
Proposta de classificação de podcasts jornalísticos na internet brasileira¹

Álvaro Bufarah Júnior²
Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo: Com o uso da internet e das mídias sociais, o meio rádio expandiu-se para plataformas digitais (KISCHINHEVSKY, 2016); momento em que transborda em ações e interações com seus ouvintes. Neste cenário desenvolveu-se o uso de podcasts que também transcenderam suas origens para ocupar um espaço de destaque no ambiente digitalizado. Este estudo busca apresentar uma proposta de classificação para os podcasts jornalísticos da web brasileira utilizando os conceitos de radiojornalismo e gêneros radiofônicos, sendo parte de uma pesquisa bibliográfica exploratória que visa compreensões iniciais de constituição de bases para investigação mais profunda sobre as possibilidades de classificação de **podcasts** com linguagem jornalística.

Palavras-chave: radiojornalismo; podcast; linguagem radiofônica; gêneros jornalísticos; formatos radiofônicos.

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

- ² Doutor pelo programa de Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: abufarah@uol.com.br
- ³ Supervisão e orientação da professora Dra. Valci Zuculoto, pós-doutora em Comunicação (UFRJ), doutora e mestre (PUCRS), professora dos cursos de graduação e pós-graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: valzuculoto@hotmail.com

1) A mudança trazida pelo podcast

Na década de 1990, a globalização da economia impactou de forma drástica os processos de, praticamente, todas as cadeias produtivas no planeta. Esse acontecimento histórico mudou diretamente a forma como as empresas se relacionam com seus produtos, serviços, clientes, fornecedores, com seus funcionários, com os governos etc. (ZUCULOTO, 2012, p. 142). Na “nova economia”, as informações e as comunicações humanas se tornaram digitais, reduzidas a *bytes* que se movem à velocidade da luz por meio de redes comunicacionais, constituindo esse conjunto de redes a uma mega rede que denominamos internet. Esta velocidade permitiu à internet uma verdadeira revolução na produção de escala quando somada a outras invenções que alteraram definitivamente a história. Este cenário criou uma cultura própria, transformou, e ainda está transformando as relações humanas ao longo das últimas décadas. Este cenário indica que os meios de comunicação convencionais já não atendem as demandas do público, reproduzindo modelos baseados em uma cultura analógica e industrial do século XX. Todos os meios de comunicação foram impactados por essas mudanças, mas, para este estudo, focaremos no rádio, onde um novo perfil de ouvintes surge amparado pela rede mundial de computadores, redes de telefonia móvel, redes sociais, entre outras ferramentas digitais. Este rádio, expandido de suas características tradicionais (KISCHINHEVSKY, 2016), extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais e os portais de músicas. Assim, o meio rádio teve suas características ampliadas e potencializadas pela internet, possibilitando uma diferenciação de seus conteúdos através de uma alteração na produção de material, ganhando mais agilidade com a digitalização.

Para Martínez-Costa, “desenvolvimento tecnológico ampliou os serviços de radiodifusão, modificando os hábitos de escuta e favorecendo a aparição de novas formas de organizações e programações” (1997, p. 21). Com a popularização de equipamentos e dos programas de edição e transmissão de áudio, várias pessoas se transformaram em produtores de conteúdos, especialmente em formato de podcast, que consiste em um sistema de transmissão que inclui uma etiqueta digital baseada na tecnologia RSS (*Rich Site Summary* ou *Really Simple Syndication*), na qual os usuários são informados quando os conteúdos são atualizados pela fonte (autor), e também recebem uma cópia do arquivo

automaticamente, facilitando o acesso à escolha do momento em que querem ouvir aquele conteúdo. Esta mudança de ambiente de veiculação veio carregada de alterações de linguagem que colocam no centro do debate a questão dos gêneros discursivos, se foram ou não alterados com essas mudanças (BUFARAH; PADILHA, 2020). Mas, basicamente, o meio rádio se transformou em um produto hipermediático, resultante da adição de conteúdos sonoros com novos recursos, como imagens, vídeos, infográficos etc., principalmente pelo uso de dispositivos móveis que facilitaram essa transformação. Este processo também impactou a produção do podcast, que inicialmente nasce como uma lista de arquivos de áudios disponíveis na web e se transforma em programas de rádio disponibilizados na rede, alterando a relação de consumo dos ouvintes, que passaram a ter mais possibilidades de interação e uso com os conteúdos. Mais recentemente, produtores independentes inundaram o mercado com novas produções feitas especialmente para as plataformas digitais, sem qualquer vínculo com emissoras de rádio.

