

As características sonoras do *Podcast O Assunto* frente à estética radiofônica¹

Luis David Falcão PADILHA²
Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, SC

RESUMO

O presente artigo tem como objeto de estudo a produção de *Podcast* jornalístico frente a linguagem radiofônica. Objetiva-se a compreensão das características do *Podcast* jornalístico e peculiaridades com o rádio, em base dos elementos sonoros presentes em sua produção. Destacam-se como procedimentos metodológicos a revisão bibliográfica e análise de conteúdo radiofônico. Como técnica é utilizada a análise documental. Delimita-se e se justifica como objeto empírico deste trabalho o *podcast* O Assunto do portal G1. Ao atingir marca de 30 milhões de *downloads* em um ano, esse tornou-se um dos principais produtos do formato no Brasil. Observou-se que O Assunto se assemelha em aspectos superficiais ao rádio, concluindo que há a necessidade de atenção especial devido suas características únicas frente a uma ausência de uma padronização estética.

PALAVRAS-CHAVE: *Podcast*; Radiojornalismo; Estética Radiofônica; O Assunto.

INTRODUÇÃO

O rádio está em voga como nunca. A falácia de que a televisão iria substituir o meio já se provou errada assim como não previu que iria se aproximar da *Internet* e expandir para a era dos *Bytes*. Em meio às transformações tecnológicas do século XXI, uma nova categoria de produto sonoro em jornalismo acaba por surgir: O *Podcast*, que por meio de um *smartphone*, no seu computador pessoal, e pelas *SmartTVs*, pode-se transmitir sua mensagem a qualquer momento e em qualquer lugar ao conectar-se com a *Internet*. Junto desse fenômeno há o surgimento de uma potencial área para o mercado jornalístico que oferece de forma variada e seriada, uma gama de produções em áudio com características únicas.

Portanto este trabalho tem como objetivo compreender de que maneira o *Podcast* O Assunto se utiliza do silêncio, da palavra, dos efeitos sonoros e da música (FERRARETTO, ARNHEIM) a fim de averiguar as aproximações com a estética radiofônica na compreensão das particularidades que o formato possui e, também, se o

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal Santa Catarina. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. E-mail: luisdavidpadilha@gmail.com.

fenômeno do *Podcast* jornalístico é contemplado em sua totalidade ao utilizar-se das teorias radiofônicas. Deve-se ressaltar que este trabalho parte do percurso metodológico de revisão bibliográfica do rádio e *Podcast* (KISCHINHEVSKY, MCHUGH, BUFARAH) a fim de dar fôlego a esta discussão.

A delimitação do tema é dada a partir da última publicação de domingo do dia dez de outubro de 2020, pois essa aglutina todos os programas da semana em uma única página. Há neste recurso a ideia de que o ouvinte maratone as edições semanais com o conforto de não ser necessário pesquisar pelas páginas individualmente no site oficial. A justificativa da escolha deste objeto é referente à recente marca de trinta milhões de *downloads*, ao completar seu primeiro ano de existência, consagrando este *Podcast* como um dos exemplos de sucesso de produtos jornalísticos neste formato de mídia no Brasil.

A ESTÉTICA DO RÁDIO

Desde os primórdios da civilização humana ao se aglutinar em grupos, bandos e tribos os seres humanos urgem em se comunicar. Desde as pinturas rupestres a invenção da prensa móvel, da xilografia aos *Scanners* 3D tudo é, de uma forma ou de outra, um ato comunicacional. É Imprescindível argumentar neste artigo que, ao falarmos sobre comunicação, também podemos falar sobre as diferentes formas de transmissão de mensagens e conteúdos como, por exemplo, o Rádio. Salienta-se também que os passos que viriam delinear o percurso histórico do início do rádio, até a era virtual, são atrelados recorrentes desenvolvimentos tecnológicos que se originaram em campos diversos do conhecimento humano.

Não é de hoje que se estuda o impacto da informação por meio do áudio. A tecnologia do rádio começou muito antes de ele ser concebido como meio de comunicação. Já em 1753, Benjamin Franklin propôs o que depois serviria como princípio para o desenvolvimento do telégrafo e do telefone: a possibilidade de usar a eletricidade para a transmissão de mensagens a distância. A evolução para o telégrafo deu-se através dos estudos de Samuel Morse e dos cientistas William Fothergill Cooke e Charles Wheatstone, que utilizaram princípios de eletromagnetismo para a transmissão de informações (LOPEZ, 2009, p.466).

