

## O Meio muda o Rádio: Uma Comparação entre as Produções Radiofônicas no *PodCast* e nas Ondas dos Hertz<sup>1</sup>

Maria EDUARDA DA SILVA<sup>2</sup>

Francisco Danilo Pereira TAVARES<sup>3</sup>

Bruno Ribeiro NASCIMENTO<sup>4</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO

A linguagem radiofônica nos últimos anos tem se adequado a formatos ligados à internet possibilitando o surgimento de novos modelos, como o *podcasts*. Assim, este artigo propõe-se a observar as mudanças ocorridas no rádio a partir da internet, e comparar as semelhanças e diferenças da rádio tradicional com os formatos na web. Trabalharemos os elementos distintivos entre as duas plataformas com base em Freire (2012). Foi revisado a literatura sobre o assunto, tanto sobre o rádio tradicional a partir de Mcleish (2001), Uribe (2006) e Ferrareto (2010), quanto sobre novos formatos a partir de Carvalho (2011), Rezende (2007) e Primo (2004), e ainda a ideia de convergência em Jenkins (2009). Por fim, foi feita a comparação entre os programas *Fim de Expediente* da CBN e o podcast *Mamilos* disponibilizado pelo site B9, analisando os possíveis impactos que tais mudanças acarretam.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; CBN; Cibercultura; Podcast.

### INTRODUÇÃO

No cenário dos dinâmicos avanços tecnológicos do século XXI, os meios de comunicação ganham novas ferramentas no ciberespaço. Dessa forma, a tecnologia fez com que os meios de comunicação estivessem cada vez mais acessíveis e presentes no cotidiano das pessoas, levando a uma convergência midiática dos meios (JENKINS, 2009) e a uma cultura digital que transforma a linguagem desses mesmos meios.

Neste contexto, com o ritmo acelerado da vida moderna nos grandes centros urbanos e, apesar de estarmos imersos numa cultura digital, o tempo disponível para o consumo de forma passiva de um conteúdo em um tempo determinado não é mais uma alternativa viável. A partir de então, os meios de comunicação encontram novas saídas e formas de alcançar o público.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Radialismo da UFPB, email: [m\\_eduarda1@hotmail.com](mailto:m_eduarda1@hotmail.com).

<sup>3</sup> Graduado em Letras pela UFCG e Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Radialismo da UFPB, email: [danillo\\_cz@hotmail.com](mailto:danillo_cz@hotmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Radialismo da UFPB, e-mail: [rn.brunno@gmail.com](mailto:rn.brunno@gmail.com)

Com o rádio, um dos meios de comunicação mais acessíveis, não seria diferente. A demanda do ouvinte de rádio mudou e com isso surgiram modelos radiofônicos para serem consumidos em horário flexível, *on demand*; tal possibilidade se tornou primordial para dinamizar ainda mais esse meio. Dentro desse contexto surge o *podcast*, meio radiofônico que usa da oralidade do rádio mesclada à demanda por um determinado assunto e a veiculação via internet de modo que o ouvinte tem acesso ao conteúdo na hora em que lhe for mais conveniente (CARVALHO, 2011).

A partir de então, o mercado radiofônico sofreu um leve impacto; a novidade em ter acesso a um programa *on demand*, por exemplo, era mais atrativo que ouvir em um horário fixo. No decorrer das expansões tecnológicas, as mudanças deram continuidade às necessidades de se adaptar ao meio, trazendo mais acessibilidade para os ouvintes. Aplicativos nos quais o ouvinte pode ouvir *on demand* como os da rádio CBN, Jovem Pan e Bandeirantes demonstram essa adaptação.

As aprimorações na forma de consumir conteúdo audível ocorreram rapidamente e o rádio teve que se adaptar. Contudo, a recriação do fazer audível não perdeu a sua essência e manteve características excepcionais tais como surpreender, anunciar, informar e entreter. Além disso, caminhou largamente por entre as esteiras do processo midiático, adicionando às particularidades dos aspectos da convergência (JENKINS, 2009) como a interação *online* e outros recursos extras transmitidos em sua frequência.

