’ presente nas demais edições analisadas de O Assunto.

⁷⁰ Juliana Rosa é uma jornalista e comentarista de economia, à época trabalhava para o grupo Globo.

Quadro 7 - Transcrição de um trecho do *Podcast O Assunto*, nº 290 PIX

<p>Locução 1- Juliana Rosa</p> <p>“[...] Só que a TED você, <i>vai</i>, você tem que esperar até trinta minutos, se eu quiser te mandar <i>um, hoje</i>, uma transferência bancária via TED.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução 2 – Renata Lo Prete</p> <p>“Se você quiser eu deixo <i>tá, Ju?</i>”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>(Risos)</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Risos de Renata Lo Prete e Juliana Rosa</p>
<p>Locução 3 - Juliana Rosa</p> <p>“Não tem dinheiro não, <i>to</i> aceitando de volta.”</p> <p>(Risos)</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz e risos de Juliana Rosa, elementos claros de informalidade entre a locução 2 e 3 por parte de ambas.</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁷¹.

⁷¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 13 de set de 2021

Quadro 8 - Transcrição de um trecho do *Podcast O Assunto*, nº 290 PIX

<p>Locução 1- Juliana Rosa</p> <p>“[...] Mas na média, é 5 reais que cada cliente bancário paga, pelos levantamentos dos bancos. Mas convenhamos, <i>né, que é um, é caro</i> ainda. Imagina, vou te transferir 50 reais, <i>vou ter que pagar 10 pro</i> banco. Eu apurei que custa 6 centavos para o banco. O PIX é mais <i>bartato</i> também para o banco, custa 1 centavo a cada 10 pix, e ele não pode cobrar de pessoa física, olha coisa boa. Então a gente vai fazer essa transferência, eu e você, de graça.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p><i>BG e Voz</i></p>
<p>Locução 2 – Renata Lo Prete</p> <p>“Tá, já <i>tô</i>, esperando essa nossa transferência.”</p> <p>(Risos de Juliana Rosa)</p> <p>“Mas vamos lá, Ju. Você falou de rapidez [...]”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz, risos de Juliana Rosa e uso de linguagem informal</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁷².

A linguagem descontraída entre Juliana Rosa e Renata Lo Prete não é, necessariamente, um elemento sonoro em si. Por via de regra, este se enquadra em uma categoria que é o da voz. Entretanto, cabe salientar que esta forma mais descontraída de diálogo se fez presente em poucos momentos na análise dos *podcasts* em O Assunto.

O diálogo, ou seja, a voz, é a principal ferramenta presente na construção do jornalismo neste *podcast*. As inserções de trechos de demais programas da Rede Globo e afiliadas, assim como o uso de trilhas sonoras, por fim, são os elementos sonoros disponíveis para serem analisados em O Assunto.

O silêncio jamais é utilizado, e os efeitos sonoros presentes são derivados das próprias reportagens que são inseridas no *podcast*. Alguns ruídos foram detectados, especialmente nestas mesmas inserções quando jornalistas estão cobrindo alguma reportagem.

⁷² Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 13 de set de 2021

Relevante salientar que as reportagens presentes neste *podcast* por vezes não traduzem as falas de indivíduos estrangeiros. Foi observado apenas que em um episódio, especialmente na fala de George Bush, houve *voice-over*. Mas o *podcast* em si não se atém ao aspecto de elucidar ao ouvinte não falante do idioma estrangeiro a mensagem dita, como no caso do episódio “Trump com Covid”.

4.2.2 O Panorama (da CBN Brasil)

O *podcast* Panorama CBN possui o *slogan*: “as principais notícias do dia em menos de meia hora”. Deste modo é evidente que, dentre os demais programas estudados, este é o único que trabalha com uma variada gama de notícias diárias. Portanto é evidente um afastamento no modo de produção deste com os demais analisados nesta dissertação. O *On the media*, O Assunto e, também, o *The tip off* englobam em sua edição um tema específico. Apresentado por Gabriela Viana ou Bianca Santos, o Panorama CBN surge como um dos principais produtos jornalísticos no formato de *podcast*.

Porém no programa “Nova Classificação do Coronavírus, Força Nacional no Ceará e as nomeações de Onyx”, diferentemente das edições mais atuais, foi apresentado por Camila Olivo. Este episódio tem início com sua trilha de caracterização no primeiro segundo (00’01”) até os oito segundos (00’08”), logo seguido de *fade-out* para a entrada da locução da apresentadora.

Com uma apresentação mais informal, ela começa dizendo “Olá *pra* você que tá comigo aqui. Eu sou Camila Olivo e vou te contar o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo, e que foi destaque na programação da CBN. Hoje é, finalmente, uma sexta-feira. Se bem que *pra* muita gente a semana foi bem curtinha, né? Hoje é dia 28 de fevereiro de 2020.”.

Nos vinte e sete segundos (00’27”) emerge a trilha em *fade-in* e, em seguida, o prefixo pré-gravado com voz masculina diz “Panorama CBN”, a trilha continua até os 00’:33”, onde a apresentadora retoma o *podcast* com a notícia:

“A organização mundial da saúde elevou *pra* muito alto o risco mundial para a epidemia de Coronavírus. O diretor geral da OMS afirmou que o aumento contínuo de casos da doença e o número de países afetados nos últimos dias são motivos de preocupação.”. A locução segue com a *BG* preenchendo o fundo da paisagem sonora do *podcast* e a notícia é desenvolvida até o minuto um e quarenta e um segundos, onde, a partir deste ponto, uma nova pauta entra no programa.

Aqui já podemos pontuar como este *podcast* trabalha a informação e o próprio exercício do jornalismo. Já nos demais programas há locução radionovelesca, ou inserção de sonoras oriundas de outras mídias, no Panorama CBN é apenas a apresentadora aliada à *BG* que discorre sobre os temas abordados.

É apenas aos três minutos e seis segundos (03'06'') que há uma inserção sonora, esta do então secretário da educação de São Paulo Rossieli Soares. Sua participação no *podcast* é dada com *fade-out* da *BG* e que segue:

[...] Que é orientação errada e ela não pode ser dada desta forma, *né*. O fato de ter viajado para o país não quer dizer que haja qualquer tipo de vírus, que tenha infectado a esses jovens e eles tem um direito maior que é de frequentar a escola. Somente haverá alguma coisa depois de alguma orientação médica depois de exames efetivamente elaborados e se aquele indivíduo, se aquela criança ou aquele jovem tiver realmente infectado. Se não é frequentar a escola mais do que nunca, vida normal, vida que segue.

Relevante pontuar que a locução de Rossieli Soares é editada de forma a diminuir os espaços entre os respiros de sua fala, o áudio em si possui som cristalino e eventuais ruídos ao fundo podem ser observados. Esta inserção termina aos três minutos e trinta e nove segundos onde, novamente, a *BG* sobe em *fade-In* e a apresentadora Camila Olivo já prossegue ditando a próxima notícia.

Deve-se apontar que em certos momentos Olivo dá maior ênfase em certos termos, utiliza-se de algumas pausas – silêncio – e recorre à informalidade em seu discurso. Pode-se observar um destes exemplos, onde é dito: “A partir de março, que já é agora, *né*? No final de semana dia primeiro de março.”.

A informalidade transita com o formal e, por vezes, é utilizada uma entonação em alguns termos que, por vezes, são seguidos de pequenas pausas propositais. Em outros momentos do programa há inserções de outras falas, de depoimentos com áudio de qualidade audivelmente inferior. Aspecto este que remete a entrevistados que concedem sua participação via telefone celular ou outro aparelho.

Isto é evidentemente observado aos quatro minutos e cinquenta e sete segundos (04'57'') onde é adicionado ao uma fala masculina sem prévia apresentação ou contextualização do participante. A critério do pesquisador, este trecho não será transcrito sobre o risco de não conseguir, mesmo com os devidos aportes tecnológicos necessários, compreender com clareza alguns aspectos da fala desta inserção sonora.

Há, nos seis minutos e onze segundos (6'11''), uma transição abrupta da *BG*. Uma nova música tema toma espaço no programa e o *podcast* segue com uma nova frase informal que liga a notícia anterior com a que virá em seguida. A locução segue com "... Pois é, isso porque na Itália o número de casos subiu de 400 para 650". A jornalista ainda enfatiza o segundo valor de seiscentos e cinquenta no seu modo de fala.

Um dos momentos mais relevantes desta edição do Panorama CBN se dá na satírica inserção sonora referente às manifestações do dia 15 de março de 2020. Tal episódio atentou contra as instituições democráticas do Brasil.

Aos dezenove minutos e trinta e sete segundos (19'37'') há um efeito sonoro abrupto de pós-produção que simula a estática na sintonização de um programa de rádio onde, a partir disso, é dada uma inserção sonora que mescla discursos do governo, propaganda política e efeitos sonoros da novela Bem Amado. Este momento do *podcast* reconfigura de forma satírica a narrativa desta edição.

Com locução oriundo da mídia televisiva para o *podcast* simulando um rádio, se observa que há uma indução em criticar as manifestações propostas para o dia 15 de março de 2020. Mas não somente isto, é um espaço da edição deste *podcast* em que mais se utiliza recursos sonoros diversos.

Quadro 9 - Transcrição de um trecho do *podcast* Panorama CBN

<p>Inserção sonora da novela Bem Amado – Locução Feminina</p> <p>“E nós viemos aqui também para expor uma ideia que eu tive. Precisamos promover uma manifestação de desagrado ao prefeito.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Vozes dos atores da novela Bem Amado, inseridos no <i>podcast</i> com o intuito de satirizar o momento político vivido pelo Brasil à época do lançamento da edição do Panorama CBN.</p>
<p>Inserção sonora – Música: Hino Brasileiro</p> <p>Hino Nacional do Brasil, tocado em forma de <i>BG</i> com instrumentos de sopro.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Música: Hino Nacional Brasileiro</p>

<p>Inserção Sonora da novela Bem Amado – Locução Masculina</p> <p>“Ah, uma manifestação espontânea”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Hino nacional em forma de <i>BG</i> com instrumento de sopro;</p> <p>Voz Masculina 1: Áudio da novela Bem Amado;</p>
<p>Inserção Sonora da novela Bem Amado – Locução feminina:</p> <p>“Pra mostrar que o senhor continua prestigiado pelo povo.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Locução Feminina: Áudio da novela Bem Amado;</p> <p>Elemento Sonoro: Hino nacional tocado em forma de <i>BG</i> com instrumento de sopro</p>
<p>Inserção sonora de propaganda política – Locução Masculina:</p> <p>“Temos um presidente cristão, patriota, capaz, justo e incorruptível. Que sofre e luta por esta nação. Dia 15 de Março, mostre que você é patriota, ama o Brasil e defende o presidente Bolsonaro.”</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Narrador de propaganda política: Voz Masculina. Hino nacional tocado em forma de <i>BG</i> com guitarra elétrica, violinos e demais instrumentos</p>
<p>Inserção sonora da novela Bem Amado – Locução Masculina:</p> <p>“Agora, eu não sei nada. <i>Sabe, compreende, né... Eu</i>, tem que ser uma coisa realmente espontânea.”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz: Áudio da novela Bem Amado</p>

	Hino nacional tocado em forma de <i>BG</i> com instrumento de sopro
<p>Inserção Sonora da Novela Bem Amado – Locução feminina:</p> <p>“Ah, mas é claro! O senhor vai ser colhido de surpresa. Bem, vamos embora meninas!”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz: Áudio da novela Bem Amado</p> <p>Hino nacional tocado em forma de <i>BG</i> com instrumento de sopro</p>
<p>Inserção Sonora da Novela Bem Amado – Locução feminina:</p> <p>“Pra frente Sucupira!”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz: Áudio da novela Bem Amado;</p> <p>Música de marchinha com flauta e tambores.</p>
<p>Inserção Sonora da Novela Bem Amado – Locução masculina:</p> <p>“Eu não posso recusar nada que vem do coração do povo, uma coisa espontânea”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz: Áudio da novela Bem Amado;</p> <p>Elemento Sonoro: Música de marchinha com flauta e tambores.</p>
<p>Inserção sonora - locução masculina de jornalista:</p>	<p>Elemento sonoro:</p>

<p>“É extremamente grave a denúncia de que o presidente da república teria repassado, pelo seu celular pessoal, uma convocação para um ato contra o congresso nacional e contra o poder judiciário, atentando, portanto, contra a própria democracia no Brasil.”</p>	<p>Voz: Música de marchinha com flauta e tambores.</p>
--	--

Fonte: elaborado pelo autor (2021)⁷³.

Por fim, esta edição de pouco mais que 24 minutos se encerra com a leitura do comentário de um ouvinte do Panorama CBN no Instagram e é evidenciado os devidos créditos da apresentadora referente à Juliana Fonseca, o editor do programa e, por fim, a trilha segue até acabar e *fade-out*.

O episódio intitulado de “Justiça mantém prisões no caso Moïse; Sobe o nº de vítimas por causa das chuvas em SP; e líder do ISIS morto na Síria” do dia 03 de Fevereiro de 2022, se inicia com a trilha de caracterização e com o reforço do título do episódio por meio da narração de Juliana Prado.

Após a leitura das manchetes, e desta forma trazendo mais informações sobre cada um dos temas abordados no episódio, há a vinheta de apresentação do Panorama CBN. Salienta-se que a trilha de caracterização se faz presente ao longo de todo episódio também como BG enquanto a apresentadora notícia todos os fatos. Além deste aspecto, todas as divisões dos blocos informativos são possuem esta mesma trilha de caracterização/BG.

Dentre os *podcasts* analisados este é o único cuja sua trilha não varia, mantendo-se padronizada em todos os episódios estudados.

Aos quatro minutos e quarenta e cinco segundos (4’45’’), há a introdução de um áudio telefônico, em formato de depoimento. Novamente aqui se observa o ‘não tratamento’ do áudio quando alguém participa do *podcast* como entrevista ou depoimento. Há uma perda significativa de qualidade sonora e, com isto, uma certa dificuldade em compreender a totalidade das informações.