Ainda que possamos concordar que a forma de se comunicar é atualizada constantemente e se transforma junto das tecnologias emergentes, algumas questões são remanescentes na forma de produzir conteúdos e de noticiar fatos. Existem, portanto,

características remanescentes que contribuem para uma estética. Estética esta que pode ser nos moldes do telejornalismo, do jornalismo escrito e do radiojornalismo por exemplo.

Ao pensarmos sobre as transmissões radiofônicas no Brasil, temos na Carta de Natal a data de 6 de Abril de 1919 (ALCAR, 2020) como ponto inicial da radiodifusão no país por meio da Rádio Club de Pernambuco. Deste período até hoje, ainda que progressivamente transformado junto as novas tecnologias, o rádio é esteticamente único em suas formas de trabalhar com a comunicação. Seja por meio do uso da voz, música, efeitos sonoros e silêncio, o profissional da radiofonia trabalha em torno de uma organização que é particular a este meio.

Para Ferraretto (2014, p. 30-35) há um erro em relação de como os leigos identificam a linguagem radiofônica reduzindo-a apenas na oralidade. Para ele há de ser compartilhado um campo de experiências em comum para que o processo comunicacional seja executado sem desentendimentos. Com isto, o rádio se articula de mais elementos que não apenas o da voz, emitindo signos que permitem que o ouvinte interprete de forma mais clara a mensagem, mesmo que esta possa se utilizar de elementos subjetivos.

A palavra falada carrega consigo alto poder comunicativo e, com isto, é o elemento sonoro que se apresenta com maior frequência. A música é compreendida de duas formas: como conteúdo da própria programação e como linguagem. Nestes aspectos existe a função gramatical que funciona como pontuador da narrativa do rádio; descritiva que age de forma cenográfica do que se deseja tratar; expressiva na sugestão e criação climática; complementar que visa aperfeiçoar um conteúdo e, por fim, comunicativa onde é utilizado de forma a esta ter sua própria autonomia.

Também se observa os efeitos sonoros que derivam da dramaturgia radiofônica. Nestes o uso é totalmente integrado para construção de imagens sensoriais, semelhantes ao *Foley*³, tendo uma contribuição sonora que simula uma situação específica ou, até mesmo, reforça o argumento enunciado pelos profissionais do rádio em razão da sua mensagem.

Segundo ARNHEIM (1980, p.26):

³ *Foley* é uma técnica do Cinema a qual os pós-produtores substituem os elementos sonoros de uma cena para ter uma melhora na configuração geral do som com a imagem. Em não raros casos há a substituição total da ambientação, podendo esta ser refeita por completo após a cena ser rodada afim de maximizar a qualidade da narrativa ali proposta.

El redescubrimiento del sonido musical en ruidos y palabra, la unión de la música, ruido y palabra en una única unidad sonora, es una de las tareas artísticas más importantes de la radio. No nos referimos a los cuidados que requiere la palabra cantada. Esto es una necesidad, también en la radio, pero no reside en ello la verdadera novedad.

A Estética radiofônica se articula, portanto, utilizando-se de uma organizada construção de vários elementos em um ato comunicacional. Também é somado a isto o silêncio que se vê presente neste complexo enredo de produções de sentido. “[...] após exclamarem: ‘E atenção...’ Passavam-se poucos segundos e, na sequência, vinha a última e mais importante informação daquele noticiário” (FERRARETTO, 2014, p.34).

É com este elemento que determinadas informações tomavam um espaço particular na atenção das pessoas, dada a ênfase da pausa entre locução e o silêncio.

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 (BAUMWORCEL, 2005, p.339).

Ao lado do silêncio podemos compreender a entonação do/a locutor/a ao emitir uma mensagem, pois este também impacta no imaginário e na forma da recepção da mensagem para/com o ouvinte. Arnheim (1980, p.29) comenta sobre o papel da entonação das palavras e seus efeitos. Ele diz que há, nos pregadores e nos intérpretes de Goethe, um comportamento errôneo ao elevar a voz, fazendo-as soarem como sirenes no qual produzem efeito de falsidade em suas palavras. O autor segue ao comentar casos opostos em que os locutores apresentam nada mais que sucessões de signos completamente sem atrativos, com um mínimo de ritmicidade.