Nesta pesquisa, pretendemos apontar as semelhanças e diferenças no meio radiofônico em ambos os formatos, *podcast* e um programa de rádio tradicional com base em Freire (2012). Para cumprir esse objetivo, apontamos as características do rádio como meio de comunicação e da linguagem radiofônica a partir de McLeish (2001); também discutimos sobre a capacitação técnica e a aparelhagem utilizada na produção radiofônica tradicional através de Ferrareto (2010). Fomentamos o estudo do *podcast*, definição e especificações com base em Carvalho (2011) e a interação do formato sob o viés de Primo (2004).

Após fazermos um percurso geral sobre a evolução do rádio como plataforma hertz para rádio *online*, webrádio até o formato de *podcast*, verificaremos as mudanças ocorridas nesse percurso em termos de técnica e linguagem, analisando um programa radiofônico de cada segmento, um da plataforma hertz tradicional e um *podcast* especificamente. Para ver as diferenças entre um programa de rádio tradicional e de um *podcast*, comparamos o programa *Fim do Expediente* transmitido pela CBN, Central Brasileira de Notícias, toda sexta-feira às 18h, com o Mamilos, *podcast* semanal hospedado e publicado pelo site B9.

Propondo assim, observar e destacar os processos que levam às mudanças na forma de criar e reproduzir, bem como elucidar o uso da linguagem e método que permearam os avanços do rádio sem desfazer-se de sua essência. Por fim, tendo em vista a análise feita, discorreremos sobre os impactos que tais mudanças podem acarretar para o meio.

## **RÁDIO COMO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO**

O Rádio, veículo de comunicação estudado no contexto mundial e atual, surgiu de um recurso tecnológico de telecomunicações utilizado para propiciar comunicação por intermédio da transmissão de dados e informações codificadas em sinal eletromagnético bidirecional, que se propaga através do espaço físico material e imaterial. Formado por dois componentes básicos, o transmissor e o receptor, a princípio e em sua essência, o rádio necessitava de equipamentos indispensáveis para que pudesse ser feita a transmissão que chegasse ao público alvo (MCLEISH, 2001).

Contudo, observou-se do ponto de vista histórico que o veículo se desenvolveu na esteira dos processos de urbanização e industrialização, adequando-se aos processos tecnológicos, assim como fizeram os demais meios de comunicação, sendo, assim, adaptado às novas realidades sociais e imprescindíveis às pesquisas no que diz respeito a essas modificações.

Em decorrência do mundo atual estar diretamente ligado à internet, surgem novas plataformas como a web e a convergência (JENKINS, 2009) do rádio por meio dela. Dentro desse contexto, o rádio manteve sua função de informar, como acontecia antigamente, mas não apenas em aparelhos nas residências ou nas ruas, mas também através de aplicativos pelos telefones celulares e em aparelhos de computador. Com o significativo avanço tecnológico, o meio de comunicação adquiriu outro *status* e manteve particularidades cabíveis a sua personalidade, mas com um novo fator: agora ele não se detém apenas ao seu alcance de sinal, uma vez que é transmitido também *online*. Em decorrência dessas expansões, as mudanças deram continuidade à necessidade de se adaptar ao meio. (FERRARETO, 2010)

As novas funcionalidades dos celulares induziram uma convergência dos meios, levando o sinal de rádio para o dispositivo móvel, trazendo mais acessibilidade para os ouvintes. Antes, para produzir um programa de rádio, necessitavam-se de aparatos grandes e caros tais como antena, aparelho transmissor e equipamentos de sons. Atualmente, a facilidade tecnológica na era da rapidez da informação proporciona basicamente a execução em apenas uma máquina: o computador.