Neste caso, a *BG* se torna ausente e há uma constante interferência de ruídos captados pelo microfone do dispositivo utilizado pela depoente. Após o fim da fala, aos cinco minutos e dezoito segundos (5’18’’), novamente é colocada a *BG*/trilha de caracterização e o episódio segue com o noticiário da pandemia.

⁷³ Disponível em: <https://www.podchaser.com/podcasts/panorama-cbn-586130/episodes/nova-classificacao-do-coronavi-54290696>. Acesso em: 26 de out de 2021.

No decorrer do episódio há um linguajar levemente informal, visto neste trecho por exemplo, quando a apresentadora diz: “Agora eu abro um espaço aqui para falar sobre a pandemia, e eu resolvi trazer *pra* você hoje o resultado de uma pesquisa que foi realizada [...]”. O uso de uma linguagem mais próxima ao ouvinte é uma das marcas deste *podcast*. Entretanto, nos demais estudados neste trabalho há diferentes formas de abordar os temas que cada episódio contém, aqui há sempre uma utilização de frases como a citada, onde os apresentadores retomam a atenção do ouvinte falando de forma indireta com ele.

Aos sete minutos e trinta e seis segundos (7’36’’) a fala de Juliana retoma este clima de descontração, de uma certa proximidade com a informalidade: “E *pra* fechar esse giro de informações sobre a pandemia, tenho uma outra notícia importante.” Interessante salientar que há o intercalo entre a narração formal, especialmente quando se trata da notícia que está sendo explanada, com esta mais inimitista que dá o ‘gancho’ a um novo tópico ou finalizando uma notícia. Aos dez minutos e seis segundos (10’06’’) há a inserção da sonora do Capitão André Elias, previamente apresentado como porta voz do corpo de bombeiros de São Paulo. Neste ponto, o áudio presente no *podcast* é inserido com sua fala já em andamento. Isto pode ser observado, pois há um recorte abrupto logo no início do depoimento.

Este trecho é interessante para esta pesquisa pois há a clara evidência de que esta sonora faz parte de uma coletiva, visto que há a participação de uma outra jornalista que, presente no local onde a fala está sendo gravada, pergunta e intervém na fala de André Elias. Há, também, uma quantidade de ruídos ambientes como vozes de pessoas, sons urbanos, o som de motor de helicóptero e a tentativa de outros jornalistas de chamar a atenção do capitão.

Do mesmo modo que o depoimento do capitão André Elias foi posto no *podcast* há, também, a inserção da fala de João Doria, atual governador do estado de São Paulo, logo na sequência aos onze minutos e sete segundos (11’07’’). Porém nesta sonora os ruídos urbanos, mesmo que presentes, possuem menor predominância.

Aos treze minutos e dezenove segundos (13’19’’) ocorre a interferência de uma sonora discrepante das demais padronizadas no *podcast*. A notícia toma de assalto os ouvidos do *internauta* e, além disso, há uma fala totalmente irreverente que diz: “Na economia se você usa muito PIX, atenção aqui para esta informação.”. O efeito imediato que causa neste ponto é o de surpresa momentânea pela quebra do padrão que o *podcast* vinha utilizando somado a escolha das palavras na articulação desta notícia.

Aos quatorze minutos e quarenta e seis segundos (14’46’’) uma nova trilha entra no episódio e, em seguida a apresentadora fala: “Quando você ouve esta trilha você já sabe que alguma coisa aconteceu na tecnologia, né?”. Este novo bloco é específico para a fala temática

envolvendo tecnologia, acionada apenas nestes momentos específicos. Com isto temos uma nova ramificação temática dentro do *podcast*. Esta dinâmica reflete as diversas formas as quais o Panorama CBN utiliza para articular notícias, mantendo uma ambientação sonora diversificada em cada episódio.

Vale ressaltar que após este trecho específico falando sobre o tema ‘tecnologia’, uma nova trilha entra no *podcast* apresentando o cenário internacional. Desta forma podemos compreender o destaque das notícias ancoradas em trilhas sonoras customizadas para tematizar cada assunto de forma específica. Aos dezoito minutos e doze segundos (18’12’’) é utilizada a técnica de *voice-over* na fala de Joe Biden, atual presidente dos Estados Unidos.

Para caracterizar a sonora, previamente a jornalista apresenta o tema da fala de Biden, esta entra como sonora no episódio e, após a primeira fala, uma voz masculina se sobrepõem a de Biden traduzindo para o ouvinte. Aos dezenove minutos e onze segundos (19’11’’) minutos retorna a *BG* tradicional do programa Panorama CBN e neste ponto Juliana se despede com um tom de informalidade intimista, que soa como uma conversa entre o ouvinte e a locutora.

Quadro 10 - Transcrição de um trecho do *podcast* Panorama CBN

<p>Locução Feminina – Juliana Prado:</p> <p>“Agora vou ficando por aqui em mais uma edição do Panorama CBN de hoje. Eu não pensei em nenhuma música, me desculpa, mas eu prometo que amanhã certamente vou encontrar alguma para encaixar no <i>podcast</i>. Mas de qualquer forma eu ofereci <i>pra</i> você muitas informações importantes, então muito obrigada pela companhia de hoje, viu? O roteiro desta edição foi <i>escrita</i> por mim, a montagem a sonorização são da Priscila Gubiotti. E você pode me encontrar lá nas redes sociais, no @juliana_dprado no <i>twitter</i> e no <i>insta</i> é só procurar por Juliana D Prado. E tem o e-mail juliana.prado@cbn.com.br. E não se esqueça que amanhã tem a primeira edição do Panorama CBN com a Bianca Santos. Beijos <i>pra</i> você e até mais!”.</p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz e <i>BG</i></p> <p>Detalhe de locução intimista, com toque de informalidade.</p>
--	--

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁷⁴.

⁷⁴ Disponível em: <https://cbn.globoradio.globo.com/media/audio/365807/justica-mantem-prisoas-no-caso-moise-sobe-n-de-vit.htm>. Acesso em: 09 de fev. 2022.

Após a fala de Juliana, entra uma vinheta com trilha que reforça o programa ouvido, falando sobre o Panorama CBN ser as principais notícias do dia em menos de meia hora. Desta forma, aos vinte minutos e vinte segundos (20'20'') o episódio se encerra.

4.2.3 THE TIP OFF (BBC)

O britânico *The tip off* recorre de um afastamento quando posto em espelhamento com os demais *podcasts* estudados. Neste, o jornalismo por meio do áudio é configurado a partir da dramatização, utilizando-se de uma ambientação sonora para trabalhar a notícia. Portanto é possível afirmar que sua linguagem difere dos demais *podcasts* aqui estudados.

O episódio *Fragments* toma como ponto de partida uma breve trilha que, depois de emergir em *fade-in*, inicia o *podcast*. Uma narração feminina toma forma, e apresenta o tema do episódio. A narração inicial se encerra aos vinte e quatro segundos (00'24''), contextualizando o ouvinte até a trilha inicial desaparecer em *fade-out*.

Quadro 11 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 39 *Fragments*

<p>Locução Feminina – Maeve McClenaghan</p> <p><i>“This is the story of three people miles apart searching for justice. And it starts on a day like any other back in September twenty eighteen”⁷⁵</i></p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz, <i>Fade-out</i>, <i>BG</i></p>
--	---

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁷⁶.

A locução continua ambientando a história que será desenvolvida no *podcast* após o *fade-out* do introito que contextualiza de forma geral a ideia do episódio. A narração é em terceira pessoa, e constrói a ambientação sonora da vida de Masih a partir de seus pensamentos e atitudes. Portanto vemos que o personagem é um indivíduo que vive no Irã e que pensa em seus filhos que vivem no Afeganistão.

⁷⁵ “Esta é a história de três pessoas a milhas de distância procurando por justiça. E se tem início em um dia como qualquer outro, lá em setembro de 2018.” (Tradução do autor).

⁷⁶ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.39fragments>. Acesso em: 14 set. de 2021.

Logo após, há um diálogo masculino na língua materna de Masih que é sobreposto com *voice-over* por uma tradução para o inglês com sotaque característico do oriente médio. Este efeito dá ao ouvinte a impressão de estar acompanhando a vida do personagem, suas ideias, angústias e pensamentos.

Ao fim deste momento, a locutora feminina retoma a narrativa e cria para o ouvinte novos contextos e imagens mentais a partir de narrativas. Como exemplo, temos: “*But he often missed home, and regularly found his thoughts returning to his kids.*”⁷⁷. Relevante pontuar que a narrativa toma forma com a ausência de BG ou de efeitos sonoros. Até este ponto são diálogos intercalados entre a apresentadora e as vozes dos indivíduos citados.

A narrativa apresenta o contexto de um ataque ao vilarejo da família de Masih, e as locuções masculinas em *voice-over* retornam, indicando que se trata de um novo depoimento do nosso personagem. Deste modo se desenrola a trama que se originou de uma investigação jornalística feita pelos membros do *podcast*.

⁷⁷ “Mas ele recorrentemente sente falta de casa, e regularmente se encontra pensando em suas crianças.” (Tradução do autor)

Quadro 12 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 39 Fragments

<p>Locução em idioma árabe e inglês com sotaque:</p> <p><i>“She told me that there was a Raid. The Soldier had seiged our home and also the neighbours houses that among them were people speaking English, Pastho and Persian [...]”</i>⁷⁸</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Vozes, técnica de <i>Voice-Over</i></p> <p>Detalhe na locução em inglês sobre a de idioma árabe, em que emula um sotaque</p>
<p>Locução Feminina – Maeve McClenaghan</p> <p><i>“Not long after hanging off the phone with her husband. Amina had returned to their children to comfort them, after the visit from the soldiers. Then, out of nowhere a bomb fell from the sky striking their house and killing everyone inside.”</i>⁷⁹</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Uso de Silêncio, Voz</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁸⁰.

Aqui podemos pontuar um padrão na construção da narrativa jornalística que difere dos demais *podcasts* apontados por esta dissertação. Com um apelo voltado na criação de imagens mentais e de uma história, a notícia se desenrola como uma radionovela narrada.

O *podcast* utiliza-se de pausas pontuais, o uso do silêncio especialmente nos minutos três e vinte e cinco segundos (03’25’’), cria dramatização, aumentando a tensão da narrativa e prendendo o ouvinte nos detalhes imagéticos que a narradora apresenta.

É somente nos três minutos e trinta e nove segundos (03’39’’) que a trilha de caracterização retorna em *fade-in* na própria narração da locutora. Ela nos diz que a família Masih havia sido “*wiped-out*” - “Varrida” em tradução livre - após o ataque com a bomba, criando um efeito de transição para, finalmente, a locutora dizer seu nome, Maeve

⁷⁸ “Ela me disse que houve um assalto. Os soldados cercaram nossas casas e a de nossos vizinhos. E que entre eles havia pessoas falando inglês, pacho e persa.” (Tradução do autor).

⁷⁹ “Não muito tempo depois de desligar o telefone com seu marido. Amina retornou para seus filhos, para confortá-los após a visita dos soldados. E então, do nada, uma bomba caiu dos céus atingindo a casa deles e matando todos dentro.” (tradução do autor)

⁸⁰ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.39fragments>. Acesso em: 14 set. 2021.

McClenaghan, e que estávamos acompanhando o programa *The tip off*. O episódio segue com a apresentadora ambientando o ouvinte em outro contexto, ampliando o escopo da narrativa.

Quadro 13 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 39 Fragments

<p>Locução feminina – Maeve McClenaghan</p> <p><i>“More than four thousand miles away, in London, Jessica Perkins security correspondent of the Bureau of investigation Journalism was sitting down in her desk to check the daily e-mails.”⁸¹.</i></p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução feminina – Jessica Purkiss</p> <p><i>“Essentially, i turned up to work in the morning and in my inbox was full of google ads of drone strikes on various countries we cover and some of these cases we can never verify. And we go through a process on trying to verify those and sometimes we lauch larger and long time investigations on certain incidents where we want to dig a bit further”⁸²</i></p>	<p>Elemento sonoro:</p> <p>Voz</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁸³.

Após esta introdução, há uma nova locução feminina em forma de depoimento. Esta é Jessica Purkiss que fala sobre as atividades do dia e de como se viu envolvida neste cenário. Em determinados momentos há pausas, há risos em concomitâncias com a fala e ênfases em algumas palavras. A narração é dada em primeira pessoa como se Jessica relembresse de eventos através da memória, sendo estas já apresentadas no trecho inicial do *podcast* pela apresentadora Maeve.

⁸¹ “A mais de quatro mil milhas de distância, em Londres, Jessica Perkins correspondente de segurança do escritório de investigação jornalística estava sentada em sua mesa checando seus e-mails diários.” (Tradução do autor).

⁸² “Basicamente, me dirigi ao trabalho pela manhã e minha caixa de e-mail estava cheia de propagandas do google sobre ataques de drone em vários países que cobrimos, e alguns destes casos nós jamais poderíamos verificar. Então procedemos em tentar verificar estes incidentes, e em alguns casos nós lançamos uma maior e mais ampla investigação os quais gostaríamos de investigar um pouco mais a fundo.” (Tradução do autor).

⁸³ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.39fragments>. Acesso em: 15 set. 2021

Diversos outros personagens aparecem no programa, e a criação da matéria é dada a partir de depoimentos que são ouvidos sem intervenção de perguntas ou de outros elementos sonoros que não o da voz e, eventualmente, de uma *BG*.

Temos o exemplo do uso de *BG* aos sete minutos e quarenta segundos (7'40''), em que Maeve comenta sobre dificuldades e de como outros jornalistas puderam trabalhar em conjunto a fim de adquirir respostas sobre a morte da família de Masih. Interessante salientar que há um padrão nas *BGs*.

Por vezes a *BG* é a mesma que tocou quando Maeve apresentou o tema do *podcast*, já em outros momentos a trilha é diferente, como visto no minuto citado neste parágrafo.

