

Rádio e podcast na qualidade da comunicação mediada¹

Lincoln Freires de Sousa Oliveira PARENTE²

Fernando Luiz Nobre CAVALCANTE³

Centro Universitário 7 de Setembro-UNI7, Fortaleza, CE

Resumo

Os anos de ouro do rádio passaram. Inovar, mais que antes, é uma exigência, mas esse não é o grande desafio. Maior é a necessidade de inovação com preservação de seus atributos primordiais. O podcast nasce desse contexto. Agora, o público exige mais qualidade em comunicação, é residente entre o espaço analógico-digital e sua preferência é o meio atendente de suas expectativas e, não suficiente, também surpreendente.

Palavras-chave: rádio; podcast; mídia; comunicação mediada; mapeamento.

Introdução

1941. O esposo está de folga do trabalho, suas filhas já fizeram a lição de casa, a esposa deixou a refeição pronta. Todos na sala em silêncio, exceto Aurélio Andrade, o radialista, escutado pelo rádio - uma grande caixa de madeira com dois autofalantes disposta na estante. Bocas cerradas e ouvidos bem abertos. Qualquer um sintonizado com a radionovela. Congelados até o episódio acabar. (Informação pessoal)⁴

Programas de auditório, jornalismo, esporte, humor, radionovelas preenchiam a programação radiofônica na década de 40, até então marcada pela experimentação e agora alcançando seu apogeu. A primeira radionovela, *Em Busca da Felicidade*, patrocinada pelo Creme Dental Colgate, com quase dois anos de transmissão impulsionou a afeição do Brasil pelo rádio. Porém, todas as atenções voltaram-se para ele com a *O Direito de Nascer*. As tramas carregavam padrões e valores morais de uma sociedade em constante urbanização (NEUBERGER, 2012).

¹ Trabalho a ser submetido no Intercom Júnior – XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário 7 de Setembro, email: parentelincoln@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário 7 de Setembro, email: fernandocavalcante@gmail.com

⁴PARENTE, L. Diário de Pesquisa.

O rádio é prático. Basta ligá-lo e sintonizar um canal para ouvir música ou vozes. Cada frequência determina uma estação transmitida por meio de antenas anexadas no topo de torres. Os avanços tecnológicos corroboraram sua participação midiática. Agora não apenas transmitido por radiofusão, como é chamado o sistema de transmissão descrito acima, mas também via internet expandindo seu alcance. E não apenas isso. A internet possibilitou uma nova configuração para o mesmo.

2017. Joana, universitária, no ônibus a caminho de casa. Usando um fone de ouvido plugado em seu *smartphone* – aparelho portátil de comunicação vinculado à internet. Pelo aplicativo *Podcast* escuta o último episódio de seu podcast favorito: “à deriva”. Quando está mais envolvida, um toque a interrompe: é um lembrete de sua mãe. Apenas visualiza e responde: “obrigado por lembrar, mãe”. Volta a focar-se na crônica. Outro toque, agora uma manchete que chama sua atenção. Sem conseguir concentrar-se em duas coisas ao mesmo tempo, fecha o aplicativo para ler a notícia. O audiodrama não acabou e, para ela, isso não importa. (Informação pessoal)⁵

Se forem comparadas as duas citações, serão percebidas décadas separação, contextos e dispositivos diferentes, porém, algo em comum: *a comunicação mediada*.

A modernização tomou conta dos veículos. O sujeito, dá ao rádio uma nova cara: o *podcast*. Uma mídia parecida, porém, com nova configuração. O sistema *podcasting* surgiu no fim de 2004 e produz conteúdo sonoro para que qualquer usuário o acompanhe por meio de uma assinatura a postagem de novos episódios em seu computador e/ou *smartphone* mediante um software/app. Tal forma de transferir áudio, criada por Adam Curry, começou em 2004, no Brasil, com o Digital Minds. Sua popularização se deu após a PodCon Brasil. Lúcio Luiz, um pesquisador do assunto, conta (2014, p.11) citado por Gabriel Ribeiro Freire (2015, p.39):

Em 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, nos dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba, Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e patrocinado pelo podcaster Eddie Silva e pela cervejaria Kaiser. Durante a PodCon

⁵ PARENTE. L. Diário de Pesquisa.

2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), tendo sido indicado para presidente o podcaster Maestro Billy, aceito por unanimidade.