De acordo com Rezende (2007), a facilidade de criação de uma rádio *online* que realiza sua transmissão via internet, utilizando a tecnologia *streaming* (serviço de transmissão de áudio/som em tempo real), e através de um servidor, possibilita ao usuário a facilidade de emitir uma programação ao vivo ou gravada. Assim, tornou-se viável, devido ao seu baixo custo comparado ao rádio tradicional dentro dos processos hertzianos, precisando de, no mínimo, um microfone, sinal adequado de internet, um endereço eletrônico e propostas que se adaptem à comunicação.

Dentro dessa especificação surgem os *podcasts*, caracterizados por uma forma de produção e transmissão de conteúdo, a partir de inúmeros polos emissores, de forma direta, atemporal e automática feita através do que se convencionou chamar de assinatura de um feed RSS 5, na internet (CARVALHO, 2011). Por estar presente em um meio hipermediático, que apresenta uma linguagem híbrida, o *podcast* utiliza além do som, signos visuais e textuais, abrindo espaço para produtos sonoros diferenciados e novas formas de interação com a informação, este tem crescido exponencialmente desde o seu surgimento em 2004.

As principais características que diferenciam o *podcast* das demais mídias tradicionais de massa e o coloca como produto da cibercultura são: sua facilidade de produção e sua forma diferenciada de transmissão/distribuição que, segundo Carvalho (2011, p. 4), “permite a descentralização das produções, abrindo espaço para uma maior pluralidade de vozes e diversidade de conteúdos”. Ainda no que concerne a relação de cibercultura e os meios de comunicação, em particular o rádio, a plataforma permite uma transmissão que se instala nas mais variadas formas de fazer comunicação, seja em site, blogs, onde o usuário pode acessar, interagir, e selecionar quando e como quer ouvir. Isto é, dá autonomia ao ouvinte e busca expandir e aproximar a relação com o público.

O alvo em que se concentra a criação material da plataforma, visa atingir nichos em busca de um público alvo específico como aponta Primo (2004):

a mídia de nicho visa públicos bastante específicos, mas tem maior alcance e sofisticação que a micromídia. As revistas segmentadas são um bom exemplo dessa categoria. E muitos jornalistas que trabalham em veículos desse tipo têm bastante intimidade com seu público-alvo, pois com frequência fazem parte desses segmentos (PRIMO, 2004).

Como uma mídia de nicho, o *podcast* é bastante segmentado e busca atingir um público bastante específico. Segundo a PodPesquisa<sup>5</sup> (2014), uma pesquisa *online* diretamente

---

<sup>5</sup> Disponível em: < <http://www.deviante.com.br/podcasts/scicast/> >. Acesso em: 30 out 2016.

relacionada ao meio, em primeiro lugar com 86.30% o tipo de podcast mais ouvido no Brasil são aqueles com assuntos relacionados a Humor e Entretenimento, seguido em segundo lugar por Televisão, Séries e Cinema e Games, respectivamente.

Nesse sentido, o *podcast* em contrapartida à rádio hertziana tradicional, busca atingir um público específico, sendo reproduzido para uma parte segmentada dentro da sociedade, com uma linguagem e perfil baseados nos interesses desta. Seu conteúdo abrange temas muito específicos para responder preferências de grupos que não conseguem ser atendidos pelos meios massivos. Os meios massivos, em geral, buscam audiência através de grupos maiores numa programação diversificada e o *podcast* se aprofunda em um assunto de uma forma que o veículo de massa não consegue sem perder o seu fator multidirecional.

Servem de exemplo as características do podcast, o *NerdCast*<sup>6</sup> com programas direcionados ao público *nerd* nos quais em uma hora e quarenta minutos de duração em média, a discussão pode girar em torno de um único filme ou série de interesse desse público. Ou mesmo, o *SciCast*<sup>7</sup> com programas direcionados à interessados em ciência e em ouvir o aprofundamento de um tema específico relacionado à área como o debate do prêmio Nobel<sup>8</sup> ou o envelhecimento populacional mundial<sup>9</sup>.