O silêncio é frequentemente utilizado em *The tip off*, a construção narrativa da notícia é totalmente voltada para o *storytelling*⁸⁴, o espaço entre frases e as pausas entre os blocos criam uma suspensão de estímulos sonoros que prendem o ouvinte no próximo texto a ser apresentado pelos interlocutores. Um destes momentos pode ser destacado aos nove minutos (09'00'').

⁸⁴ *Storytelling* pode ser entendido como uma técnica de contar história. De tal forma pode ser utilizado como neologismo dos contos narrados folclóricos ou narrativas populares.

Quadro 14 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 39 Fragments

<p>Locução Feminina – Maeve McClenaghan</p> <p>“After many, many calls to different officials, JD found Someone who could pass on Mesih contact details... He was on the trail.⁸⁵”</p> <p>“After it heard the horrifying news of his family’s death, Masih has been lost. In the days he handed himself into iranian’s officials, he been working in the country illegally. So, it wasn’t just as simple as heading home. They sent him on his way, and he made it back to Afghanistan and then to his hometown.⁸⁶”</p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz e uso proposital do Silêncio</p>
--	---

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁸⁷.

Aos dezesseis minutos e quatorze segundos (16’14’’) do episódio *Fragments* algo peculiar ocorre. Há o uso de uma inserção sonora de teclado de um computador e o *click* de *mouse*. Este efeito sonoro causa peculiar estranheza neste momento, pois é a primeira vez no episódio que ouvimos a simulação de uma atividade do narrador que não seja pela criação imagética da narração unicamente pela voz ou BG. Deste modo cabe dizer que o *The tip off* “EP: 39 *Fragments*” se utiliza, também, de efeitos sonoros.

O elemento que compõem o som de datilografia nos coloca em uma posição de imaginar o indivíduo que fala em seu ambiente de trabalho, pesquisando sobre pistas que poderiam levar o jornalista em questão na solução do problema enfrentado por Masih. Aqui, diferentemente dos demais *podcasts* analisados até então, há o uso de efeito sonoro que simula de forma dramatizada as ações descritas no *podcast*.

No episódio 53 *Black and White Data*, o *The tip off* começa com uma frase que instiga o ouvinte a pensar sobre algumas questões. A introdução do programa e da apresentadora só é

⁸⁵ Após muitas, muitas chamadas para diferentes funcionários, JD encontrou alguém que poderia passar-lhe os contatos de Mesih... Ele achou um caminho. (tradução do Autor)

⁸⁶ Após ouvir as horríveis notícias da morte de sua família, Masih estava perdido. Nos dias em que ele mesmo topou com oficiais iranianos, ele havia trabalhado ilegalmente no país. Então não era tão simples quanto caminhar para casa. Eles enviaram-no por conta e ele conseguiu chegar ao Afeganistão, e posteriormente para sua cidade natal. (Tradução do Autor)

⁸⁷ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.39fragments> Acesso em: 15 set. 2021

dada no fim do introito, a leitura de Maeve entona alguns aspectos, e com isto não podemos considerá-la como uma leitura neutra típica do radiojornalismo. Isto é dado devido a ênfase no fraseado que inclui silêncio, indagação e um certo nível de dramatização na fala.

Quadro 15 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 53 Black and White Data

<p>Locução Feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p><i>“Think back to last crime story you read on the paper or saw on the news. Perhaps you remember the details of the crime or the mugshot photo staring back at you. But have you ever stop to wonder where those stories come from? How do they get from A to B and reach the reader of viewer? I’m Maeve McClenaghan, this is The tip off.”⁸⁸</i></p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz</p> <p>Uso proposital do silêncio,</p> <p>BG</p>
<p>Locução Feminina – Sarah Turnnidge:</p> <p><i>“My name is Sarah and i’m a journalist.”⁸⁹</i></p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz e BG</p>
<p>Locução Feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p><i>“Like many journalists, Sarah Turnnidge started her career working at local papers.”⁹⁰</i></p>	<p>Elemento sonoros:</p> <p>Voz e BG</p>

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁹¹.

A BG deste episódio termina aos quarenta e seis segundos (00’46’’) em *fade-out*, quando Maeve contextualiza ao ouvinte dados sobre a jornalista participante no programa,

⁸⁸ Pense na última história criminal que você leu em um jornal ou viu no noticiário. Talvez você lembre de detalhes do crime ou da foto criminal lhe olhando. Mas você já parou para se perguntar de onde estas histórias surgem? Como que elas vão de A a B até chegar no leitor ou telespectador? Eu sou Maeve McClenaghan, e este é o *The Tip Off*. (Tradução do autor)

⁸⁹ Meu nome é Sarah e eu sou uma jornalista. (Tradução do Autor)

⁹⁰ Como muitos jornalistas, Sarah Turnnidge começou sua carreira trabalhando em jornais locais. (Tradução do autor)

⁹¹ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.53blackandwhitedata>. Acesso em: 15 set. 2021.

Sarah Turnnidge. Importante salientar que, diferentemente do observado em O Assunto, o *The tip off* utiliza como trilha de caracterização a sua própria *BG*. E neste ponto o autor do trabalho adverte ao leitor que há uma certa relação entre as trilhas utilizadas no *podcast* e outros aspectos presentes.

Em *The tip off*, notou-se que a trilha de caracterização é utilizada no início e no fim de cada episódio estudado até este momento. Porém, ela também é utilizada na divisão dos blocos narrativos e como *BG* em determinados pontos. De tal forma, poderíamos tratá-la como trilha de caracterização, *BG* e inclusive divisão sonora.

Devemos apontar que neste *podcast* há usos de variadas trilhas e os efeitos sonoros surgem de forma eventual. Sua audição nos faz perceber que há uma complexa estrutura narrativa envolvida, porém há uma ausência de padronização dos elementos sonoros que se fazem presentes nos demais episódios.

Neste episódio, *Black and White Data*, a apresentadora Maeve constrói um cenário no imaginário do ouvinte a partir do depoimento de Sarah. Diferentemente do episódio número “39 *Fragments*”, este não possui personagens de outros países. Portanto não se observa a técnica de *voice-over*. Algumas trilhas de divisão sonora diferentes da tradicional são utilizadas, como podemos notar aos dois minutos e oito segundos (02’08’’), em que há um *fade-in* para a transição do depoimento de Sarah com a narração de Maeve.

Aos quatro minutos e dezoito segundos (04’18’’) ouve-se um som que beira a indefinição. O autor deste trabalho não consegue discernir se é a mesma técnica utilizada em outro episódio, de simular o teclado de computador sendo digitado ou se, de uma forma ou de outra, há um ruído externo ao desejado pelos produtores do *The tip off*. Sob o contexto da fala de Sarah, pode ser entendido como um efeito proposital, porém é baixo o suficiente para que um ouvinte desatento não o perceba. Desta forma, a critério de análise, aqui será apresentado neste momento como um ruído, visto que o som não é nítido, sua presença é sutil e relativamente descontextualizada.

Aos quatro minutos e trinta e seis segundos (04’36’’) há um momento relevante para a análise deste *podcast*. Aqui se observa que há o uso de silêncio que dura dos quatro minutos e trinta e oito segundos (04’38’’) até os quatro minutos e quarenta e quatro segundos (04’44’’), *BG*, narração dramatizada e, também, ênfase no texto que está sendo narrado. A combinação destes elementos prende a atenção do ouvinte e cria um ambiente sonoro de *storytelling*, estratégia comunicacional esta utilizada como estética particular deste *podcast* na criação de conteúdo jornalístico.

Quadro 16 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 53 Black and White Data

<p>Locução feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p>“<i>But even that wasn’t simple enough.</i>”</p> <p>(<i>Silêncio</i>)</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Voz e uso proposital de silêncio</p>
<p>Locução feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p><i>The forces all held and produced information in different ways. So Sarah decided to concentrate on the biggest police force in the country: The Metropolitan.</i>⁹²</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Voz e <i>BG</i></p>

Fonte: elaborado pelo autor (2022)⁹³.

A ênfase na entonação de algumas palavras – Como na narração dos termos “... *different ways*” - e as pausas utilizadas – Especialmente em “*But even that wasn’t simple enough*”⁹⁴ – conduzem o ouvinte a interpretar, atentar e a se envolver com a trama de uma forma particular. A trilha, o silêncio e a narrativa demonstram o desenrolar de um roteiro. Diferentemente de uma notícia lida, ou de uma entrevista convencional com perguntas e respostas, a participação de todos os integrantes em *The tip off*, transparecem personagens de uma história narrada.

Maeve se posiciona muito mais como uma narradora do que jornalista e os depoimentos são apresentados de forma a construir este imaginário supracitado. É induzido ao ouvinte a criação de todo um contexto, que envolve o jornalismo de forma sutil, desenvolve-se na história a relevância do papel desta profissão, seja na vida profissional de algum indivíduo ou nos impactos que a própria profissão possui na sociedade.

A trilha neste episódio é contínua até os oito minutos e dezoito segundos (08’18’’), onde há uma nova pausa na narrativa para a transição em um novo bloco. Neste momento há um aumento de volume e a *BG* se estende por alguns segundos. Maeve continua

⁹² As forças todas mantiveram-se produzindo informações de maneiras diferentes. Então Sarah decidiu se concentrar na maior força de polícia do país. A Metropolitan. (Tradução do autor)

⁹³ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.53blackandwhitedata> Acesso em: 16 set. 2021

⁹⁴ Mas até mesmo aquilo não era tão simples. (Tradução do autor)

contextualizando o ouvinte no dia a dia de Sarah, induzindo-nos a imaginá-la em seu trabalho executando tarefas e, de tempos em tempos, inserções de caráter depoimental da própria personagem nos conta sobre suas atividades corriqueiras.

O silêncio é novamente utilizado, porém aqui com o fim da *BG*, o que marca um ambiente de suspensão e tensão para um novo momento da história de vida da jornalista Sarah. O *podcast* continua intercalando as vozes de Maeve e de Sarah, desta vez sem o auxílio de nenhuma *BG* ou efeito sonoro. Somente aos dezoito minutos e trinta e quatro segundos (18'34'') que a trilha de caracterização entra em *fade-in* iniciando o fim do episódio em questão.

O terceiro episódio do *The tip off* analisado é o de número 46 *Dark Money*. Ele inicia com sua trilha de caracterização e, logo em seguida, a narração de Maeve.

Quadro 17 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 46 *Dark Money*

<p>Locução feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p><i>“The spark of inspiration for an investigation can hit at any time. In a regular interview, reading between the lines of a newspaper story or even on a blustery railway platform. I’m Maeve McClenagan welcome back to The tip off.”</i>⁹⁵</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Voz e <i>BG</i></p>
<p>Locução masculine – Peter Geogeghan</p> <p><i>“I’m Peter Geogeghan and i’m the dark money investigations editor at open Democracy’s.”</i>⁹⁶</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Voz e <i>BG</i></p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)⁹⁷.

⁹⁵ O brilho de inspiração para uma investigação pode acometer a qualquer momento. Em uma entrevista mundana, em uma leitura entre as linhas de uma história em um jornal ou até mesmo em uma tempestuosa plataforma de trem. Eu sou Maeve McClenagan, bem-vindo de volta ao *The Tip Off*. (Tradução do autor)

⁹⁶ Eu sou Peter Geogeghan e sou o editor das investigações *dark money* na *Open Democracy*. (Tradução do autor)

⁹⁷ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.46darkmoney>. Acesso em: 16 set. 2021

O episódio segue com a característica de narrativa similar aos demais estudados neste *podcast*. O entrevistado articula sua fala de forma ‘depoente’. É uma fala livre, de como se iniciaram os seus trabalhos em determinado momento e de como as conversas informais tidas pelo jornalista desencadearam em investigações sobre corrupção em gastos de campanha.

O tom de *storyteller* é construído novamente, o que dita a forma a qual o *The tip off* trabalha sua narrativa. Há uma construção no imaginário do ouvinte a partir de uma articulação de palavras que, como citado anteriormente, se assemelha a radionovelas narradas. Isto pode ser evidenciado na minutagem dois e quinze segundos (02’15’’): “*Peter picked-up the paper and stared carefully at the advert. He was curious.*”⁹⁸

A fala de Maeve é intercalada com a de Peter. Interessante observar que a apresentadora do *podcast* incute em sua fala alguns termos que ampliam a margem de interpretação do ouvinte e, também, caracterizam o cenário para quem está consumindo o episódio. Ao apresentar o termo ‘Ele estava curioso.’, há uma forte ligação entre a fala de Peter com a de Maeve, construindo um imaginário onde passamos a interpretar a “realidade” sob influência deste termo. Ou seja, o jornalista não está somente investigando um folheto de propaganda política, mas sim encarando este folheto de forma curiosa.

O nosso imaginário é influenciado diretamente por esta fala, e como reforço, Peter comenta aos dois minutos e vinte e três segundos (02’23’’): “*I was like, ‘why is the DUP funding expensive ad works on newspaper in Sunderland, you know? Thi-this is a long way from Belfast.*”⁹⁹

Maeve complementa a fala de Peter adicionando imagens mentais aos ouvintes logo na sequência: “[...] *it took a photo of the ad and twitted-it-out.*”¹⁰⁰

Ainda na contextualização deste momento da história, Peter se pergunta sobre o que isso se trata afinal. Maeve continua com: “*He pocket the newspaper, caught his train and carried on with his work. After all, he had his article to write and submit. The run-up to the referendum was fast-paced and he was scrumbling to keep up. But the advert and its unusual sponsor kept playing on his mind. [...]*”¹⁰¹

Aqui há o uso de uma pausa, o silêncio toma um breve espaço logo antes de comentar que a publicidade possuía características não-usuais. Este breve espaço entre as frases amplia

⁹⁸ Peter pegou o artigo e observou cautelosamente a propaganda. Ele estava curioso. (Tradução do autor)

⁹⁹ Eu estava *tipo* ‘Por que a DUP está financiando publicidades caras em um jornal em Sunderland, entende? É uma longa distância de Belfast. (Tradução do autor)

¹⁰⁰ Pegou a fotografia da publicidade e *twittou-a*. (Tradução do autor)

¹⁰¹ Ele colocou no bolso o jornal, tomou seu trem e seguiu com seu trabalho. Afinal de contas ele tinha seu artigo para escrever e submeter. O desenvolver do referendo seguiu rapidamente e ele estava passando por dificuldades em acompanhar. Mas a publicidade e seu incomum patrocinador continuaram em sua mente. (Tradução do autor)

a tensão e o sentimento que a narradora cria em nosso imaginário, adicionando ao *podcast* o clima de tensão, suspense e curiosidade. A fala de Maeve prossegue e ela adiciona mais elementos na trama, a partir deste ponto já conseguimos projetar em nossas mentes todo um complexo cenário. Não há *BG* e nem uma outra presença de outro elemento sonoro além do uso da voz.