Nesse contexto, as fronteiras entre os gêneros destes conteúdos ficaram ainda mais permeáveis, dificultando a análise discursiva, uma vez que os meios se misturam na internet em mensagens que se hibridizam em crossmedia e transmedia. Com isso, cabe entender que o produto sonoro radiofônico tem características únicas (BELAU, 1981), e dentro delas devemos observar ainda os diferentes atributos que garantem ao radiojornalismo um perfil diferenciado, como um gênero cultural singular (MEDITSCH, 1999) quando buscamos classificar os conteúdos dos podcasts disponíveis na internet brasileira como gêneros jornalísticos ou digitais (SANTAELLA, 2013). Neste ponto, devemos observar o limite entre o radiojornalismo e o gênero híbrido, que está no fato do conteúdo ser prioritariamente uma mensagem sonora que não necessite de mais suportes (áudio, vídeo, textos, infográficos) para ser entendida (FERRARETTO, 2014). Tecnicamente, entendemos que devemos separar o podcast como uma nova expressão de linguagem e como mais um meio de transmissão de conteúdos de áudio, pois essa divisão nos ajuda a entender melhor os limites da passagem de um para o outro (BUFARAH; PADILHA, 2020). O motivo desta distinção é que, ao analisarmos os podcasts, devemos entender o contexto de sua origem e quais recursos estão atrelados a ele. Se o material encapsulado foi produzido em formato

radiofônico (perfil de linguagem, estrutura sonora característica, estrutura estética etc.) e veiculado em formato de podcast, poderemos avaliar seu conteúdo usando os parâmetros dos gêneros discursivos radiofônicos. Especialmente se utilizarem linguagem radiojornalística, que tem características únicas. Isso porque o gênero não foi alterado, pois manteve as condições iniciais. Porém, quando avaliamos um podcast que é parte de uma narrativa maior que se utiliza desse formato para complementar uma estrutura multimídia, neste caso, temos o gênero híbrido/hipermídia, pois o entendimento do sentido do todo só ocorre com a leitura das várias partes distribuídas em formatos midiáticos diferentes (áudio, vídeo, textos, infográficos). No caso de podcasts produzidos especialmente para a veiculação na web, sem vinculação com uma emissora ou programação radiofônica, também vale entender seu contexto de produção e se podemos enquadrá-lo como produto sonoro radiofônico, como gênero radiojornalístico, ou como híbrido digital (BUFARAH; PADILHA, 2020).

Importante destacar que há outros aspectos possibilitam outras formas de análise e classificação comparativa dos conteúdos midiáticos após o processo de convergência. Alguns dos principais elementos que podemos citar estão a conexão pois para este ambiente super midiático a possibilidade de acesso está relacionada diretamente com a capacidade de conexão dos diversos dispositivos entre si e com a internet. Outra característica é o espalhamento, baseada na circulação dos conteúdos originários de um modelo híbrido de distribuição que têm no compartilhamento e na descentralização as molas propulsoras dos processos de participação e redistribuição de materiais. Não podemos perder de vista a materialidade dos meios a partir de diversos equipamentos diferentes que possibilitam acesso rápido e prático com os conteúdos. Desta forma, o usuário pode acessar a um arquivo de áudio, ver um pequeno filme, interagir nas redes sociais, e ainda baixar alguns comentários. Esta nova relação com os meios e seus usos tornaram deram novos aspectos a materialidade de um conteúdo. Talvez o elemento mais visível e diferenciador desse grupo de características é a interatividade e a participação do público nos conteúdos produzidos e disseminados pela internet. As possibilidades ocorrem em diversos níveis facilitando que um internauta possa ir de um ouvinte passivo a um co-produtor do conteúdo (AQUINO BITTENCOURT, 2017). Ressalto que entre os veículos de comunicação de massa (jornal, rádio, tv, cinema etc.) o rádio já apresentava