## **AS DIFERENÇAS NA PRODUÇÃO DE RÁDIO HERTZIANA E NA WEB RÁDIO, PODCAST**

Ao observar no decorrer do tempo e a partir dos avanços tecnológicos o surgimento da internet, meios como o rádio sofreram mudanças tanto em nível técnico (na forma de produção), quanto em sua linguagem, público e função. Pontuaremos tais transformações com base em Freire (2012).

A Rádio Hertziana, caracterizada assim por ser definida pelo Hertz, a unidade de medida derivada do SI para frequência, a qual expressa, em termos de ciclos por segundo, a frequência de um evento periódico. Isto é, definição de como são descritas as ondas de rádio e/ou sonoras, tem como tradicional identificação, segundo Uribe (2006, p. 8) elementos da

---

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://jovemnerd.com.br/nerdcast/>>. Acesso em: 05 out 2016.

<sup>7</sup> Disponível em: < <http://www.deviantecom.br/podcasts/scicast/>>. Acesso em: 05 out 2016.

<sup>8</sup> Disponível em: < <http://www.deviantecom.br/podcasts/scicast/scicast-162-debate-nobel-2/>>. Acesso em 05 out 2016.

<sup>9</sup> Disponível em: < <http://www.deviantecom.br/podcasts/scicast/scicast-161-envelhecimento-populacional/>>. Acesso em 05 out 2016

linguagem radiofônica os seguintes; a voz (palavra/texto), a música, os efeitos sonoros e o silêncio. O rádio dentro dessa estrutura produziu, a princípio, recados diversos e transmissão musical no período pós-guerra da primeira guerra mundial, logo após surgiram às transmissões AM no contexto mundial e nacional, abrindo espaço para programas educativos e de caráter jornalístico, para informar a sociedade acerca dos acontecimentos políticos e sociais.

Com o surgimento da internet, o rádio como meio de comunicação sonoro buscou novas formas de se adaptar. Com isso, surgiram primeiramente às rádios *online* que consistiam na transmissão via internet da mesma programação de uma emissora de rádio em sua versão hertziana. O intuito da rádio *online* é de maximizar o seu alcance de público e chegar onde as ondas da frequência em hertz não chegavam. Posteriormente, com a popularidade da internet novas rádios surgiram em que a produção e veiculação se davam exclusivamente por meio online, esse tipo de transmissão ganhou o nome de Web Rádio.

A Web Rádio propicia o alcance da rádio *online*, porém ela detém uma linguagem diferenciada, criada pelo veículo e própria da internet, plataforma através da qual esta se concretiza. Dentro do formato de transmissão sonora online, os blocos de programação veiculados separadamente e de forma independente, surgidos em 2004, recebem o nome de *podcast*. (REZENDE, 2007)

Assim como a TV, o rádio e o jornal, o *podcast* é uma mídia de transmissão de informações. O termo surgiu da uma junção de *Pod-Personal On Demand* (numa tradução literal: pessoal sob demanda) retirada de iPod e *broadcast* (transmissão de rádio ou televisão) e se dá através da distribuição do arquivo digital de áudio, frequentemente em formato MP3 ou AAC, publicado através de *podcasting* na internet e atualizado via RSS. Refere-se a uma série de episódios de algum programa quanto ao formato em que este é distribuído.

O *podcast* trabalha com uma programação de nichos e em volta de um tema, desenvolve conteúdo segmentado para determinado grupo de ouvintes, como por exemplo, sobre cinema, TV, Literatura, ciências, profissionais, política, notícias, games, culturais, religiosos, educacionais, humorísticos, musicais e esportivos.

Tanto a rádio tradicional hertziana quando o *podcast* utilizam do meio sonoro para se comunicar; ambos detêm características semelhantes como destaca Freire (2012). O *podcast*, por ser um formato mais recente, assim, incorpora em sua concretização elementos da linguagem radiofônica tradicional; porém, por terem surgido em épocas distintas mesmo sendo contemporâneos nos dias atuais, os dois modelos são passivos de diferenciação. Trabalharemos os elementos distintivos a partir daqui com base em Freire (2012).