Podcasts são, geralmente, classificados por temas como arte, música, literatura, áudio dramas, notícias. É difícil encontrar gosto que não seja satisfeito por podcasts. Imagine uma audioteca organizada pelo seu gosto do dia, ouvir o que quiser segundo seu humor. Assim é o *feed* do Podcast: uma galeria de itens interessantes ao usuário assinalados por ele mesmo em que não se sabe qual episódio escutar primeiro; na maioria das vezes visualizada pelo *smartphone*, que sincronizado à internet é quase impossível utilizá-lo em apenas uma função.

Visualizando as duas mídias diferentes, portanto, passíveis de comparação, o trabalho a seguir busca depreender: os atributos de seus sistemas e produção de conteúdo como decisivos na qualidade da comunicação mediada; e a relevância de cada mídia no cenário social.

Comunicação mediada

Implantada em contextos sociais que se estruturam em muitas formas e produtora de impacto na comunicação que ocorre, a comunicação mediada, é enfatizada por THOMPSON (1998) como um fenômeno social contextualizado.

Em uma ampliação de cognição da análise de Thompson (1998), entende-se que para a comunicação mediada existir, é preciso um *meio técnico* funcionando como suporte para o compartilhamento e fixação do conteúdo do produtor para o receptor. A fim de resumir, pode-se propor uma equação: *substrato (meio técnico) + conteúdo = comunicação mediada*. E a partir dessa lógica qualquer diferença em grau algum dos fatores alteraria diretamente o produto, ou seja, a eficiência dessa comunicação.

O intuito dessa equação é favorecer a linearidade desse estudo a partir do momento que forem contemplados os graus do meio técnico: *fixação, reprodução e distanciamento espaço-temporal* – apresentados ainda por Thompson (1998). Juntos a classificação do rádio ao vivo por meio de radiofusão e do podcast no *smartphone* via internet, construída nessa pesquisa, o que possibilitará uma visualização do potencial comunicativo desses meios.

Grau de fixação

A preservação de uma forma simbólica em um meio é medida por níveis de durabilidade e isso é dependente do meio específico utilizado. No rádio, o grau de fixação pode ser baixo, pois depende da memória dos participantes da conversação. Já o Podcast, permite armazenamento do seu conteúdo em seu sistema elevando seu nível de fixação, ainda mais quando o usuário consegue revisar a mensagem fixada quando bem entender em sua condição inalterada.

Grau de reprodução

“[...]capacidade de multiplicar as cópias de uma forma simbólica⁶ é como Thompson define reprodução e segue afirmando que o desenvolvimento tecnológico, certamente, aumentou a reprodutibilidade das formas simbólicas. O grau de reprodução entre os dois meios, em geral, pode ser considerado o mesmo. Porém, observando a possibilidade de compartilhamento em diferentes plataformas dos episódios de podcast em arquivo mp3, o que é incomum, se percebe maior grau em relação ao rádio.⁷

Nesse atributo vale-se discutir a ideia de que a limitação em reprodução não é totalmente, um fator negativo, pelo contrário. Cada um dos conteúdos produzidos pelo rádio, possui valor único, principalmente, para o mercado – um cenário que não compõe um quadro específico dessa pesquisa. Não que a singularidade de cada episódio de podcast seja desprezada, mas sua facilidade de reprodução pode ser um risco na redução do seu valor.

Grau de distanciamento espaço-temporal

Qualquer que seja a forma de comunicação, existe um espaço e um tempo de que distanciam a construção do conteúdo de sua repercussão. E a extensão desse distanciamento varia de acordo com as circunstâncias e, principalmente para esse

⁶ Formas simbólicas são as "atividades de expressão de si mesmo ou de interpretação das expressões usadas pelos outros" (THOMPSON, 1998 p.24)

⁷ Lembrete: o meio rádio, aqui é visto em transmissão por radiodifusão e não via internet.

estudo, o tipo de meio técnico usado. Um distanciamento relativamente pequena é notado ao analisar o rádio, por exemplo, nas conversações entre ouvinte e radialista por meio de uma ligação ao vivo. Pois naquele momento a probabilidade de partilharem o mesmo conjunto referencial de espaço⁸ e tempo é maior. Diferente do podcast, onde o distanciamento é medido pelo tempo de edição demandado pela produção mais a intensidade com que o usuário utiliza o aplicativo e consome o material. Outra situação que comprova esse maior afastamento no podcast é a conversação entre apresentador e ouvinte, onde os seguidores contribuem com comentários em tempo claramente distinto da produção do episódio.