possibilidade de interações mais rápidas e próximas do público desde os anos 1940, quando os ouvintes enviavam cartas, participação de programa de auditório pessoalmente ou por telefone, entre outras formas. O estudo de cada uma dessas características pode resultar em novas pesquisas, muitas já produzidas, e outras em andamento. Mas, o foco desta pesquisa inicial é buscar referências bibliográficas para a análise de conteúdos jornalísticos veiculados em podcasts e se é possível ou não aplicar os conceitos de formatos de radiojornalismo a estes conteúdos. Entendemos que não é possível esgotar o tema em apenas uma pesquisa, mas que é importante iniciarmos este trajeto na busca por registrar e catalogar os diferentes formatos (do radiojornalismo) que estão sendo reproduzidos ou até criados na produção de podcasts.

2) O gênero jornalístico do rádio estendido ao podcast

Para Meditsch (1999), a forma do discurso no meio rádio tem como padrão diferencial o suporte material auditivo e a sua condição de invisibilidade, que estabelecem características únicas ao formato da linguagem que, por sua vez, teve seu uso condicionado devido a limitações do meio e a adaptações trazidas do jornalismo impresso (antecessor do rádio na linha histórica de desenvolvimento dos meios). O pesquisador afirma que o gênero não ocorre no discurso, mas através dele, na interação social por ele possibilitada, uma vez que o conteúdo da informação radiofônica é condicionado intersubjetivamente pelo emissor e pela audiência (auditório) a que se destina, a amplitude dessa audiência e sua posição social também condicionam a forma de construção da realidade da mensagem informativa radiofônica. Portanto, o gênero do radiojornalismo é um produto cultural diferenciado em meio aos diversos gêneros de linguagem que utilizamos cotidianamente.

Com a evolução das tecnologias de radiodifusão ocorreu a necessidade de diversificação das programações por meio da diferenciação de conteúdos distribuídos em gêneros e formatos diferentes, na busca por audiência e na maior possibilidade de comercialização de espaços dentro das programações. Desta forma, podemos considerar gênero radiofônico uma classificação mais geral da mensagem, que visa atender um tipo específico de expectativa dos ouvintes (BUFARAH; PADILHA, 2020). Formatos radiofônicos são os modelos que podem assumir os programas realizados dentro de cada um dos diferentes gêneros (VICENTE, 2016). Para André Barbosa Filho (2003), o

formato radiofônico é o conjunto de ações integradas e reproduzíveis, classificadas em um ou mais gêneros, caracterizado por uma intencionalidade demarcada pela plástica utilizada e representada pelo programa de rádio ou pelo produto radiofônico. Para o autor, programa de rádio é o módulo básico do conteúdo radiofônico, sendo a realização do conteúdo dentro de um formato definido que obedece a uma proposta de planificação e organização de uso dos elementos sonoros E, por fim, programação radiofônica é o conjunto de programas ou produtos radiofônicos apresentados em uma sequência cronológica e repetida regularmente. Muitos autores utilizam o conceito de notícia como sinônimo de informação, porém, devemos diferenciar ambos. Para este estudo teremos como informação a definição de Neiva (2013, p. 205), que a define como “conhecimento ou fato de interesse geral, tornado do conhecimento público ao ser divulgado pelos meios de comunicação”. Partindo desta premissa, utilizamos Ortriwano (1985) para indicar que a notícia no rádio tem estrutura semelhante às outras mensagens difundidas no meio, embora tenha conteúdo e natureza diferentes dos elementos radiofônicos artísticos e comerciais, está sujeita à linguagem do meio, devendo ser adequada às suas características, entre elas o imediatismo e a mobilidade. Ao estudarmos os padrões de notícias, dentro do gênero jornalístico, aplicados ao meio rádio, veremos que foram agrupados considerando o perfil do programa (enquanto produto acabado, já pronto para ser veiculado). Desta forma, propomos a mesma aplicação para podcasts já finalizados. Sabemos que há muitas classificações possíveis para utilizarmos aos conteúdos de podcasts, porém, para efeito deste estudo, optaremos pelos estudos de gêneros radiojornalísticos, também derivados das pesquisas de Marques de Melo reinterpretados por Lucht (2010), subdividindo-os em cinco grupos. O primeiro é o gênero informativo, que se limita a narrar os acontecimentos, sem emitir qualquer tipo de juízo de valor, opinião ou interpretação. Dentro desse gênero, a pesquisadora considera os seguintes formatos:

- a) Nota: corresponde a relatos dos acontecimentos em processo de realização;
- b) Notícia: é uma nota ampliada, contendo um relato integral do fato ou acontecimento;
- c) Flash: é um relato rápido (em média, de até 30 segundos) com informações que respondem apenas as questões do lead (O quê? Quando? Como? Com

quem? Por quê? Onde?) apresentadas pelo repórter;

- d) Manchete: é o conteúdo similar ao do flash, porém apresentado pelo apresentador ou comunicador no estúdio;
- e) Boletim: matéria breve produzida e apresentada por um repórter, composta por narração, mas sem trechos das falas de entrevistados (sonoras);
- f) Reportagem: material elaborado pelo repórter contendo a sua narrativa dos fatos corroborada pela inserção de trechos das entrevistas (sonoras) realizadas para a produção do conteúdo;
- g) Entrevista: forma básica de levantamento de informações utilizada pelos jornalistas. Além de seus conteúdos serem aproveitados em matérias e boletins, também pode ser veiculada em formato mais longo tendo as habilidades do entrevistador no comando deste diálogo como sendo o ponto forte para atração da audiência.

O segundo é o gênero opinativo, em que se apresenta um fato ou decisão, expondo a linha editorial da empresa, de um especialista ou comentarista. Os formatos que integram esse gênero são:

- a) Editorial: conteúdo não assinado que representa a opinião do veículo de comunicação (empresa/instituição);
- b) Comentário: tem a função de explicar a notícia, seu alcance, suas circunstâncias e contexto;
- c) Resenha: corresponde a uma apreciação das obras de arte dos produtos culturais, com a finalidade de orientar as ações dos ouvintes;
- d) Crônica: é um conteúdo breve relacionado a cenas do cotidiano, situando-se na fronteira entre a informação de atualidades e a narração literária;
- e) Testemunhal: é a fala do apresentador narrando fatos que aconteceram com ele de forma a servir de alerta para os demais ouvintes;
- f) Debate: formato que utiliza um moderador em meio a participantes com visões diferentes sobre os fatos em questão;
- g) Painel: difere do debate por não ter de apresentar diversas opiniões baseadas necessariamente na contradição;
- h) Charge eletrônica: é uma crítica humorística de um fato ou acontecimento

específico;

- i) Participação do ouvinte: é uma das principais fontes de informação da emissora, pois traz conteúdos atuais, comentários e situações, que após serem avaliados podem ser veiculados ou transformados em matérias;
- j) Rádio-conselho: depende de um apresentador ou entrevistado que tenha disposição em ouvir problemas e oferecer soluções através de comentários. Podem ser realizados por jornalistas ou profissionais específicos, como advogados, consultores financeiros, psicólogos etc.

Já o gênero interpretativo representa uma ampliação qualitativa das informações a serem repassadas ao público (FERRARETTO, 1999), a fim de contextualizar os acontecimentos para os ouvintes. Dentro desse gênero, Lucht (2010) define os seguintes formatos:

- a) Coberturas especiais: são marcadas pelo esforço concentrado dos profissionais da emissora na busca por informações específicas sobre um determinado tema, acontecimentos (factuais ou não), desdobramentos de ações, onde visam informar o ouvinte com o máximo de informações sobre o conteúdo em pauta. Para tanto, organiza seus profissionais em turnos ininterruptos para a atuação no cenário dos fatos, na pesquisa por fontes de informações e comentaristas;
- b) Perfil: objetiva apresentar os aspectos relevantes de determinada personalidade, normalmente, já conhecida pelo público. Para sua realização são usados dados biográficos (que não são o foco do material), e dados de várias fontes diferentes para complementar o conteúdo;
- c) Biografia: têm como tema principal os feitos e realizações da vida do personagem biografado, produção de relevância para a sociedade, convivência em família etc.;
- d) Documentário radiofônico: é um caráter de atualidade o uso de documentos como registros, a não obrigatoriedade da presença de um narrador e a ampla utilização de montagens (edições de entrevistas, sons ambientes, trilhas, músicas etc.) para a estruturação da narrativa;
- e) Divulgação técnico-científica: são matérias com foco na divulgação do conhecimento das inovações tecnológicas e científicas em curso, tanto em