A primeira diferença entre os dois modelos diz respeito à distribuição: a rádio hertziana trabalha com a transmissão em tempo real pelas ondas sonoras enquanto que o *podcast* atua sob demanda na internet com o alcance maior e a possibilidade de repetição e escuta em diferentes horários e locais. Desse modo, o *podcast* é episódico enquanto que a rádio transmite uma grade de programação contínua.

Quanto à produção e à distribuição, a facilidade trazida pelo *podcast* se dá pela utilização cada vez menor de equipamentos. Atualmente, para produzir um programa no formato, não é necessária uma grande equipe, podendo até ter um único emissor, e basicamente um computador, microfone e acesso à internet. E no que diz respeito ao acesso e a escuta, a fusão tecnológica permitiu com que os telefones celulares contemplassem o áudio de qualquer ambiente, em mãos, podendo também ser ouvido *online* ou guardado com os *downloads*. Além disso, o rádio necessitava de um tempo maior e estudo da compreensão daquilo que o ouvinte gostaria na nova realidade. Enquanto a internet permite em tempo real, interação direta do programa com o público, e vice-versa.

### **TRÊS CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO HERTZIANO EM MCLEISH**

Para analisarmos os aspectos distintivos dos dois meios, tomamos por base algumas características do rádio tradicional visto por McLeish (2001) como:

- O rádio forma imagens: o rádio é “um meio cego mas que pode estimular a imaginação de modo que logo ao ouvir a voz do locutor, o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente, a figura do dono da voz” (MCLEISH, 2001, p.15);
- O rádio fala para milhões: “uma estação em um ambiente altamente competitivo pode ter um parcela bem pequena de audiência total [...]. Os meios de comunicação de massa devem sempre estar interessados no alcance” (MCLEISH, 2001, p.16).
- Tipos de emissoras: “ Não se classifica o rádio tanto pelo que ele faz quanto pelo modo como é financiado. Cada método de financiamento, exerce um efeito direto sobre uma programação que a emissora pode custear ou está preparada para oferecer” (MCLEISH, 2001, p.22). Ex.: emissoras comerciais, serviço público, propriedade privada, propriedade institucional e etc.

### **TRÊS CARACTERÍSTICAS DO *PODCAST* SEGUNDO CARVALHO**

Para fazermos um contraponto com as características apontadas por McLeish, observamos algumas especificidades do *podcast* apontadas por Carvalho (2011) como:

- Quanto às possibilidades imagéticas: “o podcast é uma ferramenta de distribuição de conteúdo digital via internet, portanto, pode ser suporte também de vídeos, textos, imagens estáticas e até mesmo de pacote de arquivos compactados” (CARVALHO, 2011, p.03);

- Quanto ao público alvo:

O podcast é sempre voltado para públicos específicos e, (...) pode ser considerado uma micromídia. Seu uso tem sido os mais diversos possíveis como, por exemplo: informativos sobre tecnologia, filosofia, design; educativos usados em curso de línguas e ainda guias alternativos de visitas para museus, criados pelo próprio público (CARVALHO, 2011, p.04);

- Quanto à distribuição:

Com o download do arquivo, o usuário pode ouvir quando e quantas vezes quiser. Essa condição possibilita ao ouvinte usuário a autonomia sobre o momento da recepção, não se limitando mais a horários ou programações. O ouvinte/usuário fica livre para fazer a escuta na sequência e velocidade que lhe convier, voltando, passando ou saltando partes do programa ou deste para outras mídias (CARVALHO, 2011, p.04 e 05).

Assim, comparamos os principais aspectos do rádio e sua transformação para a atual plataforma, com ênfase no *podcast*. A internet possibilitou avanços e manteve as particularidades descritas acima.

## ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE PROGRAMA RADIOFÔNICO E *PODCAST*

Para verificar as características destacadas e aplicar os conceitos contrapostos, analisamos dois programas de áudio, cada um pertencente a uma das respectivas mídias. Como exemplo do programa de rádio veiculado em plataforma hertz, analisamos uma edição do programa *Fim de Expediente*<sup>10</sup> da Central Brasileira de Notícias (CBN) transmitido semanalmente às sextas-feiras entre 18h e 19h e apresentado por Luiz Gustavo Medina, Dan Stulbach e José Godoy diretamente dos estúdios da emissora na cidade de São Paulo.

Em contraponto, o *podcast* que serve de corpus de análise para o estudo é o jornalístico *Mamilos*<sup>11</sup> que faz parte de uma plataforma de mídia no site *Brainstorm9* (doravante B9) que é um site especializado em produção de conteúdo para a internet. O *Mamilos* é apresentado pelas jornalistas Juliana Wallauer e Cris Bartis e têm edições semanais

<sup>10</sup> Disponível em < <http://cbn.globoradio.globo.com/programas/fim-de-expediente/FIM-DE-EXPEDIENTE.htm>>. Acesso em 30 out 2016

<sup>11</sup> Disponível em < <http://www.b9.com.br/podcasts/mamilos/>>. Acesso em 30 out 2016

também às sextas-feiras disponibilizadas *online* para *download* em diversas plataformas de distribuição de áudio.

Primeiramente, veremos cada exemplar isoladamente. O programa semanal Fim de Expediente da Rádio CBN é um derivado do *Hora de Expediente*<sup>12</sup> transmitido de segunda à sexta no horário da manhã. O programa apresentado às sextas-feiras no final da tarde na frequência modulada (FM) 90.5 Mega-hertz no estado de São Paulo está no ar desde 2006 estando na locução o ator e jornalista Dan Stulbach, justamente como o jornalista e escritor José Godoy e o economista Luiz Gustavo Medina; o programa traz um apanhado das notícias semanais e os comentários apurados de seus apresentadores. O público-alvo da atração é o mesmo da linha editorial da empresa a qual está veiculado, CBN, a classe A e B de brasileiros em atividades trabalhistas que estão em geral no trânsito de volta para casa no final do expediente de trabalho semanal. O programa trata de assuntos diversos como política, esportes e atualidades.

O programa analisado será a edição que foi ao ar em 14 de Outubro de 2016 que tinha como manchete principal: “Após anúncio do Nobel da Literatura, expectativa é para discurso na premiação”<sup>13</sup>. No programa os apresentadores, além de conversarem sobre futebol e política, receberam pelo telefone a participação do historiador Eduardo Breno, conhecido como Peninha, para falar sobre o recebimento do prêmio Nobel pelo músico Bob Dylan.

Tomando como partida as características apontadas por McLeish (2001) na produção radiofônica tradicional, podemos observar principalmente na conversa esportiva que o ‘rádio cria imagens’. Especialmente no esporte ao narrar, comentar ou descrever uma ação, situação ou uma jogada, o locutor de rádio faz, através de seu texto, uma criação visual na mente do ouvinte. Isso ocorre no início da transmissão quando os membros da bancada discutem uma situação de violência ocorrida em um estádio de futebol e proporciona a recriação da cena pelo receptor da transmissão.

‘O rádio tradicional fala para milhões’ e a CBN também, dentro de seu público alvo. Segundo o site *radios.com.br*<sup>14</sup> que oferece estatísticas sobre a audiência das rádios brasileiras por estado de hora em hora, no dia 08 de Outubro de 2016 a CBN Ribeirão (frequência da

---

<sup>12</sup> Disponível em < <http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/hora-de-expediente/DAN-STULBACH-JOSE-GODOY-E-LUIZ-GUSTAVO-MEDINA-HORA-DE-EXPEDIENTE.htm>>. Acesso em 30 out 2016