O conteúdo

Fins e objetivos diferentes são características dos sujeitos que compõe a vida social e a atuação de cada é dentro de um conjunto de circunstâncias apresentadoras de diversas oportunidades e inclinações. Estes conjuntos de circunstância são tratadas como *campos de interação*. Nos campos de interação a posição do sujeito é referente a quantidade de recursos que possuídos, que é diretamente ligada ao *poder*. No poder cultural ou simbólico manifestado pelas ações simbólicas, representantes da personalidade e interesse de cada um presente no campo de interação, aquele que acumula recursos consegue intervir no curso de acontecimentos, influenciar ações e impulsionar a produção e transmissão de formas simbólicas. (THOMPSON, 1998)

Para encantar a gente, o rádio produziu as radionovelas que foram de suma importância para sua popularização, reforçaram sua participação no mercado e não apenas como mídia para entretenimento e conteúdo, mas uma plataforma publicitária também. O som, como nunca, no Brasil, tornou-se a representação do poder simbólico. Narrava diversificadamente a sociedade urbanizada em todos os seus aspectos. Servia como intenso reforço político, cultural e social.

A chegada da TV e sua popularização, não o extinguiu e sim afetou sua parcela de preferência para os espectadores. Um tipo de programação fortemente abatida foi a radionovela e não apenas ela, mas programas de auditório também, por exemplo. A telenovela não era apenas som, era imagem também. Esse era um aspecto dava à TV

⁸ Aqui, o espaço não é citado como físico e sim um campo de interação entre os personagens.

vantagem sobre o rádio, elevando tal meio nos campos de interação a partir de seus recursos que, por suposto, ampliavam seu poder simbólico.

Em um mundo de constante modernização, o cenário se modificou gradativamente das transmissões analógicas para as digitais. Nesse contexto, emerge o podcast, com uma nova configuração do rádio, atraindo, outra vez, as pessoas com sonoridade. Com uma produção descentralizada, onde alguém possuidor de um computador com programa de edição e um dispositivo que permita gravação, oferece uma cartela de opções muito mais diversificada que o rádio. Uma programação marcante dessa nova mídia são os audiodramas. Uma inovação que repassa um parecer de retomada das épocas de ouro do rádio. E sim, isso contribuiu fortemente para sua popularização.

Contudo, enxergar o podcast apenas como reforço para o rádio, seria uma tentativa de desbancar uma mídia potente. Sua diversidade de conteúdo não é apenas auxílio, é fator essencial para a construção de uma comunicação medida diferenciada, com outra forma simbólica, destinada a um público mais exigente. E pelas melhorias nesse sistema, principalmente, para o uso em *smartphones*, tudo indica que há disposição de preservar o público alcançado e expandir para possíveis adeptos. Essa preocupação é indispensável, basta lembrar a equação simplificadora da comunicação mediada. Logicamente, o meio técnico sendo aprimorado e o conteúdo simbólico dilatado, a comunicação resultante é mais forte que a preexistente. Ou seja, se a comunicação do rádio era boa, esse novo formato promove um resultado melhor.

Mapeamento de podcasts

Para uma análise sucinta com intenção de comprovar a diversidade temática e diferentes interfaces para a utilização de podcasts mais prática e favorável, foram selecionados três podcasts diferentes e classificados pelos mesmos critérios, organizados em tabela e demonstrados por *print screens* de sites e *frames*⁹ do aplicativo *podcast* do iOS.

NerdCast:¹⁰

Avaliações	3.074
Visual	- Aplicativo: avatar referente a um nerd - Site: interface moderna com banners personalizados para

⁹ Quadros, telas.

¹⁰ Dados extraídos de *App Podcast para iOS* e <http://jovemnerd.com.br>. Acessado em 02mai. 2017.

	cada episódio
Tipo de programação	<i>Talk show</i>
Tema	Sociedade e Cultura
Estrutura do programa	<ul style="list-style-type: none"> - Abertura; - Apresentação do grupo e assunto; - Divulgação de produtos; - Recados; - Discussão; - Créditos.
Didática	Conversa informal e divertida acompanhada por efeitos sonoros cômicos
Média de duração	90 minutos
Participação do usuário	Email

Tabela 1: Mapeamento podcast NerdCast



Figura 1: Print screen do site Jovem Nerd¹¹

¹¹ Print Screen. SITE JOVEM NERD. Disponível em: <<http://jovemnerd.com.br/nerdcast>>. Acessado em 02mai. 2017.