nível nacional quanto internacional. Segundo Lucht (2010), esse formato ganha autonomia por utilizar produção e edição diferenciadas do cotidiano com um rigor maior na busca pelas informações e pela distinção de linguagem que necessita para a interpretação dos dados levantados e veiculação para os ouvintes não técnicos;

- f) Enquete: formato que tem como característica principal a gravação de entrevistas com o público (geralmente nas ruas, ou locais públicos de grande circulação de pessoas), visando à coleta de opiniões sobre os temas de relevância cotidianos. Também pode ser empregado com personalidades públicas.

Outros dois gêneros compõem a lista, o gênero utilitário, em que a produção de conteúdo busca apresentar dados sobre a prestação de serviços ao público. Lucht (2010) acredita ser fundamental para causar alterações no cotidiano dos ouvintes. Dentro dele temos os formatos:

- a) Trânsito: informações sobre os problemas de mobilidade urbana, tráfego de veículos e serviço de transporte público;
- b) Previsão do tempo: dados acerca da previsão meteorológica para uma determinada região de cobertura da emissora;
- c) Roteiro: indicações sobre as atividades culturais disponíveis na cidade. Mais recentemente, em emissoras populares, incluíram-se também as informações sobre as principais novelas transmitidas pelas emissoras de televisão abertas;
- d) Serviço de utilidade pública: são dados sobre serviços públicos e privados, prazos de interesse do cidadão (como entrega da declaração de Imposto de Renda), entre outros;
- e) Cotação: notícias sobre índices de bolsas de valores (nacionais e internacionais), cotações de moedas estrangeiras, dados sobre mercados específicos (como preços de grãos e arroba do boi);
- f) Necrologia: informes sobre o falecimento de pessoas contendo causa da morte, horários do velório e sepultamento, além de alguns dados biográficos;
- g) Indicador: matérias feitas sobre a avaliação de determinados tipos de produtos e comparativos de preços.

Para concluir a classificação proposta temos o gênero diversional, focado na apresentação de informações que divirtam e entretenham os ouvintes. Nesse gênero temos os formatos:

- a) História de vida: mais amplo que a biografia e o perfil, apresenta dados da vida de personagens como forma de vestir, crenças, costumes, curiosidades;
- b) *Feature* radiofônico ou história de interesse humano: noticiário que apresenta a informação mais trabalhada e exposta de forma interessante e mais atrativa, embora utilize o rigor da apuração jornalística, lança mão de diversos recursos sonoros, teatrais e artísticos para a construção de seus conteúdos;
- c) *Fait divers* radiofônicos: abrangem notícias variadas que não são relacionadas às editoriais tradicionais do jornalismo diário (política, economia, cultura, esporte, etc.). Nesse contexto temos escândalos, curiosidades e fofocas.

Importante destacar que as classificações de gêneros e formatos não são rígidas, podendo ser ampliadas e recombinaadas. Por isso, encontraremos programas de rádio e podcasts que misturam mais de um gênero e formatos dentro de um mesmo produto sonoro. Nestes casos, devemos avaliar os conteúdos e considerarmos a classificação para os elementos que mais estão presentes no material. Ou seja, em um programa jornalístico é possível haver momentos de inclusão de músicas, porém, isso não significa que o material deixou de ser jornalístico e passou para um formato musical. Apenas essas barreiras entre gêneros e formatos não podem ser aplicadas de forma inflexível, pois seguem variações linguísticas, culturais, tecnológicas, socioeconômicas de um dado, momento histórico, podendo ser alteradas conforme o uso.