Segundo Baumworcel (2005, p.343):

O ritmo mais acelerado, por exemplo, na fala dos locutores dos noticiários acarreta uma certa tensão e contribui para criar um clima dramático, que chama a atenção do ouvinte para a importância do que está sendo dito.

Portanto as técnicas de fala, a música, o ritmo narrativo e o próprio silêncio influenciam diretamente na atratividade, na composição estética do rádio e nas formas de transmissão de conteúdos. Estas técnicas presentes de formas diversas e exploradas de maneiras criativas ambientam o ouvinte na estética desenvolvida pelo rádio ao longo de todos estes anos. São justamente estas possibilidades e características que fortificam

o rádio e sua linguagem particular em um mundo onde o apelo imagético constante dos dispositivos móveis disputam o foco dos indivíduos na sociedade.

CARACTERÍSTICAS DO *PODCAST*

Ainda que a estética radiofônica possa ser semelhante, não é apenas o meio que difere o *Podcast* do rádio. Para compreendermos melhor este fenômeno vemos em Jung (2013, p.66) que:

O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse momento, é o veículo que mais se beneficiou da internet. Aumentou o alcance e proporciona facilidades, à medida que o som “baixa” com maior rapidez se comparado à imagem, além de não exigir atenção do internauta que, enquanto ouve o programa, pode continuar navegando.

É na fase da convergência tecnológica, marcada pelas múltiplas ofertas que o rádio articula-se de modo crescente amalgamando-se às mídias sociais e aos serviços de telecomunicações (KISCHINHEVSKY, 2016).

Neste ambiente é que é dado o surgimento do *Podcast*, formato de mídia que se afasta e se aproxima de forma paradoxal ao rádio, oriundo da Internet e com características particulares. “O *podcasting*, espécie de rádio via Internet, sem onda [...]” (KISCHINHEVSKY, 2007, p.15, grifo do autor) é uma ferramenta comunicacional que se desenvolve a partir de processos tecnológicos oriundos do século XXI, que soma a tecnologia da *Internet* com dispositivos como computadores, *smartphones* e até mesmo *smartTVs*.

É necessário pontuar que ainda há um ambiente confuso no que se refere especificamente ao ‘o que é *Podcast*’ e o quanto ele se diferencia do rádio. Superficialmente podemos incluir na discussão os aspectos comerciais do mesmo, onde não há necessidade de criação de blocos publicitários, a duração variada de acordo com cada episódio, a possibilidade de consumo para ser ouvido a qualquer momento mediante *download* e em qualquer lugar podendo, inclusive, ser pausado e relacionado do ponto demarcado entre outros aspectos. Estas observações podem ser vistas de diversas formas, de acordo com Mchugh (2016, p.5):

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.

Observamos também que “Outra característica do *Podcast* é ser produzido no formato de episódios que variam em sua duração e periodicidade, podem abordar os temas em episódio único ou em uma sequência definida pelo produtor” (YOSHIMOTO, 2014, p.44).

A falta de padronização do formato é elementar na maioria dos casos, ao tomarmos como exemplo os diversos produtos midiáticos em *Podcast* vemos episódios de curta duração que podem chegar até mesmo no limite de um ou dois minutos enquanto outros ultrapassam horas. Não somente isto, recorrentemente há o uso de hiperligações ampliando o consumo do formato para além do áudio, ou seja, o uso de mais de um espaço na plataforma digital que possibilita o ouvinte a ter acesso a alguma notícia escrita previamente *lincada* ao programa podendo, inclusive, até mesmo apresentar imagens.

Temos em Couto e Martinho (2018, p.48, grifo dos autores):

Ao mesmo tempo, caracterizados por certo hibridismo, tanto em termos de forma quanto de conteúdo, parecem escapar, na pesquisa acadêmica, às interpretações que busquem reduzi-los a categorias conhecidas. O *podcast* engloba, ao mesmo tempo em que retrabalha, diversas maneiras anteriores de expressão sonora, em uma variedade de formatos que desafia uma definição única. A própria noção de “mídia sonora” vem sendo reelaborada nesse cenário.