Figura 2: Print screen do podcast NerdCast¹²

Projeto Humanos:¹³

Avaliações	283 avaliações
Visual	- Aplicativo: avatar com imagem personalizada - Site: interface moderna com traços clássicos
Tipo de programação	<i>Storytelling</i>
Tema	Histórias reais sobre pessoas reais
Estrutura do programa	- Abertura com apresentação; - Conteúdo; - Agradecimentos; - Créditos.
Didática	Comentários do apresentador entre recortes
Média de duração	25 a 70 minutos
Participação do usuário	Pode enviar sua história via formulário no site

Tabela 2: Mapeamento podcast Projeto Humanos

¹² Print Screen. App Podcast para iOS. Acesso em 02mai. 2017.

¹³ Dados extraídos de App Podcast para iOS e <http://projetohumanos.com.br>. Acessado em 02mai. 2017.



Figura 3: *Print Screen* do site Projetos Humanos¹⁴



Figura 4: *Print Screen* do podcast Projetos Humanos¹⁵

À deriva:¹⁶

Avaliações	16 avaliações
Visual	- Aplicativo: avatar com imagem caracterizando o nome do podcast - Site: não possui página própria e site com interface pouco antiga
Tipo de programação	Audiodramas, pensamentos e poesias

¹⁴ *Print Screen*. SITE PROJETO HUMANOS. Disponível em: <<http://projeto humanos.com.br>>. Acessado em 02mai. 2017.

¹⁵ *Print Screen*. App Podcast para iOS. Acesso em 02mai. 2017.

¹⁶ Dados extraídos de App Podcast para iOS e <http://nobarquinho.com/category/aderiva>. Acessado em 02mai. 2017.

Tema	Cristianismo
Estrutura do programa	- Abertura; - Apresentação do episódio; - Conteúdo; - Oferecimento.
Didática	Audiodramas e narrações com efeitos sonoros
Média de duração	Indeterminada
Participação do usuário	Pode enviar sua epístola por email

Tabela 3: Mapeamento podcast À Deriva



Figura 5: Print Screen do site No barquinho¹⁷



Figura 6: Print Screen do podcast À Deriva¹⁸

¹⁷ Print Screen. SITE NO BARQUINHO. Disponível em: < <http://nobarquinho.com/category/aderiva>>. Acessado em 02mai. 2017.

¹⁸ Print Screen. App Podcast para iOS. Acesso em 02mai. 2017.

Análise geral dos mapeamentos

Repassando a ideia de um planejamento bem elaborado desde a escolha do tema até a edição dos episódios, os três podcasts são completamente diferentes exceto por uma característica: a personalização do avatar na versão para *smartphone*. E outra similaridade, apenas, entre o *NerdCast* e *À deriva* é que possibilitam contato com usuário via email.

Percebe-se uma preocupação extra, aparentemente, deslocada do áudio e diretamente ligada à comunicação mediada: o visual. Cada página possui seu layout e design, cada avatar remete à descrição do podcast. A personalização, nessa mídia, é um recurso fortalecedor do seu poder. Antes de ouvir o episódio em si e, até mesmo, fazer a assinatura do podcast, a pessoa é comunicada por meio da interface. Esse primeiro contato pressupõe ao receptor o tipo de conteúdo transmitido. Como comprovação, na sessão “opiniões” do podcast *Projeto Humanos* via iOS, um consumidor deixa um comentário: “*Deve ser bom*”, e acrescenta: “*Nem conheço ‘e’ já considero ‘pacas’[...]*”:¹⁹

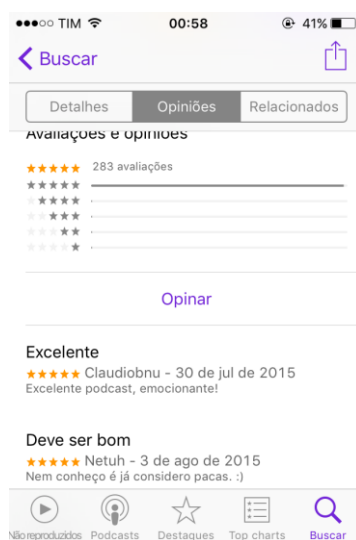


Figura 7: *Print Screen* de opiniões sobre o podcast *Projeto Humanos*

Aqui, a imagem é encontrada como influenciadora na seleção do podcast, e não apenas, como característica secundária.