3) A classificação dos podcasts

No início, os podcasts foram criados como uma derivação do rádio, buscando a libertação das barreiras geradas pela inserção do conteúdo em uma programação (comercial ou não) marcada pela linearidade da escuta. Um estudo desenvolvido com produtores independentes de podcasts indicou que o primeiro desejo da maioria dos produtores foi o de fazer um programa de rádio fora dos padrões das emissoras convencionais, livre das restrições industriais e legais. Com o desenvolvimento das tecnologias de produção, veiculação e consumo de áudio pelas diversas plataformas digitais o podcast tende a se diferenciar do meio rádio, indo além de mais uma plataforma

de distribuição para ter uma identidade característica. Contudo, o podcast contém o gene do rádio em sua estrutura e ainda irá demorar para ter gêneros e formatos únicos não mais referenciados no meio radiofônico. Para alguns autores, isso não ocorrerá; para outros, este é o processo natural da evolução das mídias.

Medeiros (2006) indicou, já em meados dos anos 2000, que existiam quatro formas básicas para os formatos de podcast: o modelo metáfora, com características de um programa de rádio convencional feito para o *dial*, com músicas, informações, locução e produção; o modelo editado, que surgiu da necessidade das emissoras de rádios convencionais em dar aos ouvintes a possibilidade de acompanhar o programa que foi veiculado sem que eles tenham ouvido no momento da transmissão, ou seja, parte da programação é “editada” e deixada no site da rádio para que seja acessada e baixada pelos usuários; o registro ou *audioblogs*, pois servem para que seus autores exponham problemas do dia a dia, comentem notícias, questionem temas como política e economia etc. Com os diversos tipos de uso dos podcasts (educação, entretenimento, informação etc.), vários autores também propõem formas de classificação para o desenvolvimento de estudos sobre produção, conteúdos, gêneros e formatos empregados etc. Entre as possibilidades de classificação, podemos destacar a de Carvalho e Aguiar (2010) que criaram uma taxonomia considerando seis dimensões: tipo, formato, autor, estilo, duração e finalidade. Quanto ao tipo, os podcasts podem ser: expositivo/informativo, pois fornecem informações de natureza variada. *Feedback*/comentários, pois corresponde a episódios contendo comentários críticos a trabalhos ou a determinadas tarefas executadas pelos discentes. Instruções/orientações, porque disponibilizam indicações e ou instruções para realizar tarefas, orientar o estudo ou fornecer recomendações, entre outras utilizações. Quanto ao formato, eles classificam: para além de áudio, vídeo, imagens fixas com locução ou a captura do ecrã do computador. Como exemplos temos os *vodcasts* ou *vidcasts*, *screencasts* e *enhanced podcasts*. Já quanto à duração (tempo), os pesquisadores consideram: duração curta ou moderada. Em média, o ideal é que tenha a duração de uma música – de 3 a 5 minutos. Os podcasts considerados curtos são aqueles que duram no máximo até 5 min. E os moderados têm duração superior a 5 minutos, mas inferiores a 15 minutos e os considerados longos são aqueles que ultrapassam esse tempo. Como o estudo de Carvalho e Aguiar (2010) o foco é o uso de podcasts em ambiente educacional.

Eles os classificam quanto à autoria em três categorias: professores, alunos e outros. Também consideram o estilo, que pode ser formal ou informal. E, por último, a finalidade: informar, resumir ou sintetizar, apresentar ou expor, participar, divulgar algo, motivar para determinados temas, propor tarefas, orientar o estudo, incentivar, desafiar, refletir, analisar.