Neste paradoxal momento, a definição dada por Bufarah (2017, p.1, grifo do autor) é, assim como o autor deste artigo considera, o que mais se assemelha com o que de fato é entendido como *Podcast*:

O processo de globalização da economia e a proliferação de Internet como meio de comunicação facilitou a criação de novos canais de distribuição de conteúdos. Entre estas novas formas temos o *podcast*, que podemos conceituar como sendo a disseminação de arquivos digitais de áudio através da web com periodicidade e utilizando tecnologias de indexação RSS (*Rich Site Summary*). [...] Com isso, foram criados agregadores de Feeds (que significa fonte ou alimentador). Cada vez que o conteúdo é atualizado o usuário recebe uma cópia em seu computador utilizando navegadores ou programas específicos para esta finalidade (como FeedReader, Pluck, Liferea, Akregator, etc.).

Deve-se concordar, enfim, que as características, ainda que semelhantes por utilizarem-se de uma proximidade estética do áudio, não são suficientes para alimentar a ideia de que rádio é o mesmo produto que o *Podcast*. Ainda que o próprio rádio possa ser virtualizado as suas diferenças são ostensíveis nas condições de consumo, meio e

formato. Com isto, observamos o *Podcast O Assunto* a fim de entender como que o mesmo utiliza a estética radiofônica na sua produção e, com isto, compreender quais características únicas que surgem neste processo.

PODCAST O ASSUNTO

O jornalismo caminha lado a lado com o *Podcast*. Ainda que de forma relativamente lenta no Brasil, surgem a todo momento dentro do ciberespaço produtos em áudio que enriquecem o campo jornalístico. O Café da Manhã, O Assunto e Panorama CBN são, entre outros, exemplos de programas que vem se desenvolvendo no país.

A escolha do *Podcast O Assunto* se deu pela marca de mais de 30 milhões de *downloads* durante seu primeiro ano de produção⁴. Ao atingir este feito já se configura, portanto, sua relevância como um dos principais produtos de jornalismo brasileiro. Importante pontuar que estes números são impressionantes, visto que a categoria ‘notícias’ se encontra apenas em nono lugar das mais procuradas pelos ouvintes de *Podcasts* em território nacional, segundo pesquisa realizada em 2018 pela ABPOD em parceria com a CBN⁵.

Poranto, ao atingir este feito, O Assunto deve ser considerado um caso de sucesso dentro do cenário de mídia informativa justificando, assim, a sua escolha para a análise aqui aplicada. Com atualizações diárias, o programa nos apresenta a jornalista Renata Lo Prete narrando os principais assuntos do Brasil e do mundo. Comumente ancorados nos noticiários do telejornalismo da Rede Globo, o *Podcast* insere rotineiramente locuções de outros profissionais da emissora para o reforço dos temas abordados.

Com isto temos o exemplo do episódio #294, lançado no dia nove de outubro de 2020, em que aborda o ensino a distância no pós-pandemia.

Locução 1 Renata Lo Prete	Sete meses depois do fechamento das escolas se pronunciou:
---------------------------	--

⁴ <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/08/24/o-assunto-os-episodios-mais-ouvidos-do-primeiro-ano.ghtml>. Acesso em: 10 out. 2020.

⁵ <https://www.slideshare.net/greicematos/podpesquisa-2018-podcast-no-brasil?ref=http://abpod.com.br/>. Acesso em: 09 out. 2020.

Locução 2 Feminina 1	Conselho Nacional de Educação aprovou por unanimidade a validade do ensino remoto até dezembro do ano que vem por causa da suspensão das aulas presenciais na pandemia.
Locução 3 Renata Lo Prete	Um novo normal que se choca com a realidade de professores, alunos e famílias.
Locução 4 Masculina 1	Depois que o novo Coronavírus chegou, todas as atividades são feitas em casa. A área virou sala de aula.
Locução 5 Feminina 2	Acordo mais cedo e adianto as coisas de casa por que tem as <i>outra criança</i> também. E aí eu vou fazendo vou ditando pra ele as <i>atividade</i> né, faço com os dois aí depois vou fazendo com os outros <i>separado</i> .