¹⁹ *Print Screen*. App *Podcast* para iOS. Acesso em 02mai. 2017.

Diversidade. Qualidade. Armazenamento. Durabilidade. Praticidade. Portabilidade. São esses alguns dos diversos atributos dessa mídia aprimorada e que pressupõe um potencial comunicativo diferenciado.

Dispositivos tecnológicos e o consumo de podcast

Smartphones são dispositivos móveis que conectados a uma rede de dados nos permitem ter mais informação do que podemos captar em um só momento. Aplicativos novos são adicionados quase que diariamente nas lojas virtuais e novas funções para um “aparelho de mão” emergem quando menos esperadas. Eles fazem parte do cotidiano e são pensados para somar na rotina do homem. Escutar um episódio de podcast é fácil, pode ser usado em segundo plano enquanto é digitada uma mensagem ou acompanha as postagens dos amigos nas redes sociais. Porém, seria um deslize esquecer que esse aparelho acompanha o usuário e nem sempre o usuário conseguirá acompanhá-lo. 10 (dez) aplicações podem estar ativas ao mesmo tempo, mas o homem, comumente, não consegue se concentrar em todas elas. Dependendo da forma e intensidade com que é utilizado o celular, é constante a notificação de lembretes, mensagens, alarmes, informações e notícias. Pode-se pensar que não, porém, esse é um fator distrativo da atenção do usuário. Em um momento já não se sabe mais em que função está explorando, exatamente. Se é troca de mensagens, câmera, jornal ou podcast. É preciso desativar, por um instante, alguma função e, provavelmente, a primeira opção seja o podcast.

Considerações Finais

O podcast é uma mídia potencial devido sua renovação a partir do rádio. Ambas ricas em seus contextos e para os públicos que se direcionam. O rádio se mantém emocionante. Nada supera a ligação telefônica como ponte entre ouvinte e locutor, ao vivo; o pedido de uma música e sua dedicação a alguém; a construção de um laço com a tal emissora fidelizada há tempos; estar o mais atento possível pois em qualquer momento algo de muita importância pode ser transmitido. Por mais inovador que seja, o podcast, não carrega essa energia. O fato do consumidor decidir sobre o que, quando,

como escutar, desconstrói a possibilidade de exaltação, dessa mídia, muito acima do rádio.

Essa pesquisa pode parecer um duelo, mas não é. Alguém disse por aí: “um homem só descobre a força que tem quando vai à luta”. Parafrazeando: “uma mídia só descobre o potencial que tem quando explorada”, seja para ver suas virtudes ou precariedades. O podcast não tem se popularizado para desbancar o rádio, assim como a TV não o fez. Essas mídias, rádio e podcast, possuem relação de colaboração. O distanciamento espaço-temporal de um pode não ser a necessidade de alguém, porém, é o que outro precisa. A internet pode não alcançar a casa de um sujeito e a radiofusão a alcança ou vice-versa. Existe público para todos os meios e entre os meios. A relevância de qualquer mídia é imensurável, visto que seu nível varia, por exemplo, de acordo com o cenário, o contexto e organização social de sua atuação.

Descobrir que o meio técnico e conteúdo simbólico desenvolvem a comunicação mediada permite perceber as diferentes formas de alcance e compartilhamento das massas, não para que uma mídia seja tida como melhor que outra e sim cada uma como suficiente no campo de interação presente.

Referências

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012. Disponível em: <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2012/10/O-rádío-na-era-da-convergência1.pdf>>. Acessado em 24abr. 2017.

FREIRE, Gabriel Ribeiro. **Ideias sem fio: um panorama sobre podcasts no Brasil.** Brasília/DF: UnB-FAC, 2015. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/11527/1/2015_GabrielRibeiroFreire.pdf>. Acessado em 24abr. 2017.

THOMPSON, Jhon B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.