<sup>13</sup> Disponível em:< <http://cbn.globoradio.globo.com/default.htm?url=/programas/fim-de-expediente/2016/10/14/APOS-ANUNCIO-DO-NOBEL-DA-LITERATURA-EXPECTATIVA-E-PARA-DISCURSO-NA-PREMIACAO.htm>> Acesso em 30 out. 2016

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.radios.com.br/>> Acesso em 30 out. 2016

qual é transmitida a atração) estava em 45° posição entre as rádios mais ouvidas do estado. Por esse motivo, o conteúdo da atração que é um jornalístico opinativo e tem duração de uma hora, versa por diversos assuntos da semana e não aprofunda a discussão de nenhum deles, até porque não tem essa intenção e, mesmo o destaque da atração é tratado com a finalidade de tornar o ouvinte ciente do assunto de forma superficial para que haja tempo de comentar o maior número de notícias possíveis.

Um adendo à atração que se concretiza de forma simultânea nas ondas dos hertz, características típicas do ao vivo podem ser observadas como o atraso ou impedimento de um convidado em estar no estúdio ou participar do programa durante o tempo em que este permanece no ar por diversos motivos, incluindo o trânsito como ocorre na edição mencionada. Aliás, o trânsito é uma das principais chamadas durante os intervalos do programa que se passa no horário de pico.

Contudo, com a internet o rádio também se reinventou, se os convidados podem não conseguir estar presentes no horário da atração, os ouvintes têm a vantagem de ouvir posteriormente (como no *podcast*) através do site da emissora que cultiva um acervo de memória da rádio e disponibiliza esse conteúdo para ser ouvido e baixado pelos ouvintes para ouvir com maior conveniência.

Por fim, de acordo com a rádio hertziana de McLeish, uma atração de rádio está atrelada ao tipo de emissora e de financiamento desta pelo qual o programa que é produzido está vinculado e subordinado. O grupo CBN de rádios é uma veículo segmentado à veiculação de noticiários em sua programação criado em 1991, e pertencentes ao grupo Globo de comunicação. Desse modo, as informações veiculadas estão diretamente vinculadas ao editorial ideológico de uma empresa comercial de um grupo privado. Assim, o posicionamento político defendido pelos comentaristas do programa *Fim de Expediente* é condizente com o direcionamento da empresa.

Já discutimos aqui, o *podcast* como plataforma atual de reinvenção do rádio em mídia digital. Analisaremos agora as características do rádio tradicional em paralelo com o meio digital do novo formato. Para tal, observamos o *podcast* jornalístico *Mamilos*, produzido pelo site de conteúdo na *web* B9, que em sua plataforma ancora outros programas do mesmo formato para diferentes nichos.

No ar desde novembro de 2014, o programa *Mamilos* se propõe semanalmente a debater um assunto ou mais assuntos de interesse público aprofundando a discussão a partir

de um fato sempre com a presença de especialistas para embasar o tema. Apresentado pela dupla de jornalistas Juliana Wallauer e Cris Bartis, o programa é disponibilizado *on demand*<sup>15</sup> para ser baixado e ouvido de acordo com a disponibilidade do ouvinte através do site B9 nas plataformas de distribuição de áudio iTunes e Soundcloud, além do provedor feed RSS próprio para *download* de *podcast*.

A edição do *podcast* aqui analisada será o programa de número trinta e sete, disponibilizado para *download* em 21 de outubro de 2016 e intitulado: “Efeito Estufa, Nobel de Bob Dylan e Boatos<sup>16</sup>”. Em geral, a atração desenvolve um único tema, quando mais complexo e pertinente, porém, mesmo quando abordado mais de um assunto, especialistas na área são consultados e convidados a participar. Na edição mencionada, os também jornalistas Cris de Luca e Daniel Almeida são convidados para discutir boataria e falsa informação na internet e o prêmio Nobel de Literatura recebido por Bob Dylan (assim como no *Fim de Expediente*). Nessa edição, ainda participou para encorpar a discussão sobre efeito estufa a advogada da ONG Uma Gotinha no Oceano, Stela Herschmann, através de uma sonora.