A estrutura do *podcast* segue a mesma até os quatro minutos e vinte e quatro segundos (04'24'') em que uma *BG* sobe em *fade-in*. A trilha é dotada de tensão e capta imediatamente a atenção do ouvinte visto que no *podcast* há uma ausência deste elemento sonoro. O *The tip off* recorre a este recurso de maneira esparsa, não há uma padronização e nem mesmo uma indicação de quais elementos serão aderidos em cada episódio.

A trilha reforça a fala de Maeve: “[...]Then, out of the blue, another piece of the puzzle fell into place.”¹⁰². Neste momento a trilha toca por quase vinte segundos sem a intervenção de vozes ou outros elementos sonoros. Desta forma, há um destaque para o clima de tensão apresentado na fala de Maeve, e é pontuado aqui uma nova fase deste episódio, onde as investigações tomam novos rumos.

A apresentadora fala ao ouvinte que Peter recebe uma mensagem em seu computador, e que é de um companheiro jornalista que traz informações sobre a publicidade vista na estação de trem. Para evidenciar que a troca de mensagens é dada via computador, há o uso de um efeito sonoro como o de o recebimento de uma mensagem em forma de *blip* que é posto no *podcast* aos cinco minutos e três segundos (05'03''), e com isto a fala de Peter segue.

Neste momento a trilha sonora já se encontra ausente, e somente as locuções estão presentes. É somente aos sete minutos e quarenta e três segundos (07'43'') que há a inclusão de outra sonora, estas de teclas de computador, emulando a ambientação que Maeve descreve onde Peter pesquisa em arquivos na “*Electoral Comission Records*”.

Aos dez minutos e vinte um segundos (10'21'') ocorre uma nova inserção sonora. Similar ao que O Assunto faz, o *The tip off* adiciona uma série de locuções de jornalistas que narram para a televisão fatos em torno do assunto estudado por Peter. As notícias telejornalísticas são intercaladas e sequencialmente divididas utilizando efeito de estática entre elas. A locução de Peter entra em *fade-in* e o episódio.

Somente aos doze minutos e vinte e oito segundos (12'28'') a trilha de caracterização do *podcast* sobe em *fade-in* e marca um novo momento no programa. Peter apresenta alguns

¹⁰² E então, ‘do nada’, outra peça do quebra-cabeças surgiu. (Tradução do autor)

fatos e Maeve intervém, pausando o episódio enquanto a trilha soa com a frase “Mais após isto”.

Este momento cria um ‘respiro’ no *podcast*, há um proposital cambio de blocos noticiosos e aqui é criado o terceiro. Interessante pontuar que esta mudança é imposta pela narração, é uma troca pontual que recorre da trilha de caracterização e da fala direta “*More after this*”.¹⁰³ O *The tip off* continua com sua estratégia de narração em *storytelling*.

A apresentadora amplia o imaginário do ouvinte adicionando Peter em cenários, inculcando no *podcast* as atividades corriqueiras dele, de como a investigação ocorreu, comentando sobre os locais e até mesmo o estado emocional do jornalista. Para reforçar esta estratégia comunicacional, algumas falas de Peter se fazem presentes com ele comentando sobre suas atividades, sobre os motivos e resultados da investigação feita.

Aos quatorze minutos e quarenta e um segundos (14’41’’), uma trilha sonora é adicionada a fala de Peter, marcando um destes momentos em que ele descreve sua atividade logo após Maeve nos induzir a imaginar esta atividade sob a influência da curiosidade.

¹⁰³ Gostaria de pontuar que o presente pesquisador considera peculiar a estrutura narrativa utilizada neste momento. A pausa emula uma estratégia comum de inserção de intervalos comerciais vistos no rádio e em programas televisivos. Porém, aqui não é inserida nenhuma outra intervenção sonora, seja publicitária ou até mesmo de publicização de outros produtos do Acast.

Quadro 18 - Transcrição de um trecho do *podcast The tip off*, nº 46 Dark Money

<p>Locução feminina – Maeve McClenaghan:</p> <p><i>“Peter and Adam wanted to know more. So, they got to work digging as much as they could of this guy’s past.”</i>¹⁰⁴</p>	<p>Elementos sonoro:</p> <p>Voz</p>
<p>Locução feminina – Peter Geogeghan:</p> <p><i>“So, the first thing we started to do myself and Adam was to split it-up. We started looking to what was on public record. And the main place when something of that happens, the first place i will probably go is company’s house. [...]”</i>¹⁰⁵</p>	<p>Elementos sonoros:</p> <p>Silêncio, <i>BG</i></p>

Fonte: elaborado pelo autor (2022)¹⁰⁶.

A trilha sonora somente se encerra aos quinze minutos e quarenta e quatro segundos (15’44’’) e o episódio volta a ter somente as locuções como elemento sonoro. Peter continua contribuindo com o *podcast* ao falar como foram suas atividades cotidianas ao conseguir o contato de um candidato do governo que ativamente contribuía nas campanhas eleitorais por intermédios escusos. Aos dezesseis minutos e vinte dois segundos (16’22’’) um efeito sonoro de telefone entra no *podcast* simulando as diversas vezes que o jornalista tentou sem êxito contactá-lo. Somente aos vinte e um minutos e trinta e quatro segundos (21’34’’) que uma nova inserção sonora é ouvida neste episódio, que é a trilha de caracterização em *fade-in* anunciando o início do fim do programa.

Maeve encerra o *podcast* com a fala:

“Peter went on to discover all kinds of shocking things by how dark money had infiltrated the EU referendum and UK politics more wildly. His brilliant

¹⁰⁴ Peter e Adam queriam saber mais. Então eles foram ao trabalho buscando o máximo de informação que conseguiriam do passado deste cara. (Tradução do autor).

¹⁰⁵ Então a primeira coisa que fizemos foi dividir-nos. Nós começamos a procurar em o que havia nos registros públicos. E o principal local quando algo deste gênero acontece, o primeiro local que eu provavelmente vou é a ‘*Company’s house*’. (Tradução do autor)

¹⁰⁶ Disponível em: <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.46darkmoney> Acesso em: 11 fev. 2022.

new book 'Democracy For Sale'¹⁰⁷ documents it all, and its ou now. Thanks to Peter for talking me through that bit of his investigation. This episode of the tip off was edited by little of me. Our theme music is by Dice Muse. Stay tuned for more stories behind the headlines''¹⁰⁸

O episódio, então, se encerra com sua trilha soando por completo.

4.2.4 *On the media* (WNYC)

O *podcast On the media* é outro caso interessante de se observar. Neste, não há uma padronização em suas introduções. Foram observadas que nelas possuem duas características particulares que são: Ou o *podcast* é iniciado com uma trilha de bateria no estilo *Jazz*¹⁰⁹ e uma locução se sobrepõem - esta que, por sinal, não havendo locutor fixo pode ser uma voz masculina ou feminina -, ou o programa começa com a marca sonora do próprio WNYC, com locução padronizada contendo a frase “*Listener-supported WNYC Studios.*”.

Na edição do dia 9 de julho de 2021, “*Blame it on the booze*”¹¹⁰, há o uso de uma trilha diferente das demais. Ainda que continue utilizando o estilo *Jazz*. Este episódio se inicia com a locutora e a trilha juntas já no primeiro segundo (00’01”) com o *lead*: “*This week a look at humanity ancient, and often angst, written relationship with alcohol [...]*”¹¹¹.

É frequente o uso de inserções sonoras em formato de depoimento, sem apresentação prévia de quem o fala, caracterizado por informações e pontos de vista pessoais dos depoentes sobre o tema. Importante pontuar a diferença de qualidade entre o som da apresentadora, que possui áudio mais cristalino, e os dos referidos que contém ruídos de fundo, evidenciado por uma captação de áudio em ambiente externo a um estúdio.

O volume entre estes depoimentos também é variado, e uma certa dificuldade em compreender a fala dos depoentes é apontada pelo autor deste trabalho. A trilha sonora tem seu volume reduzido significativamente durante estes depoimentos, e há trechos de entrevistas com especialistas na área. Este programa, *Blame it on the booze*, traz historiadores e experts

¹⁰⁷ <https://www.amazon.com.br/Democracy-Sale-Money-Politics-English-ebook/dp/B07TLF2JPC> (Acesso em 11 de fev. 2022)

¹⁰⁸ Peter ainda descobriu diversos tipos de coisas chocantes como de que modo ‘propina’ infiltrou-se no referendo do Reino Unido e na política Britânica de forma mais abrangente. Seu brilhante novo livro ‘Democracy For Sale’ documenta isto tudo. Obrigado ao Peter por conversar comigo sobre este trecho de sua investigação. Este episódio do *The Tip Off* foi editado por mim mesma. Nossa música tema é pelos *Dice Muse*. Fique ligado para mais histórias por detrás das manchetes. (Tradução do autor)

¹⁰⁹ O *Jazz* é um gênero musical norte americano que possui diversas ramificações. Dentre elas pode-se observar o *Jazz Fusion*, *Big Band*, *Free Jazz*, *Bebop* e a *Bossa Nova*.

¹¹⁰ <https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/on-the-media-blame-it-on-booze> Acesso em: 16/09/2021

¹¹¹ Nessa semana um olhar na escrita, e frequentemente angustiante, antiga relação entre humanidade e o álcool. (Tradução do autor).

na história do álcool. Nota-se a variação entre os acadêmicos e o público geral pelo uso de um linguajar mais técnico e informativo em relação a historicidade do uso do álcool na sociedade. Enquanto os demais possuem falas espontâneas em forma de depoimento pessoal.

O que se nota é que neste caso Brooke Gladstone apenas direciona o tema que irá se desenvolver no *podcast*, abrindo espaço para que os depoimentos sejam os principais elementos que o ouvinte se atentará. O uso de inserções de programas televisivos, programas radiofônicos e coletivas de imprensa são constantes para indicar ao ouvinte o tema abordado. Em diversos momentos a locução alterna entre depoimento em primeira pessoa, narração radiojornalística, locução televisiva entre outros. A dinâmica presente neste episódio é de constante mudança, sempre no intuito de reforçar o eixo central da notícia apresentada pela locutora do *podcast*.

Isto é evidenciado nos dois minutos e trinta e sete segundos (02'37"), em que a locutora comenta sobre a informação dada pelo editor sênior da revista *The Atlantic*. Ela diz que é parte da história americana o uso de bebida alcoólica e aponta que são os norte-americanos que normalizaram o consumo da bebida de forma solitária durante tempos difíceis como este que estamos passando. Após esse destaque, a locução muda novamente de forma abrupta, uma outra voz feminina toma o espaço e reforça esta argumentativa.

O episódio "*Painting for the future and talking to the dead*"¹¹² é um exemplo peculiar. A introdução do episódio é dada já pela marca sonora anteriormente descrita. E a apresentadora faz um monólogo em primeira pessoa recorrendo a sua memória no período em que trabalhava em outro local. Este depoimento é acompanhado até o minuto um e vinte oito segundos (01'28") por uma trilha de violinos e percussão de estilo *Folk* irlandês¹¹³.

Até dado momento, Brooke Gladstone nos traz informações sequenciais, migrando de seu depoimento pessoal para a descrição da vida e do trabalho da pintora a qual o *podcast* possui como tema. A narração se reconfigura em depoimentos em primeira pessoa que vão desde visitas ao museu em que as artes da pintora se encontravam em exposição, até peculiaridades sobre a vida pessoal da artista que o episódio aborda.

Evidente a mudança drástica entre o formato deste episódio com o outro descrito anteriormente. Porém a característica do uso de mudanças abruptas na narração para depoimentos de outros indivíduos também é recorrente neste *podcast*. Interessante pontuar

¹¹² <https://www.wnystudios.org/podcasts/otm/segments/paintings-future> Acesso em: 23 de jun. de 2022)

¹¹³ O gênero musical *Folk* é reconhecido pela sua identidade cultural. É entendido como gênero *Folk* um estilo musical que faz referência às músicas tradicionais de povos, comumente atrelado às suas regiões de origem e utilizando-se de instrumentos típicos.

que este é um dos episódios mais curtos do *corpus*. Este contém vinte quatro minutos e vinte e quatro segundos (24'24'') em seu total, abaixo dos quase cinquenta e um minutos (51'00'') do episódio descrito anteriormente. Em uma busca rápida observou-se que a média do *On the media*, mesmo aqueles ausentes nesta pesquisa, também marcam recorrentemente a faixa dos 50':00'' minutos.

Novamente, é visto o som ambiente vazando na locução, com som de pessoas conversando ao fundo, eco do museu - local onde o depoimento foi adquirido - na voz da curadora e demais ruídos. A trilha sonora é predominante dos violinos *Folks*, diferentemente do relatado nas demais edições que possuem *Jazz* como principal *BG*. É evidenciado, deste modo, que este *podcast* é trabalhado de uma forma diferente dos demais. À medida que alguns há uma trilha padronizada, aqui cada episódio possui sua própria organização sonora particular podendo ou não se repetir.