Transcrição dos primeiros 40 segundos do *Podcast O Assunto*, número 294. Disponível em: <https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/10/09/o-assunto-294-o-ensino-a-distancia-no-pos-pandemia.ghtml>. Acesso em 10 out. 2020.

No decorrer deste episódio, cujo formato é o de entrevistas, há dois convidados: Cláudia Costin, diretora do centro de excelência e inovação em políticas educacionais da fundação Getúlio Vargas e Luciano Meira, professor da Universidade Federal de Pernambuco e coordenador de ciência e inovação da Joy Street. Dessa forma, podemos observar que há a reconfiguração das técnicas de locução, de transição de temas e convidados. Há, também, o uso de conteúdos transportados para o áudio que são oriundos de outros campos do jornalismo da Rede Globo, com evidência maior de inserções sonoras do campo telejornalístico.

Em contrapartida, no episódio #294: ESPECIAL ELEIÇÕES, algumas características mantêm-se presentes, entretanto utilizadas de outro modo. Logo ao

iniciar o episódio a locução não é de Lo Prete, mas sim de um noticiário que apresenta o Major Araújo a ser candidato à prefeitura de uma cidade.

Em *fade-in* uma locução masculina se sobrepõe citando para os ouvintes que haverá Patrícia Domingos como candidata em outra localidade. A técnica de *fade in-fade out*⁶ reaparece com o próprio locutor masculino dizendo que a candidata atuou como delegada de polícia. Uma nova voz toma parte ao explicar que o deputado federal Capitão Wagner oficializa sua candidatura.

Somente após essa introdução é que se encontra a locução de Renata Lo Prete e, por fim, nos apresenta o tema do programa comentando sobre o maior número de candidaturas as prefeituras para as eleições de 2020, oriundas das forças de segurança pública, sendo este o maior em dezesseis anos.

Ao longo do *Podcast*, há transições de locuções das manchetes televisivas para dentro de O Assunto o que transforma a narrativa e exemplifica uma das diversas estéticas utilizadas neste produto midiático.

No episódio #290: PIX, já em seu introito há uma breve trilha musical que não dura mais que 2 segundos sendo sobreposto pela locução da apresentadora que situa o ouvinte sobre o local do qual ela fala assim como, também, a própria apresentação e, por fim, dando abertura para a introdução de locuções de outros jornalistas da Rede Globo ao falar sobre o tema ‘PIX’.

Locução 1 Renata Lo Prete	Da redação do G1 eu sou Renata Lo Prete e o assunto hoje é:
Locução 2 Masculina 1	Um nome simples, PIX.
Locução 3 Feminina 1	PIX é um serviço criado pelo banco central.
Locução 4 Feminina 2	A partir de Novembro, quem tem conta em banco vai ter mais um meio para fazer pagamentos, é o PIX.
Inserção de trilha preenchendo dos 17 segundos até 20 segundos, <i>fade-out</i>	
Locução 5 Renata Lo Prete	O novo sistema de pagamento instantâneo

⁶ Técnica comumente utilizada na música e cinema para a transição de volume e imagem de um espectro menor para maior, suavizando a transposição de assuntos e temas.

	e de que forma ele muda a sua vida assim como a de bancos e <i>Fintechs</i> .
--	---

Transcrição do trecho do *Podcast* O Assunto, número 290. 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 11 out. 2020.

A locução segue comentando que haverá participação de dois convidados: a Juliana Rosa, jornalista da GloboNews especializada em cobertura de economia e Antônio Cerqueira, engenheiro industrial sócio da consultoria *Brain & Company* por realizar um estudo sobre o tema PIX. O *Podcast* segue com uma breve pausa, aumento da trilha e sequencial diminuição onde, por fim, Renata Lo Prete situa o ouvinte em referência ao dia da publicação original do programa “Segunda-Feira, 5 de outubro”.

A trilha toma uma breve sequência dos 47 segundos aos 50 segundos onde Lo Prete continua o episódio.