Martínes-Costa (2019), ao desenvolver seus estudos sobre podcasts, organizou os elementos de análise em 4 grupos. O primeiro, aspectos formais em que considerou o título do podcast, a marca jornalística de origem (empresa de comunicação), país de origem, data da divulgação (postagem), a periodicidade, a duração, o nome do apresentador, a equipe de produção e o slogan que define o produto sonoro. O segundo grupo está relacionado aos recursos de produção em que considera: presença ou ausência de capa, sintonia musical própria, efeitos sonoros, cortes de voz, documentos de arquivo, apresentador, função de apresentador (comunicador, moderador, locutor), vozes de colaboradores, vozes de convidados, tom geral (formal, conversacional, vulgar), e publicidade (número e identificação de marcas). Para o terceiro grupo, a pesquisadora organizou como variáveis relativas aos recursos narrativos em que incluem: tipos de gênero, presença ou ausência de abertura, uso de comentários, notícias, crônicas, reportagens, entrevistas, mesa redonda, debate, conversa, uso de humor e fragmentos dramatizados. No último grupo temos as variáveis temáticas: o número e os tópicos abordados em cada episódio e as características das notícias veiculadas, em que Martínes-Costa (2019) considerou a classificação utilizada pelo *Digital Report* (2016) em que temos dois grupos de notícias: *hard news* e *soft news*. Dentro do primeiro temos as editorias internacional, política, de negócios e economia, saúde e educação, comunidade autônoma e localidade, ciência e tecnologia, meio ambiente, eventos e segurança. No segundo grupo encontramos: entretenimento e celebridades, estilo de vida, arte e cultura, e esportes. Este processo de implementação de novas tecnologias aos meios de comunicação tradicionais e seus respectivos desdobramentos em novos produtos de mídia está longe de ser concluído. Neste cenário, os produtos sonoros ressurgem com força por meio de podcasts que se adaptam melhor às necessidades dos usuários das redes, possibilitando a escolha do conteúdo, o momento de ouvi-lo e em que dispositivo.

Os podcasts são uma oportunidade para que as emissoras de rádio, produtoras e

empresas de comunicação em geral possam atingir novos públicos além das fronteiras definidas pelas ondas hertzianas, em novas plataformas, que possibilitam a inserção de novos *players* neste mercado. De maneira crítica, os podcasts estão trazendo novas vozes e técnicas de produção para um meio que mudou pouco em uma geração. Baixas barreiras de entrada, combinadas com altos níveis de criatividade, estão colocando em xeque as bases da indústria da comunicação ainda estruturadas no modelo de negócio do século XX. Com isso, passa a ser importante a produção de estudos que visem explicar essas mudanças de linguagem que resultam em diferentes gêneros e formatos dos produtos sonoros disponibilizados em podcasts. Para tanto, é necessário a identificação dos principais elementos de cada produto e suas características para que possam ser comparados e analisados. Entre esses elementos temos que focar nos produtos jornalísticos que atualização mínima semanal, pois a periodicidade é um fator relevante para o entendimento das notícias. Neste estudo, foi utilizado o referencial teórico do radiojornalismo, de comunicação e de gêneros jornalísticos para propor uma análise e classificação de conteúdos noticiosos distribuídos em podcasts. Entende-se que, mesmo tendo um processo de desenvolvimento de linguagem próprio, os podcasts jornalísticos ainda estão muito ligados à linguagem radiofônica e ao jornalismo desenvolvido para o meio rádio. Por isso, a proposta de classificação apresentada busca cruzar as classificações contidas neste estudo e um novo grid de elementos para estudar os podcasts jornalísticos baseados na internet brasileira. Para tanto, propomos uma ficha de classificação para os podcasts jornalísticos com os seguintes elementos:

- a) **Dados gerais:** Nome do podcast: em que será inserido o nome do programa. Autor/res – nomes dos autores da ideia/conceito. Veiculação – em rádio por ondas, emissoras de internet, blogs, redes sociais, plataformas de *streaming*;
- b) **Aspectos formais:** Título do podcast, marcas jornalísticas (no caso de empresa do setor), independente (no caso de ser produzido por outra empresa/instituição), país de origem, data da veiculação/divulgação, periodicidade, duração, apresentador, equipe de produção e slogan;
- c) **Recursos de produção:** Presença de capa (para publicação na web), produção musical, uso de efeitos sonoros, edição, uso de material de arquivo, função do apresentador (comunicador, moderador, locutor), participação de colaboradores,

participação de convidados/entrevistados, tom geral do programa (formal, conversacional, vulgar), uso de vinhetas, uso de trilhas sonoras, publicidade (anúncios, testemunhal, spots, jingles etc.);

d) **Variáveis Temáticas:** Número de programas, tópicos abordados, tipos de notícias apresentadas;

e) **Recursos Narrativos:**

Gênero informativo – formatos: notas, notícias, flash, manchete, boletim, reportagem, entrevista.