Neste episódio também se relata que a curadora do museu é a pessoa recorrente a ser entrevistada, já o *podcast* anterior possuía inserções de diversos indivíduos, alguns sem apresentação prévia, mantendo-se anônimos. Há outra entrevista presente na metade do “*Painting for the future and talking to the dead*” com evidente melhora na qualidade do som. Deste modo presume-se que a entrevista aparenta ter sido efetuada em estúdio, em outro momento da entrevista ocorrida no museu.

No episódio “*Occupational Hazards*”¹¹⁴ a introdução é dada diretamente pelo depoimento de uma locução masculina. O que é visto anteriormente com a marca sonora aqui é apresentado diretamente pela locutora que diz: “*From WNYC, in New York this is On the media. I’m Brooke Gladstone [...]*”¹¹⁵ nos doze segundos (00'12''). Porém a marca ainda reforça o programa que o ouvinte está consumindo, aparecendo no primeiro minuto (01'00''). Novamente, Brooke Gladstone retoma ao um minuto e onze segundos (01'11'') minuto com: “*From WNYC in New York, this is On the media.*”¹¹⁶, pela terceira vez em menos de um minuto e meio em um mesmo episódio.

A trilha sonora é o padrão *Jazz* já ouvido em outros dos demais programas até a entrada da marca sonora que, após terminar, passa a ser uma *BG* orquestral com Violoncelo.

Este *podcast*, diferente dos citados anteriormente, utiliza-se de entrevista dentro do próprio programa emulando o ao vivo. Num jogo de perguntas e respostas, a apresentadora

¹¹⁴ <https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/occupational-hazards-on-the-media> Acesso em: 18 de set de 2021

¹¹⁵ Do WNYC, em Nova Iorque, este é o On The Media. Eu sou Brooke Gladstone [...] (Tradução do autor)

¹¹⁶ Do WNYC, em Nova Iorque, este é o On The Media. (Tradução do autor)

Gladstone traz a informação de que “agora é o momento mais mortífero para ser jornalista. Onde o papel desta categoria está à mercê de governos autoritários e grupos terroristas, estando presente em ambientes de guerra e conflitos políticos e, também, isto se torna crítico ao serem observados como alvo intencional de certos indivíduos de interesses escusos.”

Ela se utiliza da paráfrase de uma fala de Joel Simmon, diretor executivo do comitê de proteção aos jornalistas e, em seguida, inicia a entrevista: “*And he sais: Now could be the deadliest time to be a journalist he’s ever seen. Joel, welcome back to the show.*”¹¹⁷

A transição entre a paráfrase e as boas-vindas ao diretor executivo é dada por uma pausa, sendo introduzido aqui de forma pontual o uso do silêncio. Em momento algum Gladstone faz uso do termo ‘entre aspas’ para recorrer à fala do entrevistado, e a transição entre o monólogo e a entrevista em si é dada apenas por esta pontuação sonora do silêncio. No decorrer do *On the media*, outros entrevistados dão seus depoimentos baseados em suas experiências particulares e em nenhum momento é ouvido *BG* e o áudios dos depoentes variam em qualidade, considerando alguns similares ao padrão da locutora e outro com ruído característico de captação sonora de celular.

O episódio “*How a Nightclub Fire Brought Down a Government*”¹¹⁸, é iniciado com a marca sonora e a apresentadora faz um monólogo questionando sobre quando a vida do mundo retornará a normalidade observando questões como, por exemplo, quando iremos jantar em restaurantes lotados, dançar em casas noturnas cheias e demais instigações. O monólogo termina apenas aos dois minutos e três segundos (02’:03”) com o depoimento do diretor Alexander Nanau que é abruptamente inserido sem espaços ou pausa frente a fala da apresentadora.

A trilha sonora é predominante no uso de um piano, diferente do *Jazz* e o do *Folk* como citado anteriormente. Deve-se salientar que a *BG* é interrompida durante as entrevistas que focam na fala do diretor do filme *Collective*. Entretanto, ao contrário de todos os episódios até então, aqui há a inserção de efeitos sonoros.

Em meio a entrevista, os editores aplicam ao programa gritos e vozes de pessoas protestando em manifestações na cidade de Bucareste. Desta forma, há uma ambientação sonora que coloca a imaginação do ouvinte no ambiente narrado. Também há a inserção da música de uma banda intitulada ‘*Goodbye The Gravity*’, este trecho é derivado do filme sobre

¹¹⁷ E ele diz: Agora pode ser o mais mortífero momento para ser jornalista que ele já viu. Joel, bem-vindo de volta ao programa. (Tradução do autor)

¹¹⁸ <https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/how-nightclub-fire-brought-down-government-on-the-media>> Acesso em: 23 de jul de 2021.

o qual o entrevistado é questionado neste episódio. A apresentadora comenta que nas cenas iniciais do filme se vê o interior de uma casa noturna e chamam que tomam o local. A partir deste ponto o som emulando o ambiente de uma boate é ouvido junto de uma das canções do grupo musical. Isto ambienta o ouvinte no local onde se passaram os fatos narrados.

Aos cinco minutos e cinquenta e três segundos (5'53'') é introduzido ao *podcast* um áudio onde é apresentado por Gladstone como a 'primeira cena' do filme que o episódio possui como tema. Nele há a inserção direta dos sons presentes no filme e, com isto, há um depoimento em língua romena com diversos ruídos ambientes presentes no próprio documentário. Esta pequena fala segue até o minuto seis e oito segundos (06'08'') quando é interrompida por Gladstone que segue o *podcast* argumentando que nestas cenas iniciais dão a ambientação e o tom do documentário, finalizando a frase com uma pergunta direta ao entrevistado.

Somente aos quinze minutos e trinta e três segundos (15'33''), após uma frase sugestiva da apresentadora, é ouvido a adição de um novo efeito sonoro. Neste trecho Gladstone comenta sobre uma pessoa presente no documentário, à qual teve queimaduras e por isto sofreu "transformações". O convidado Alexandre Nanau argumenta sobre seu ponto de vista em relação a este aspecto além de parafrasear a mulher citada. No decorrer do depoimento/paráfrase a voz da mulher sobe em *fade-in*, falando em sua língua natal, e ambienta novamente o ouvinte do *On the media* no tema principal do programa que é o documentário dirigido por Nanau.

A presença deste depoimento marca o reforço da inserção sonora anterior. É um áudio transposto para o *podcast* sem edições que modifiquem a estrutura percebida no próprio documentário, onde é utilizado um *fade-in* e *fade-out* na transição sonora para/com o *podcast*, mas mantendo os ruídos e elementos sonoros presentes no documentário.

Aos vinte e três minutos e trinta e sete segundos (23'37'') uma *BG* entra no episódio e acompanha a última fala do diretor no episódio. Gladstone reapresenta o convidado enquanto a trilha sonora sobe e finaliza este trecho do *podcast* com a frase "*Alexander Nanau is the director of the documentary film 'collective'. Thanks for listening, please check out the big show on Friday. Usually it gets posted around dinner time.*"¹¹⁹.

No final deste episódio, aos vinte e quatro minutos e vinte e três segundos (24'23'') minutos, algo interessante ocorre. Há a introdução de uma fala após o encerramento do *podcast*, nele o locutor David Remnick, apresentador do *New York Radio Hour*, publiciza

¹¹⁹ "Alexander Nanay é o diretor do filme-documentário 'collective'. Obrigada por ouvir, por favor confira o 'grande show' na sexta-feira. Normalmente é publicado perto do horário do jantar." Tradução do autor

acompanhado de uma *BG* o seu próprio *podcast*, incentivando o ouvinte a conhecer mais da programação do *WNYC Studios*.

4.3 Análise e resultados

Ao analisarmos os *podcasts* e pontuarmos seus elementos sonoros, notou-se que este formato midiático trabalha sua linguagem e estética de diversas formas. Seja com uma narrativa mais aproximada dos rádios de antena como visto no Panorama CBN, ou no uso de elementos complexos na construção de enredos como em *The tip off*, evidenciando a versatilidade desta mídia digital.

A começar pelo *O Assunto*, foi visto que ele possui uma estrutura de conexão com outros produtos midiáticos da rede Globo, há a corriqueira participação dos apresentadores dos canais de televisão da empresa, assim como o uso de inserções sonoras produzidas para as telas. O conjunto destes fatores reforça a própria identidade da emissora. Há uma familiaridade com a apresentadora Renata Lo Prete, pois ela também trabalha em telejornais da empresa. Pontuamos de início a peculiaridade deste *podcast* a começar pela escolha de palavras ditas pela apresentadora onde há presença eventual de informalidade a depender do entrevistado.

Esta informalidade, com risos e brincadeiras, surge de forma mais corriqueira quando o participante do programa é alguém ligado à rede Globo. Nos demais momentos, o texto é jornalisticamente estruturado com uso da formalidade. A utilização do silêncio é rara, quando não nula nas edições ouvidas e analisadas, podendo ser observado apenas como um ‘recurso não proposital’, ou seja, no tempo de respiro entre uma frase e outra. Deste modo, podemos considerar nos episódios estudados em *O Assunto* a não utilização do silêncio como elemento dramático.

Uma das principais características levantadas, é o da inserção sonora dos programas telejornalísticos da Rede Globo. O *podcast* faz constante uso das sonoras de repórteres, notícias e fragmentos de manchetes para preencher os episódios. Esta interessante estratégia comunicacional reforça o tema abordado e evidencia de forma subjetiva a complementabilidade de ambas as mídias, o que enriquece o *podcast* mantendo uma estética própria, além de reforçar outras mídias da empresa.

Estes áudios ‘adaptados’ para a linguagem do programa não possuem tratamento especial. Deste modo ficam em evidência os ruídos presentes na sonora a citar, por exemplo, o episódio Trump com Covid, onde se ouve *flashes* das câmeras direcionadas ao então

presidente dos Estados Unidos Donald Trump e, também, sobre a voz do repórter cobrindo a matéria para a televisão.

Os *BGs* e trilhas de caracterização são padronizadas, porém a presença destas no *podcast* é dada de forma distinta em cada edição. Por vezes, é iniciado com elas, por vezes há uma introdução com locuções ou inserções sonoras.

O recurso sonoro de *voice-over* foi visto em um episódio, diferente de outro analisado. Desta forma não podemos compactuar com o argumento de que o uso desta técnica é recorrente ou é padronizada. Já no episódio Trump com Covid é ouvida a coletiva do ex-presidente norte americano sem o *voice-over*, o exigindo do internauta a compreensão da língua inglesa, no episódio 534 - Um repórter Pelo Mundo, há falas do ex-presidente dos Estados Unidos George Bush com tradução simultânea. Relevante pontuar neste episódio o uso de uma *BG* diferente do habitual, e a utilização de uma inserção sonora do ambiente em que a catástrofe do 11 de setembro ocorreu.

Alguns dos áudios dos entrevistados sofrem edição e recortes, isto fica evidente nos espaços entre algumas das falas e, em determinados momentos, até mesmo há cortes abruptos nos depoimentos. Porém a participação dos demais locutores é dada praticamente em sua integralidade.

Este *podcast* nos apresenta formato e estética singular em relação aos demais, há no O Assunto o reforço de outras produções de sua emissora, fortalecendo a presença da Rede Globo em nosso imaginário. Este é um importante produto sonoro, o qual nos apresenta estratégias comunicacionais de entrelaçamento de mídias, não em um sentido multimidiático, e sim no uso de outros elementos oriundos de diferentes locais não o puramente sonoro como a televisão.

Neste momento o qual as mídias nativas da *web* estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano, esta opção jornalística é mais que uma interessante proposta de *podcast*, é um produto de características únicas utilizando de forma competente os recursos proporcionados pelo seu conglomerado midiático.

No caso do Panorama CBN, podemos pontuar uma proximidade da estética do rádio. Evidente que há intervenções peculiares no *podcast*, customizando sua sonoridade em comparação com a tradicional *hertziana*, mas podemos concordar que a estrutura geral do programa gira em torno das apresentadoras narrando a notícia.

É observado neste programa que a fala da jornalista é direcionada para o ouvinte como se somente ele fizesse parte da audiência. O uso de termos como é ‘*pra* você’ cria empatia, modifica o ritmo dos próprios episódios além de aproximar a atenção do ouvinte nos temas

abordados. Há o uso constante de *BGs* que fragmentam o programa em seções, isto divide a estrutura em blocos informativos, o pontuando de forma clara cada momento temático abordado.

Há a mudança da trilha tradicional em determinados momentos, onde é evidente a ênfase sobre um tema específico como, por exemplo, tecnologia. Porém de uma forma geral, a trilha sonora é a mesma da vinheta caracteristicamente utilizada em todos os episódios. Em raro momento há a adição de uma sonora oriunda da televisão. Esta, por sua vez, cria uma ambientação mais complexa da estética tradicional do *podcast*.

Este momento rompe a programação normal, ele adiciona uma nova camada de profundidade ao episódio e utiliza de diversos recursos de edição como o som de sintonia do *dial* de um rádio de antena. Há uma trilha sonora especialmente adicionada e uma série de fragmentos novelescos vem à tona. A presença deste elemento sonoro conta com fragmentos de áudios da novela Bem Amado e demonstra a possibilidade do uso deste recurso em *podcasts* jornalísticos.

Outra inserção, esta, porém recorrente, é o de gravações de entrevistas, depoimentos e coletivas. Aqui, pontua-se a audível diferença na qualidade dos áudios, pois nestes momentos é notável a invasão de sons ambientes, ruídos e chiados, além de contar com edição nos espaços de respiro para que a fala seja mais veloz e, também, é percebida a participação de depoentes fora de estúdios.

O uso de silêncio tem um destaque especial neste *podcast*, pois é utilizado como recurso de ênfase em algumas palavras. Isto aumenta a carga dramática do que está sendo dito, causa a impressão de destaque textual captando de imediato a atenção do ouvinte. No Panorama CBN este recurso é muito eficaz na indução interpretativa frente à gravidade da notícia. Cria-se aqui uma estética linguística onde sutilmente induz o ouvinte a certa inclinação argumentativa.