Locução 6 Renata Lo Prete	Juliana, <i>pra</i> começar você pode nos explicar resumidamente o que é o PIX e no que ele difere de outros sistemas de pagamento e de transferência de dinheiro.
Locução 7 Juliana Rosa	Renata, a palavra PIX ela remete a pagamento instantâneo. Me perguntaram primeiro o que que é o xis do PIX. Que PI é pagamento instantâneo e o Xis remete, segundo o sistema financeiro, a ideia de ir um lado pro outro no sentido de multiplicar, de pagamento. Então que se criou este nome PIX.

Transcrição do trecho do *Podcast* O Assunto, número 290. 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 11 out. 2020.

Vale ressaltar que a trilha sonora se ausenta logo ao iniciar da explanação da jornalista Juliana Rosa voltando apenas no minuto 2 e 30 segundos e, novamente, terminando aos 3 minutos e 15 segundos.

Soma-se a isto o fato da locução se tornar monologa até o minuto 1 e 38 segundos onde, de forma descontraída e casual, há uma interferência de Lo Prete na fala de Juliana Rosa que segue:

Locução 8 Juliana Rosa	[...] Só que a TED você tem que esperar até trinta minutos, se eu quiser te mandar <i>um, hoje</i> , uma transferência bancária via TED.
Locução 9 Renata Lo Prete	Se você quiser eu deixo tá, Ju?
<i>(Risos)</i>	

Transcrição do trecho do *Podcast O Assunto*, número 290 PIX. 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 11 out. 2020.

A sequência que muda o ritmo de seriedade para descontração, se desenrola com risos e brincadeiras das duas locutoras interagindo no mesmo espaço de tempo quebrando o ritmo inicial proposto no *Podcast* até então. Juliana Rosa, por fim, finaliza a argumentação inicial comentando sobre a velocidade da transferência bancária por este novo sistema. Salienta-se que há, novamente, a edição do áudio onde é agregado ao *Podcast*, no minuto 3 e 50 segundos, a fala de uma jornalista cujo discurso complementa a informação trazida pela convidada. Esta interferência é abruptamente colocada em meio a fala de Juliana utilizando-se rapidamente da técnica de *fade-in* e *fade-out*.

Locução 9 Feminina 3	Todos os bancos com mais de 500 mil clientes então vão ser obrigados a aderir ao serviço do PIX, os demais entram voluntariamente.
Locução 10 Juliana Rosa	[...] Então vai ter a opção sempre de débito, crédito [...]

Transcrição do trecho do *Podcast O Assunto*, número 290 PIX. 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 11 out. 2020.

Nota-se que a inserção da locução 9 não foi previamente acordada com a convidada Juliana Rosa, pois o corte na sua fala é incisivo e, ao término da inserção a convidada continua sua explanação de forma contínua.

O episódio #291: Trump com Covid é outro exemplo de como não há uma padronização específica de abertura do *Podcast O Assunto*. Ao clicar no *Play* o ouvinte já é abordado pela notícia de que Trump continuará seu tratamento na Casa Branca com uma locução masculina abrindo o programa.

Locução Masculina 1	O presidente americano Donald Trump recebeu alta do hospital e vai continuar o tratamento contra Covid na Casa Branca.
Locução 2 Donald Trump	<i>I just left out Walter Reed Medical Center. And it's really something very special. [Fade-in/Fade-Out] 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>
Locução 3 Renata Lo Prete	Depois de três noites no hospital. Donald Trump voltou nesta terça-feira para a Casa Branca onde continuará a receber tratamento para Covid-19.
Locução 4 Masculina 2	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. [...]

Transcrição do minuto 1 e 3 segundos do *Podcast O Assunto*, número 291 Trump com Covid. 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 11 out. 2020.

Portanto é notório que as últimas edições do *Podcast O Assunto* não seguem um padrão definido de abertura, cada edição tem um início único, contribuições técnicas de

trilhas sonoras que alteram a cada programa, *fades* e intervenção de locução de outros profissionais da área que são transpostos do Telejornalismo para dentro do áudio. Há, também, a combinação de locução planejada previamente gravada para dar gancho nos assuntos subsequentes, uma mescla de locuções em formato de bate-papo com textos previamente produzidos.

Se salienta também que até mesmo a duração dos episódios variam de tamanho ainda que, em raros casos, sejam menores que 20 minutos e maiores que 28 minutos. Por fim, a única característica que se mantém padronizada é o final de cada *Podcast* em que a apresentadora encerra o programa com a seguinte frase “Eu sou Renata Lo Prete e fico por aqui. Até o próximo assunto.”.