Gênero opinativo – formatos: editorial, comentário, resenha, crônica, testemunhal, debate, painel, charge eletrônica, participação de ouvintes, rádio-conselho.

Gênero interpretativo - formatos: coberturas especiais, perfil, biografia, documentários, divulgação técnico-científica, enquete.

Gênero utilitário: formatos: previsão do tempo, trânsito, agenda cultural (roteiro), serviço e utilidade pública, cotação, necrologia, indicadores.

Gênero diversional – formatos: história de vida, *feature* radiofônico ou história de interesse humano, e *fait divers* radiofônicos;

f) **Quanto ao formato:** Uso de áudio, vídeo, imagens fixas com locução ou a captura do ecrã do computador (*vodcast* ou *vidcast*, *screencast* e *enhanced podcast*);

g) **Quanto ao tempo:** Curto (3 a 5 minutos), moderados (entre 5 e 15 minutos) e longos (acima de 15 minutos);

h) **Autoria:** Profissionais de comunicação e leigos (não profissionais);

i) **Finalidade:** Informar, resumir ou sintetizar, apresentar ou expor, participar, divulgar algo, motivar para determinados temas, propor tarefas, orientar o estudo, incentivar, desafiar, refletir e analisar.

j) **Periodicidade:** Indicar quantas vezes o material é atualizado e em que período.

h) **Interatividade:** Formas de interação disponíveis para que os ouvintes possam participar e de que parte do processo podem interagir (pré-produção, produção, pós-produção, veiculação).

4) Considerações finais

Este estudo não pretende encerrar as discussões sobre o tema, apenas colaborar com os estudos iniciais sobre as formas de classificação de formatos de podcasts jornalísticos.

Sabemos que há inúmeras possibilidades de combinações para os elementos listados na classificação proposta. A ordem e os elementos que compõe a classificação apresentadas são aqueles que pareceram mais lógicos e úteis no processo de adaptação dos conceitos trazidos pelos pesquisadores citados neste estudo, sendo que este material é parte de uma pesquisa maior sobre gêneros e formatos de podcasts jornalísticos da web brasileira. Esta pesquisa se desdobrará, no futuro, em outras partes para uma melhor análise do cenário, do uso e das possibilidades de linguagem dos podcasts brasileiros.

Referência Bibliográfica

- AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. *Convergência midiática e redes digitais: modelos de análise para pesquisa*. 1º. Ed: Curitiba: Appris, 2017.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulus, 2003.
- BUFARAH, Alvaro; PADILHA, Luis David. **O radiojornalismo como gênero discursivo aplicado ao conceito de podcast**. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2020.
- CARVALHO, A. & AGUIAR, C (Org.). **Podcasts para ensinar e aprender em contexto**. 1º edição. Santo Tirso: De Facto Editores, 2010.
- FAUS BELAU, A. **La radio, introduccion a um médio desconocido**. Madri: Editora Latina, 1981.
- FERRARETTO, Luiz. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Editora Summus, 2014.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.
- LUCHT, Janine Marques Passini. Gêneros no Radiojornalismo. In MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.
- MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. **Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencias y divergencias digitales**. In: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). **Reinventar La Radio**. Pamplona: Eunat, 2001.
- MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. **El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital**. In; MHCJ Vol. 10 (2) | Año 2019 - Artículo nº 16 (151) - Páginas 317 a 334- mhjournal.org. Disponível in: <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/314/668>. Acessado em: 10.10.2020.
- MEDITSCH, Eduardo Viana. **A Rádio na era da informação**. Coimbra: Minerva Editora, 1999.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.
- VICENTE, E. V. **Gêneros e formato radiofônicos**. São Paulo: Núcleo de Comunicação e Educação, 2016. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4327572/mod_resource/content/1/G%C3%AAneros%20Radiof%C3%B4nicos.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2020.
- ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.