Mais próximo do rádio, porém com singularidades na adesão dos elementos sonoros em sua produção jornalística, o Panorama CBN é outro programa nesta mídia em que apresenta usos criativos e eficazes na construção noticiosa por meio do áudio.

Com sua narração intimista, blocos organizados e divididos pelas trilhas, além da possibilidade da adesão de outras sonoras, o campo comunicacional possui mais uma ferramenta na construção do conhecimento sobre o fenômeno do *podcast*. Ele demonstra algumas características inerentes à estética radiofônica, customiza a linguagem do rádio e, também, apresenta soluções criativas para o uso de recursos narrativos a fim de exemplificar uma ideia como, por exemplo, fazer um juízo crítico sobre uma situação política.

O *The tip off*, por outro lado, é um *podcast* peculiar. Sua narrativa jornalística gira em torno do imaginário do ouvinte, aproximando mais sua linguagem às radionovelas. Cada episódio aborda um tema específico, os bastidores das histórias ou coberturas que ocorreram no mundo.

Com forte presença narrativa, este *podcast* envolve o ouvinte em uma história, onde seus personagens sofrem, são curiosos, passam por dificuldades ou anunciam seus feitos de forma pessoal e dramatizada. Na estratégia comunicacional deste *podcast*, utiliza-se o silêncio como pontuador de temas, aumentando a carga emocional entre as falas e os blocos. A narrativa segue de forma progressiva, dos passos iniciais que levaram os jornalistas a estudarem sobre o caso até seu desfecho, como um episódio de radionovela com início, meio e fim.

O *The tip off* recorre de uma linguagem menos jornalística, desenvolvida para criar cenas similares a *audiobooks*, onde fornece elementos para imaginarmos os personagens da “trama” e, deste modo, há o constante uso de frases quase dramáticas para esta finalidade. Podemos considerar este como um dos pontos chave que tornam este *podcast* um produto jornalístico singular e de sucesso.

Há a inserção de efeitos sonoros pontuais quando a apresentadora comenta sobre determinado aspecto, seja o toque de um telefone, o som de teclas de computador ou os *clicks* de um *mouse*. A linguagem e estética deste *podcast* nos induz a imaginar um contexto, como um fragmento da vida de uma pessoa.

Diferentemente da linguagem tradicional da notícia por meio do áudio, aqui a exposição é dada de forma gradual, progredindo através de um roteiro elaborado com intuito de apresentar um problema, demonstrar o percurso de conflito para a solução deste e, por fim, o desfecho da história.

A narrativa em *The tip off* costumeiramente apresenta histórias de corrupção, ações controversas de figuras políticas ou escândalos descobertos por jornalistas. O constante uso de *fade-in* e *fade-out* evidencia certos momentos desta estética, dando ênfase nas trocas de blocos ou falas dos personagens envolvidos e, também, fortalece a presença do silêncio.

Em um dos episódios também é percebido uso do *voice-over*, permitindo imaginarmos as testemunhas de determinados eventos, dá voz a quem viveu a experiência abordada e torna o *podcast* mais inclusivo para o público.

O uso da trilha de caracterização e de transição é padrão e presente em todos os episódios analisados. Evidentemente que o *podcast* utiliza sua trilha de forma particular, focando em evidenciar certos momentos da narrativa. Considera-se, também, que o *The tip off*

recorre constantemente aos *BGs* os quais fazer parte tanto da trilha de caracterização como, também, ser uma trilha particular para determinado ponto do episódio ou divisão temática.

Não foi observada a presença de ruídos sonoros, como visto nos demais *podcasts*. Os áudios dos participantes são sempre limpos e livres de interferência, ou seja, sem a ‘invasão’ de sons externos prejudiciais a qualidade dos episódios.

Portanto este programa britânico é outro produto que demonstra a potencialidade e os usos de recursos sonoros aliados ao jornalismo. Não há a criação de uma estrutura noticiosa em base de eventos diversos no cotidiano da sociedade, mas sim o aprofundamento sobre um caso específico envolvendo, obrigatoriamente, o jornalista como eixo central.

São histórias de jornalistas e suas atribuições, seus desafios e como eles conseguiram ‘fazer justiça’ a partir da prática profissional.

Dramatizar eventos, criar uma paisagem sonora, emular efeitos estimulando a imaginação do ouvinte são as estratégias que tornam este *podcast* um sucesso. Devemos refletir sobre o uso alternativo da linguagem sonora em prol do jornalismo. Podemos customizar o som radiofônico, agregar camadas de complexidade a partir de um enredo e, também, trabalhar a notícia de uma forma mais envolvente que a simples narração de um fato ocorrido. Esta intrincada relação entre todos os elementos sonoros o qual *The tip off* utiliza é outro forte exemplo para a área da comunicação, especialmente se pensarmos o jornalismo em *podcast* como forma de expressão.

O *podcast On the media*, por fim, é outro produto à parte, pois a única padronização presente é a da sua trilha de caracterização. Cada episódio possui um *BG* diferente, e neste *podcast* há uma imprevisibilidade quanto à de que forma a edição selecionada irá iniciar. Em alguns episódios são adicionadas músicas do gênero de Jazz, em outros há o *Folk*, instrumentos orquestrais também foram detectados, já em outras edições, no decorrer do programa, sequer há música ao fundo. Portanto é evidente o uso particular de trilha sonora em cada episódio.

A apresentadora recorre ao uso do silêncio em diversos momentos, mas sempre com a intenção de dramatizar sua fala prévia, trazendo para a cena um fato ou alguma construção narrativa a ser posta de forma sequencial. Isto pode ocorrer com o uso de paráfrase nas falas do entrevistado, como também pode se fazer presente apenas como elemento de reforço de uma ideia.

Há o constante uso da técnica de *fades*, um importante recurso na delimitação dos temas e no reforço do silêncio como elemento dramático na narrativa. É a partir desta

ferramenta que outros participantes vêm à tona para complementar alguma notícia ou assunto abordado.

Existe a presença de ruídos em determinados momentos, quando algum participante está em um local movimentado como museus ou cidades. Mas, de uma forma geral, o áudio dos participantes são livres deste aspecto. Isto é visto em maior evidência quando há a presença de trechos de música, de ambientações sonoras de boate e até mesmo de entrevistas ou depoimentos. Em um dos episódios analisados também se viu o recurso da inserção sonora em formato publicitário, na publicização de um dos programas da emissora.

Em *On the media*, há o uso de uma estética que transita com todos os recursos utilizados nos demais *podcasts* aqui analisados. Esta obra jornalística é uma mistura de diversos estilos, formatos e de arranjos sonoros tornando-o único.

Com frequente adição de sonoras diversas, entrevistas, efeitos e um não padronizável *BG*, aqui até mesmo o silêncio pode soar versátil. O jornalismo atinge novos patamares no que se compreende como matéria jornalística, pois há todos estes recursos aglutinados e organizados de forma muito eficaz no programa.

A jornalista Gladstone constrói uma narrativa apelando ao imaginário do ouvinte, utilizando de depoimentos, inserção de reportagens e vozes fortalecendo o ponto de vista da matéria em questão. A paisagem sonora consta com ruídos, silêncio, música, entrevistas, uso de linguagem coloquial e, por vezes, formal.

Este é o único exemplo o qual podemos assertivamente dizer que os recursos presentes na construção da linguagem deste *podcast* o torna difícil de categorizar. Cada programa soa com um episódio independente, e até mesmo a marca sonora “*Listener-supported WNYC Studios*” emerge de forma randômica.

Sua peculiaridade torna este produto jornalístico fundamental nos estudos sobre a estética e linguagem jornalística. Ele não somente rompe com estruturas tradicionais vistas na radiofonia de antena como, também, extrapola até o papel de apresentador.

Não são poucos os casos em que Gladstone expõem o tema a ser tratado no *podcast*, em sua maioria com um conjunto textual revezando entre linguagem informal e formal, mas rotineiramente quem discorre sobre os eventos, desenvolve a matéria e notícia são as diversas inserções sonoras de outros jornalistas.

On the media é um caso à parte até mesmo no seu modo de veiculação, pois ele está presente tanto no formato *broadcast* como *podcast* em um movimento inverso ao que se conhece como rádio expandido, pois ele é publicado originalmente na *web* e posteriormente é transmitido via *hertz*.

Alguns afastamentos e aproximações das tradicionais mídias com este novo formato ainda incutem dor de cabeça na hora de elencarmos se *podcast* pode ser classificado como rádio ou não. Porém, é reconhecido que há, sem dúvidas, uma influência entre esta mídia e todo o legado histórico da radiofonia.

A versatilidade do formato, e o fato dele ser *on demand*, também possibilita os produtores de conteúdo ter uma maior liberdade. O complexo conjunto de sons utilizados nos *podcasts* não se ancoram apenas na narração e na notícia falada, mas sim na proposta de cada programa em utilizar uma gama de recursos.

Isto é possível de ser identificado a partir do primeiro objetivo específico, que se observou o consciente e ordenado uso do silêncio, música, e efeitos sonoros do *corpus* da pesquisa.

A inserção de diálogos de uma novela, a vocalização de um presidente em uma coletiva, uma entrevista transposta para o episódio, etc., nos *podcasts The tip off*, o Assunto, *On the media* e Panorama CBN podemos ver uma variedade de recursos utilizados na constituição de cada um dos episódios. A música é uma ferramenta fundamental neles, pois é um elemento sonoro, ainda que não especificamente jornalístico, usado na transição dos blocos, nas introduções e fechamentos de cada programa, aumentando suas dinâmicas.

5 CONCLUSÃO

A radiofonia atravessa mais um momento histórico com novos desafios pela frente. Desde a consolidação das teorias do rádio *hertziano* até a migração deste para a *web*, alguns conceitos foram adaptados e outros alterados para contemplar os novos formatos vigentes e suas potencialidades.

Neste momento é importante retomarmos os objetivos desta pesquisa que abrangem, em primeiro momento, o entendimento de como os *podcasts* jornalísticos se apropriam dos elementos sonoros que constituem a linguagem radiofônica.

De modo geral, observamos a apropriação evidente da linguagem radiofônica nos *podcasts* jornalísticos. Sua herança não é apenas baseada na semelhança, mas sim em um profundo e complexo conjunto de técnicas de uso ordenado dos elementos sonoros já presentes na radiofonia.

Nos *podcasts* analisados, é reconhecido que a fala, seja através da informalidade ou formalidade, é a força motriz na construção da matéria jornalística, operando o direcionamento dos temas, podendo estes serem centrais ou diversificados, e é somente a partir dela que outros elementos adquirem sentido.

Para além, o percurso bibliográfico dá luz a muitas das inquietações do autor, especialmente quando este havia recém iniciado o aprofundamento de seu conhecimento sobre os diferentes aspectos do que são, de fato, os *podcasts*, as possíveis caracterizações e suas singularidades.

A começar pelas potencialidades, podemos dizer que o suporte nesta mídia digital possibilita o acesso multimidiático de conteúdos, focado nos elementos sonoros nesta dissertação, porém há uma clara oportunidade de se trabalhar a notícia através do uso de imagens, vídeo e texto. Isto de forma a complementar a mídia sonora, também refletido nos ritos de acesso.

O consumo do *podcast* no mundo vem crescendo, e a aceleração desse fenômeno causado pela pandemia do Coronavírus, demonstrou que há uma natural adesão ao formato, visto que a sociedade está cada vez mais conectada à *web*, vinte quatro horas por dia. Esta oportunidade de mercado para o jornalismo já reconfigura as rotinas de produção das emissoras. A critério de exemplo, vemos os próprios programas estudados neste trabalho, onde a função de *podcaster* é desempenhada por tradicionais apresentadoras de TV, como a Renata Lo Prete.

Desta forma, paralelamente ao estudo específico da dissertação, o presente pesquisador aponta que a formação acadêmica jornalística, especialmente para os futuros profissionais, deve englobar uma polivalência já necessária a partir do surgimento dos *blogs*, porém agora aprofundada pelos recursos que se fundem com a função do jornalista tornando-o locutor, *podcaster*, apresentador, roteirista, redator, repórter, etc.

Esta mesma polivalência é reconhecida nos *podcasts* pelos recursos disponíveis na construção de um episódio através do seu meio digital. Foi identificada a existência de uma influência da *internet* neste formato, pois as padronizações reconhecidas no ambiente radiofônico são metamorfoseadas. Na *web* não há limite de espaço e tempo, a informalidade na difusão de conteúdo ultrapassa a produção amadora criadora dos *blogs* e dos primeiros *casts*, antes mesmo de serem chamados de *podcast*.

O termo *do it yourself*, faça você mesmo em português, ditou muitas das estéticas presentes até hoje no mundo digital, e o jornalismo vem acompanhando estes fenômenos e se adequando a eles, muitas vezes formatando seus modos de noticiar para ser similar com o reconhecido nas produções independentes.

Com os *podcasts* isto é visto ao seu modo. O *corpus* desta pesquisa não necessariamente utiliza-se de *memes*, ou de uma linguagem puramente informal na construção de seus episódios. Porém o uso não padronizado das trilhas sonoras, *BGs*, as inserções de outras mídias adaptadas para o formato e demais elementos, orientam as ramificações do formato, evidenciam suas diferenças com o rádio e ampliam a complexidade do fenômeno.

Ambigualmente, porém, muito do que se produz nesta mídia se reflete muito bem nas teorias radiofônicas pré-*internet*. As radionovelas, por exemplo, já dramatizavam histórias por meio do som, com uso complexo de efeitos sonoros, roteirização e edição como pudemos observar em Medeiros (2008). O professor Meditsch (2013) também contempla as características expressivas do rádio quando analisa a Guerra dos mundos de Wells. Torna-se mais evidente a possibilidade de o rádio ser muito além da voz, incluindo dramatização, efeitos sonoros, música entre outros.