CONCLUSÃO

O uso dos referenciais bibliográficos presentes no consagrado meio rádio funciona, ainda que não em sua plenitude, na busca da compreensão sobre o fenômeno do *Podcast* quando observado sob a análise de O Assunto. Obviamente seu surgimento, sua estética e modo de produção são atrelados ao ambiente tecnológico que efetivamente é o seu nativo. Entretanto o *Podcast* não é nem em *Hertz* AM ou FM e nem rádio expandido. O mesmo é um paradoxo, um fenômeno que possui estética única ainda que tenha semelhanças ao que o rádio efetivamente é. Foi observado no *Podcast* O Assunto que há uma descaracterização de um padrão introdutório, onde cada edição tem início singular em comparação as demais edições do programa. Há o uso corriqueiro de locuções oriundas da televisão para dar suporte, ênfase e apoio ao que a apresentadora Renata Lo Prete nos informa.

A utilização de constantes *fades*, transposição de vozes, edição e pequenos cortes criam ritmos únicos a este produto comunicacional. A ausência de intervalos publicitários como *Spots* e *Jingles*, o formato não padronizado de duração, o massivo uso de pós-produção com trilhas sonoras que em raros casos se repete e que, corriqueiramente, são utilizados para pontuar as transições afastam a estética tradicional do rádio. Importante pontuar que o uso do silêncio não foi ‘observado’ no recorte utilizado para esta pesquisa e que a palavra falada, ritmo e entonação são variados em diversos aspectos. Eventualmente há períodos de descontração, mas em sua maioria predomina um ritmo constante e de seriedade onde a monotonia é evitada utilizando-se da edição. Notou-se que as inserções de elementos sonoros afim de reforçar ou

exemplificar uma notícia são frequentemente postos de forma abrupta e sem prévia apresentação.

Como citado anteriormente, a padronização estética que no rádio é consagrado e aqui se torna ausente, é apenas uma característica das diversas contribuições que o meio *Podcast* nos oferece para refletir sobre a necessidade do reforço teórico e prático desta mídia. Relevante observar que não é o fato de um meio substituir o outro, mas sim de compreendermos que cada formato possui suas necessidades e que o consumo destes dois produtos devem ser complementares um ao outro. Portanto, ao pressionar o *play*, os primeiros minutos de O Assunto nos mostra o quão versátil pode ser a abordagem dos temas pertinentes para a nossa vida como sociedade que urge em se comunicar e, a partir deste, reforça as transformações que o Jornalismo vem sofrendo em um mundo que coexiste em *Hertz e Bytes*.

REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, R. **Estética Radiofônica**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980.
- BAUMWORCEL, A. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. In: MEDITSCH, E. (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**, v.1, Florianópolis, Insular, 2005.
- CARTA de natal. **ALCAR**, Natal, n. 73, 27 Julho 2020. Disponível em: <https://plone.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar/jornal-alcar-no-73-julho-2020/carta-de-natal> Acesso em: 27 Out. 2020.
- COUTO, A.L.; MARTINO, L.M. Dimensões da pesquisa sobre o podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGcoms (2006-2017). In: **Revista Rádio-Leituras**. Mariana, Minas Gerais. v.9, n.2. p. 48-68. Jul/Dez. 2018.
- FERRARETTO, L. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Editora Summus, 2014.
- BUFARAH, A. Podcasts: Possibilidades no uso das 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.
- JUNG, M. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Editora Contexto. 2013.
- KISCHINHEVSKY, M. **O Rádio Sem Onda**. Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: 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.
- LOPEZ, D.C. Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: Uma revisão histórica. In: KLÖCKNER, L. PRATA, N. (org.). **História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil**. Porto Alegre: Ed. PUCRS, 2009. p. 466 - 482.

MCHUGH, S. Video didn't kill the radio star - she's hosting a podcast. **The Conversation**. v.4, Semestral (2). p. 1-3. 2016.

YOSHIMOTO, E. **Das ondas do rádio à teia de rede: podcast café brasil**. 2014. 137 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade de Franca, Franca, São Paulo. 2014.