Balsebre (2005) pontua o silêncio como um elemento que torna o ouvinte ativo na percepção do conteúdo radiofônico, Ferraretto (2014) elenca o silêncio como uma ferramenta climática, projetando a atenção do ouvinte na súbita falta de sonoridade, prendendo-o para a notícia que virá em seguida. O uso do silêncio pelo *corpus* pode ser interpretado de forma diversa, pois enquanto no Panorama CBN e no Assunto, sua presença é dada a partir da respiração natural dos interlocutores, no *On the media* e no *The tip off* são frequentemente

usados com critério narrativo, aprofundando a relevância do tema que virá ou, também, dramatizando uma parcela do episódio o qual recém se concluiu.

Nisto deve ser salientado o entendimento de Medeiros, ao falar da Guerra dos Mundos e o impacto deste na radiofonia, pois ele eleva o papel do narrador ao de ator. Isto é claramente abordado pelo *The tip off* e *On the media*, pois os seus modos de interlocução adicionam carga dramática, tornando a dinâmica dos *podcasts* estudados mais estimulante e, também, abre oportunidade para questionar se não há espaço para que tal método de narração se torne mais presente no jornalismo como um todo. Quais são, por exemplo, as amarras presentes no campo jornalístico que determinam a impossibilidade da inclusão de novos modos de interlocução na construção da notícia?

Isso cria, também, um cenário “semificcional”, uma narrativa em onde a interpretação concede vida a um contexto no imaginário do ouvinte, aos lugares citados e ao cotidiano dos jornalistas, mas desenvolvidos através de eventos reais.

Meditsch (2013), ao comentar sobre o histórico momento do rádio em “A Guerra dos Mundos”, também é pontuado a caracterização através de uma ilustração sonora, a qual emula as sonoridades já existentes no romance de Wells. Em *The tip off* se reconhece que esta ilustração sonora é dada a partir de eventos reais, mas ficcionados conforme um complexo uso ordenado de silêncio, efeitos sonoros, *BG* e depoimentos dos jornalistas participantes do *podcast*. Esta forma de estrutura narrativa dá voz a uma história e cria sensações ao induzir o ouvinte nestes relatos das investigações jornalísticas, semelhante ao que as radionovelas efetivamente faziam durante a Era de Ouro do rádio.

Na composição destes *podcasts*, o conjunto de sonoridades pode envolver ruídos, sons ambientes, adição de efeitos sonoros e, com isto, reconhecer em Schafer (2011) a reflexão do sobre paisagem sonora, até mesmo nos produtos noticiosos, onde há uma gama de sonoridades ‘artificiais’ ou não.

Murta (2016) diz que as próprias radionovelas foram perdendo gradual espaço no *dial*, porém aqui é observado uma oportunidade de criação de conteúdo jornalístico enriquecedor para os ouvintes e para o campo dos estudos radiofônicos. Portanto se reconhece que, diferentemente das mídias analógicas, desde o *Serial* há um abundante cenário nos *podcasts* narrativos possível de ser explorado, ampliando as potencialidades para o campo da comunicação diversificando as estratégias mercadológicas e comunicacionais dos conglomerados de comunicação.

Ortiz e Marchamalo (2005) pontuam alguns tópicos quanto a estrutura tradicional de um programa em rádio, e podemos ver a adesão deles nos *podcasts* como, por exemplo, a

divisão sonora, a trilha de caracterização e, também, estruturas de blocos informativos - que, em alguns episódios funcionam como transição dentro de um mesmo tema -. O *podcast* recorre a estas estratégias da mesma forma que a radiofonia as utiliza, mas também traz inovações, pois há uma diversidade no modo na ocorrência de alguns destes fenômenos. Talvez pela característica de ser *on demand*, este produto digital não sofre do efeito de desconhecimento sobre o programa ouvido. Não há o risco de escutar uma edição de um programa que não seja o escolhido pelo próprio internauta.

E disso surge a possibilidade do produtor do programa em não padronizar o uso de sua trilha de caracterização, a identidade ou estética do programa, já que há uma expectativa induzida pelo próprio ouvinte. Desse modo, se o episódio começa com uma locução, com efeitos sonoros ou com o próprio silêncio sendo substituído através de um *fade*, a dinâmica já está previamente incutida no próprio rito.

Braga (2013), Bonixe (2011; 2019), Prata (2012), Kischinhevsky (2007; 2016), Teixeira e da Silva (2010) possibilitam compreender como que este fenômeno da comunicação sonora progride de um ambiente analógico para o digital, problematizando os produtores de conteúdo que passaram a compreender as possibilidades da *internet*, agregando novas técnicas na emissão de notícias, no surgimento de novas relações entre os ouvintes, os quais são distribuídos de modos diversos. Todos os *podcasts* possuem páginas específicas com seus episódios na *web* e informações diversas com imagem, texto, *hiperlinks* e, inclusive, aprofundamento sobre as matérias citadas em cada episódio.

Portanto, os *podcasts* ampliam as possibilidades de produção jornalística para além do som, abrindo a discussão sobre a multimidialidade inerente à influência da *web* neste e demais formatos de mídia.

A presença de outros fatores como o ruído e o silêncio puderam ser melhor analisados pela perspectiva de paisagem sonora de Schafer (2011). O autor argumenta que um composto sonoro deve considerar a totalidade dos elementos presentes, incluindo o ruído.

Aplicado aos *podcasts* selecionados, o ruído é compreendido como aqueles sons invasores em nossa percepção surgindo de forma indesejada. Isto é visto em momentos ao longo de diversos episódios analisados, seja o som urbano, ou de conversas ao fundo em um museu, eles se fazem presentes e interferem no áudio como um todo.

Este destaque é importante, pois é relevante compreender que alguns *podcasts* são inteiramente gravados em estúdios de áudio, já outros estão sujeitos a sofrerem interferências a depender de onde é coletada tal inserção.

Quando levantamos a consideração da paisagem sonora, aliamos também com entendimento de Esch e Del Bianco (2013), além de Mazer *et all* (2020). Estes argumentam sobre complexidade da construção narrativa que percorre toda uma gama de lexis-sonoros capazes de aprofundar o envolvimento do ouvinte como visto, também, em Balsebre (2005).

De tal modo, estes quatro *podcasts* analisados envolvem quem ouve seus episódios, elaborando enredos complexos, a partir do uso de linguagem menos formal e por vezes “conversando” conosco de forma mais intimista.

Como visto nos referenciais bibliográficos radiofônicos em espelhamento com os programas analisados, há o uso de estratégias comunicacionais tradicionais na pontuação, divisão e caracterização dos *podcasts*. É notório o recurso de trilha sonora, ainda que alguns a utilizem com mais frequência. Isto reforça a ideia de Meditsch e Betti (2019), ao argumentarem que a música em si não é fator noticioso, a não ser a partir de sua correlação com algum fato, como a morte de um compositor ou outro fenômeno. O uso da música é reconhecido a partir das trilhas sonoras, por vezes mutáveis, nas transições de blocos informativos e, também, em momentos específicos para lembrar qual *podcast* estamos ouvindo.

A linguagem, o uso ordenado de inserções sonoras, o uso do silêncio como fator atenuante de parte importante da notícia, além das divisões dos blocos com suas trilhas de transição, a linguagem e os efeitos sonoros trabalham em conjunto para uma ‘identidade sonora’, podendo esta estar mais próxima do rádio de antena ou não.

Deste modo, compreendemos como os *podcasts* jornalísticos recorrem dos elementos sonoros presentes na linguagem radiofônica. A riqueza de possibilidades deste formato para o campo da comunicação, e aqui em especial para o Jornalismo, é notória. Estas, por sua vez, não eliminam de cena o consagrado rádio de antena. Pois o *podcast* é como uma mídia própria que contém novos ritos específicos e características únicas, porém salientando o rádio como singular e relevante a sua própria maneira.

Podemos entender, então, o *podcast* como nova possibilidade na produção de conteúdo jornalístico e sonoro em geral. É um novo formato o qual adere algumas peculiaridades afastando-se de outras. As teorias radiofônicas possuem muitas soluções para a prática e criação de um *podcast*, mas este também detém outras necessidades e potencialidades como o seu suporte, duração, linguagem, distribuição entre outros.

Atualmente, com a adesão das plataformas de vídeo à proliferação de conteúdo em áudio, e podendo ver na telinha o estúdio dos *podcasters* ao vivo, há outras novas linguagens, formatos e mais complexas respostas a serem formuladas sobre suas características. Assim, o

podcast se torna uma importante ferramenta para o futuro da comunicação, futuro este que já está em constante evolução na palma de nossas mãos, nas telas dos computadores e, inclusive, adentrando no espaço *hertziano*.

Conclui-se, portanto, que a *internet* possibilitou a expansão do consumo do áudio e do jornalismo. Agora não temos somente a condição de mudar os ritos de acesso no *dial* ou no *www*, mas também possibilita o ouvinte a procurar por novos caminhos e novos formatos no consumo da notícia jornalística.

Quando os *podcasts* customizam o uso som, as teorias radiofônicas precisam ser adaptadas para poder abranger sua complexidade. Novamente destaca-se esta mídia digital como não antagônica à mídia analógica, pois utiliza-se de ritos, tecnologias e potencialidades únicas.

O imediatismo do rádio de antena, expandido ou *webrádio* ainda é insubstituível, porém a proposta do *podcast* não gira necessariamente em torno deste tema. Pois neste formato digital, os temas já estão predispostos ao ouvinte no título, contextualizado brevemente com texto nas suas páginas, dando auxílio na geração de interesse do internauta em acessar o conteúdo.

A estética radiofônica poderia pavimentar os passos iniciais do que vem a ser compreendido como estética '*podcaster*'. Não podemos negligenciar os anos de desenvolvimento de conteúdos e estudos na radiofonia, pois ela responde inúmeras problemáticas levantadas quanto ao desenvolvimento do *podcast*.

A notícia por meio do som continua a utilizar a voz como principal carro chefe, porém voltamos a reconhecer as possibilidades de desenvolver uma série de conteúdos que tratem da dramatização como força motriz na difusão noticiosa, pois como analisado nesta dissertação, a criação de uma ambientação mais complexa, e não somente com a leitura da notícia dirigida ao ouvinte, é capaz de construir camadas maiores de estímulos no imaginário do ouvinte.

Estas camadas podem inclusive adicionar outros conteúdos, buscando em diversas fontes, tais como texto, imagem e vídeo, outros elementos fundamentais para uma melhor elucidação dos fatos e, por fim, acoplar estes em seu episódio através de suas páginas.

A literatura radiofônica constitui apenas um apanhado de soluções para os desafios criados pelo *podcast*. Bufarah (2017; 2019) e Viana (2008; 2020; 2021) desvendam algumas particularidades e pontuam novos horizontes a serem contemplados no potencial desta mídia que angaria influências de tecnologias antecessoras. O potencial expressivo, o formato, a multimídia e a customização da linguagem radiofônica a partir dos seus elementos sonoros, são reflexões iniciais para o entendimento deste fenômeno.

Por fim, esta dissertação respondeu algumas inquietações à luz de quatro *podcasts* jornalísticos, sobre a utilização dos elementos sonoros da linguagem do rádio na construção da notícia neste novo formato digital. Seja através da criação de tramas complexas e paisagens sonoras ricas em elementos, ou utilizando de narração de forma direta e entrevistas, os *podcasts* estão cada vez mais presentes em nossas vidas, e os conglomerados midiáticos passam contribuir com os estudos radiofônicos fornecendo novos e mais diversificados materiais.

A complexidade ao envolver uso customizado de elementos sonoros, multimídia, participação dos ouvintes, locução não padronizada, trilhas e outros elementos musicais contemplam algumas das oportunidades na construção desta nova linguagem *podcaster*. Há nela novas estratégias para abordar a notícia, para compreender o papel do som no desenvolvimento do jornalismo e, inclusive, nos faz pensar sobre as formas desta nova mídia, e como ela reestrutura a linguagem sonora jornalística.

Os estudos em *podcast* avançam nesta questão, transbordando da literatura da consagrada radiofonia, elaborando sua estética própria e reconfigurando-se a todo momento. Para pesquisas futuras, podemos questionar se existe neste formato um maior potencial informativo, ou somente narrativo? O uso de conteúdos multimidiáticos desfigura ou agrega potencialidades? A partir destas possibilidades, é possível reconhecer se há uma informação mais completa ou apenas suplementar?

Questionamentos que os premiados *podcasts* aqui estudados como o *The tip off* e *On the media*, além dos sucessos de audiência O Assunto e Panorama CBN vêm fornecendo respostas a partir de suas linguagens, estéticas e formatos. Transformando-s em potenciais referenciais para estudos sobre linguagem ainda em construção.

REFERÊNCIAS

- ABPOD. **Podpesquisa**, 2014. Perfil dos consumidores de *podcast* no Brasil. Indicadores selecionados. Curitiba: ABPOD, 2014. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2014.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2021.
- ABPOD. **Podpesquisa**, 2019. Perfil dos consumidores de *podcast* no Brasil. Indicadores selecionados. Curitiba: ABPOD, 2019. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-2019-Resultados.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2021.
- ARNHEIM, R. **Estética radiofônica**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 1980.
- BALSEBRE, A. A linguagem radiofônica. *In: Teorias do rádio: Textos e contextos*, MEDITSCH, E. (Org.), vol.1. Florianópolis: Editora Insular. p. 327-336, 2005.
- BARTON, D; LEE, C. **Linguagem online: Textos e práticas digitais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2019.
- BATHGATE, G. **Radio broadcasting: A history of the airwaves**. South Yorkshire: Pen and Sword Books Limited, 2020.
- BAUMWORCEL, A. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. *In: Teorias do rádio: Textos e contextos*, MEDITSCH, E. (Org.), vol.1. Florianópolis: Editora Insular. p. 337-346, 2005.
- BONINI, T. A “segunda era” do *podcasting*: reenquadrando o *podcasting* como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. *In: Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.
- BONIXE, L. Jornalismo radiofônico e internet: Um estudo da evolução do uso das potencialidades *online* nas notícias dos *sites* de rádio. *In: Revista Comunicação e Sociedade*, Braga: Editora Húmus. vol. 20, p. 29-41, 2011.
- BONIXE, L. **As rádios locais em Portugal: Da gênese ao online**. Contexto e prática do jornalismo de proximidade. Lisboa: Editora ICNOVA, 2019.
- BRAGA, A. Todo mundo poder ter blog? Práticas de legitimação na blogosfera. *In: Jornalismo On-line: Modos de fazer*. RODRIGUES, C. (Org.). Editora PUC-Rio: Editora Meridional, pp.146-162, 2013.
- BUFARAH, A. Podcast: possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas. *In: GP Rádio e Mídia Sonora do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação*. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Curitiba: Paraná, 2017.
- BUFARAH, A; CARVALHO, M. Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 41-59, jan./jun. 2019.
- CANAVILHAS, J. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. *In: Webjornalismo: 7 Características que marcam a diferença*. Covilhã: Labcom. p.3-24, 2014.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2019.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2019.

CASTRO, G. Podcasting e o consumo cultural. *In: XIV Compós*, 2005, Brasília. Anais do XIV Encontro Anual da Compós. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, dez, 2005.

CORDEIRO, P. Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *In: Participations: Journal of audience & reception studies*, Lisboa-Portugal, v. 09, n. 02, p.492-510, nov, 2012.

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). *In: Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 9, n. 02, pp. 48-68, jul./dez. 2018.

CUNHA, M.; AVRELLA, B. O radiojornalismo no contexto do *software*. *In: Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 04-21, jan./jun. 2019.

DE FARIAS, K. ZUCULOTO, V. Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para o FM. *In: Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 08, n. 02, p. 138-159, jul./dez. 2017.

DUARTE, M. Estudo de caso. *In: Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.) São Paulo: Editora Atlas S.A. p. 215-235, 2005.

ESCH, C; Del BIANCO, N. O cenário acústico de uma guerra imaginária. *In: Rádio e pânico 2: A guerra dos mundos, 75 anos depois*. MEDITSCH, E. (Org.) Florianópolis: Editora Insular, p. 65-72. 2013.

FERRARETTO, L. O rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: Uma abordagem histórica. *In: O novo rádio: Cenário da radiofusão na era digital*. CARVALHO, J; MAGNONI, A. (Org.) São Paulo: Editora SENAC. p. 19-53, 2010.

FERRARETTO, L. **Rádio**: Teoria e prática. São Paulo: Editora Summus, 2014.

FERRARETTO, L; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e convergência: Uma abordagem pela economia política da comunicação. *In: Revista FAMECOS*, Porto Alegre-RS, v. 17, n. 3, p.173-180, set./dez. 2010.

FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Editora Paulinas, 2009.

FREIRE, E. Distinções educativas entre rádio e *podcast*. *In: Revista Prisma: Revista de ciências e tecnologias de informação e comunicação*, Porto-Portugal, n. 18, p. 66-88, 2012.

GOLIN, C. Verbete: Linguagem radiofônica. *In: Enciclopédia Intercom de Comunicação*. 1ed. São Paulo: Intercom, v. 1, p. 763-764. 2010.

- JENKINS, H. **Cultura da conexão**. São Paulo: Editora Aleph, 2014.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- JUNG, M. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Editora Contexto, 2013.
- KANTAR IBOPE. Brasil/Consumo de rádio. **kantaribopemedia.com**, 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/brasil-consumo-de-radio/> . Acesso em: 02 set. 2021.
- KANTAR IBOPE. Kantar aponta as principais transformações e as tendências de comportamento do consumidor pós-quarentena. **Kantaribopemedia.com**, 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/kantar-aponta-as-principais-transformacoes-e-as-tendencias-de-comportamento-do-consumidor-pos-quarentena>. Acesso em: 02 set. 2021.
- KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2007.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2016.
- KISCHINHEVSKY, M. MODESTO, C. Interações e mediações, instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 2, p. 12-20, 2014.
- KLIPPERT, W. Elementos da peça radiofônica. *In: Teorias do rádio: Textos e contextos*, MEDITSCH, E. (Org.), vol.1. Florianópolis: Editora Insular. p. 175 – 190. 2005.
- LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 2016.
- LINDGREN, M. Jornalismo narrativo pessoal e *podcasting*. Tradução: Gustavo Ferreira. *In: Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 112-136, jan./abr. 2020.
- LUIZ, L; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. *In: Intercom - XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Caxias do Sul-RS, 2-6, set. 2010.
- LUIZ, L. A história do *podcast*. *In: Reflexões sobre o podcast*. LUIZ, L. (Org.) Nova Iguaçu: Marsupial Editora. p. 9-14. 2014.
- MARTINO, L. **Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Editora Vozes, 2020.
- MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. Imersão em realidades ficcionais. *In: Revista Contracampo*, v. 29, n. 1, ed. Abri lano 2014. Niterói: Contracampo. p. 46-64. 2014.
- MAZER, D.; ARRUDA, M.; CASTANHEIRA, J.C.; CONTER, M.; LUCAS, C.; MARRA, P. Os estudos das sonoridades: Perspectivas e epistemologias. *In: CASTANHEIRA, J. C.*

(org.) *Et al. Poderes do som: Políticas, escutas e identidades*. Florianópolis: Insular Livros. p. 13-49, 2020.

MCHUGH, S. **Video didn't kill the radio star** - she's hosting a *podcast*. *The Conversation*, Volume 4, Semestral (2) p. 1-3, 2016.

MEDEIROS, R. **O que é radio teatro?** Florianópolis: Editora Insular, 2008.

MEDITSCH, E. Construindo a arte de assombrar o público. *In: Rádio e pânico 2: A guerra dos mundos, 75 anos depois*. MEDITSCH, E. (Org.) Florianópolis: Editora Insular, p.45-64, 2013.

MEDITSCH, E. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. *In: Intercom - XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Campo Grande-MS, 3-7 set. 2001.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação: Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. 2ª edição revisada. Florianópolis: Editora Insular, 2007.

MEDITSCH, E. Rudolf Arnheim e o potencial expressivo do rádio. *In: Teorias do rádio: Textos e contextos*, MEDITSCH, E. (Org.), vol.1. Florianópolis: Editora Insular. p. 99-111, 2005.

MEDITSCH, E.; BETTI, J. Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. *In: 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Goiânia-GO, 6-9 nov. 2019.

MURTA, C. *Podcast: Conversação em rede*. *In: Intercom - XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, São Paulo-SP, 5-9 set. 2016.

ORTIZ, M.; MARCHAMALO, J. **Técnicas de comunicação pelo rádio: A prática radiofônica**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

PRATA, N. **WEBradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Editora Insular, 2ª Ed. 2012.

RADDATZ, V.; KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D.; ZUCULOTO, V. Uma (Re)escrita da história do rádio. *In: Rádio no Brasil: 100 anos de história em (re)construção*. RADDATZ, V.; KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D.; ZUCULOTO, V. (org.) Ijuí: Editora Unijuí. p. 16-25, 2020.

SANDE, M.F; MICHELETTI, B. Preservação audiovisual: Proposição de uma tipologia para categorização do patrimônio radiofônico. *In: Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do grupo de pesquisa rádio e mídia sonora da Intercom*. ZUCULOTO, V; LOPEZ, D; KISCHINHEVSKY, M. (Org.) São Paulo: Intercom. p. 179-201. 2016.

SCHAFER, M. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SOUZA, J.; FORT, M.; BOLFE, J. Produção Audiofônica: Uma análise de estilos frequentes na podosfera brasileira. *In: Revista Radiofonias: Revista de estudos em mídias sonoras*. Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 78-111, jan/abr. 2020.

TEIXEIRA, M; da SILVA, B. Rádíoweb e *podcast*: Conceitos e aplicações no ciberespaço educativo. *In: ACTAS ICONO 14º Congresso Publiradio: El poder creativo della palabra*, Nº A4, p. 253-261. 2010.

TESLA, N. Transmissão de energia elétrica sem fios. *In: Teorias do rádio: Textos e contextos*, MEDITSCH, E. (Org.), vol.1. Florianópolis: Editora Insular. p. 17-24. 2005.

THIBES, F. **A produção jornalística em webrádios públicas catarinenses: Os casos da Rádio AL e da Rádio Ponto**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, p. 239. 2014.

WEIGELT, D. **Como os jovens ouvem rádio?** Uma cultura lusófona de consumo radiofônico. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

VIANA, L. Áudio imersivo em *podcasts*: O recurso binaural na construção de narrativas ficcionais. *In: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis-SC, Vol. 17, Nº 2, p.90-101. 2020.

VIANA, L. O áudio pensado para um jornalismo imersivo em *podcasts* narrativos. *In: Revista Comunicação Pública*. Lisboa-Portugal, Vol. 16, Nº 31, p. 19. 2021.

VIANA, L. O uso do *storytelling* no radiojornalismo narrativo: Um debate inicial sobre *podcasting*. *In: Revista Rumores*. São Paulo-SP, Vol. 14, Nº27, p.286-305. 2020.

ZIMMERMANN, A.; ZUCULOTO, V. Da reportagem ao *podcast*: aproximação entre a reportagem radiofônica especial e o *podcast* “CBN Especial”. *In: Revista Comunicação Pública*. Lisboa-Portugal, Vol. 16, Nº 31, p. 20. 2021.

ZUCULOTO, V. Prefácio. *In: Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. PRATA, N.; DEL BIANCO, N. (Org.) Florianópolis: Editora Insular, 2021.

ZUCULOTO, V. **No ar**: A história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

2018 WINNERS. **britishpodcastawards.com**. Disponível em:
<www.britishpodcastawards.com/winners-2018> Acesso em: 09 jan de 2020

A AMEAÇA DO BOLSONARISMO DE CAMINHÃO.
music.amazon.com/podcasts/cfdc5d59-03da-4b3c-924b-e2565fb0a5a6/o-assunto.
Disponível em: <<https://music.amazon.com/podcasts/cfdc5d59-03da-4b3c-924b-e2565fb0a5a6/episodes/5ca51c5a-a883-446e-9529-92df43eb27b3/o-assunto-a-amea%C3%A7a-do-bolsonarismo-de-caminh%C3%A3o>> Acesso em: 13 de set de 2021

APPLE'S PODCAST JUST TOPPED 50 BILLION ALL-TIME DOWNLOADS AND STREAMS. **Fastcompany.com**. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/40563318/apples-podcasts-just-topped-50-billion-all-time-downloads-and-streams>> Acesso em 28 de abr de 2022.

BLACK AND WHITE DATA. **play.acast.com/s/thetipoff**. Disponível em: <<https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.53blackandwhitedata>> Acesso em: 16 de set 2021

BLAME IT ON THE BOOZE. **wnycstudios.org/podcasts/otm**. Disponível em: <<https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/on-the-media-blame-it-on-booze>> Acesso em: 16 de jul de 2021

BRASIL É O 3º PAÍS QUE MAIS CONSOME PODCAST NO MUNDO. **https://exame.com.br**. Disponível em: <<https://exame.com/pop/brasil-e-o-3o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo>>. Acesso em: 11 de abr de 2022

DARK MONEY. **play.acast.com/thetipoff**. Disponível em: <<https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.46darkmoney>> Acesso em: 16 de set 2021

HOW A NIGHTCLUB FIRE BROUGHT DOWN A GOVERNMENT. **wnycstudios.org/podcasts/otm**. Disponível em: <<https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/how-nightclub-fire-brought-down-government-on-the-media>> Acesso em: 23 de jul de 2021.

JUSTIÇA MANTÉM PRISÕES NO CASO MOÏSE; SOBE O N° DE VÍTIMAS POR CAUSA DAS CHUVAS EM SP; E LÍDER DO ISIS MORTO NA SÍRIA. **audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/437/panorama-cbn**. Disponível em: <<https://cbn.globoradio.globo.com/media/audio/365807/justica-mantem-prisoos-no-caso-moise-sobe-n-de-vit.htm>>. Acesso em: 09 de fev de 2022

NOVA CLASSIFICAÇÃO DO CORONAVÍRUS, FORÇA NACIONAL NO CEARÁ E AS NOMEALÇÕES DE ONYX. **audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/437/panorama-cbn**. Disponível em: <<https://www.podchaser.com/podcasts/panorama-cbn-586130/episodes/nova-classificacao-do-coronavi-54290696>>. Acesso em: 26 de out de 2021.

OCCUPATIONAL HAZARDS. **wnycstudios.org/podcast/otm**. Disponível em: <<https://www.wnycstudios.org/podcasts/otm/episodes/occupational-hazards-on-the-media>> Acesso em: 18 de set de 2021

ON THE MEDIA: WNYC RADIO, NATIONAL PUBLIC RADIO. **peabodyawards.com**. Disponível em: <www.peabodyawards.com/award-profile/on-the-media> Acesso em: 09 jan de 2020

PIX, TRUMP COM COVID, ACORDÃO DE BOLSONARO, CALORÃO, ENSINO A DISTÂNCIA E ESPECIAL DE ELEIÇÕES. **g1.globo.com/podcast/o-assunto**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/11/o-assunto-290-a-295-pix-trump-com-covid-acordao-de-bolsonaro-calorao-ensino-a-distancia-e-especial-de-eleicoes.ghtml>>. Acesso em: 13 de set de 2021

RÁDIOS. **radios.com.br**. Disponível em: <radios.com.br>. Acesso em: 15 fev de 2021

UM REPÓRTER PELO MUNDO PÓS-11 DE SETEMBRO. **music.amazon.com.br**. Disponível em: <<https://music.amazon.com.br/podcasts/cfdc5d59-03da-4b3c-924b-e2565fb0a5a6/episodes/fd0b60fc-b96b-45d5-8b9b-118b079c7de0/o-assunto-um-rep%C3%B3rter-pelo-mundo-p%C3%B3s-11-de-setembro>>. Acesso em: 13 set de 2021.