Podemos observar nesse ponto que, em ambos os programas por serem jornalísticos, a presença de figuras de autoridade e especialistas no assunto reforçam as discussões levantadas. No programa de rádio, a participação pode ser em tempo real pelo telefone e no *podcast* a gravação é editada juntamente ao restante do programa.

Com base em Carvalho (2005) sobre o *podcast*, verificaremos as características anteriormente apontadas aqui no programa analisado. Em relação ao poder imagético do formato intrínseco ao seu surgimento, existe a conexão com um site, blog ou página que hospede o seu conteúdo visual. Além de criar a imagem através do som como no rádio hertziano, o *podcast* permite a disponibilização de conteúdo imagético, audiovisual ou escrito como indicação e complemento de seu conteúdo. No *Mamilos*, apresentadores e entrevistados fazem referências a sites que podem ser consultados e, no quadro do programa chamado Farol Aceso, dicas de sites e eventos são indicados ao público. Entretanto, apesar dessas referências se encontrarem na peça de áudio do programa, carece ainda a seleção de links no site hospedeiro, como outros *podcasts* oferecem.

Diferente do programa da CBN, o *Mamilos* tem um público especializado que em geral busca se aprofundar em assuntos da atualidade ou que encontraram o programa em uma

---

<sup>15</sup> Disponível em <<http://www.b9.com.br/podcasts/mamilos/>>. Acesso 30 out 2016

<sup>16</sup> Disponível em <<http://www.b9.com.br/67792/podcasts/mamilos/mamilos-87-efeito-estufa-nobel-de-bob-dylan-e-boatos/>>. Acesso 30 out 2016

busca de um conteúdo de nicho. Nos dois casos, temos o ouvinte assíduo e o ouvinte esporádico, que consomem apenas a edição da qual deseja se informar. Como não fala para o grande público, o programa aprofunda uma discussão com exposição de opiniões por diversas vezes por mais de 30 minutos o que não acontece em um programa de rádio.

O tempo de dedicação a um assunto específico está atrelado à natureza do público ouvinte e sua demanda, como também do tipo de distribuição válido a partir do financiamento do programa. O *Mamilos* é um programa disponibilizado gratuitamente na internet para ser baixado pelo público, apesar de estar ancorado em um grande site de comunicação. O financiamento do programa também passou a ser colaborativo com a audiência através de sites de doação coletiva que pode ser feita mensalmente (a exemplo do *Patreon*,<sup>17</sup> site no qual a audiência pode se tornar ‘padrinho’ de um conteúdo produzido na internet para que ele continue sobrevivendo).

Por esse motivo, o *podcast* não tem intervalos e anunciantes durante o programa, sendo fluído e contínuo, o que não acontecia no programa *Fim de Expediente*, interrompido diversas vezes para comerciais dos anunciantes e outras atrações da emissora como Repórter CBN e reportagem do fluxo do trânsito nas capitais.

## CONCLUSÃO

O estudo e análise permite verificar e justificar os sentidos propostos por cada funcionalidade. O rádio, visto sob aspectos literários, científicos, quantitativos e qualitativos, desempenha seu papel comunicativo de acordo com seus aspectos triviais, disseminando conteúdo, informação e entretenimento conforme a permissão de sua plataforma e no contexto em que está inserido. Em seu maior objetivo, atinge um público geral acerca de um determinado tema ou assunto, utilizando a voz/som como maior e único em sua função. Além disso, possui características que o torna único em seu fazer audível, fala para milhões com simplicidade, velocidade e personalidade.

Visto, então, através de um comparativo, as particularidades que caminham através da tecnologia, trouxeram tais características para um novo campo com o poder de interagir com um público específico. Ao se desprender da forma hertziana, o rádio ganha forma e tom na versão *web*, permitindo disseminar conteúdo para nichos. Assim, surge o *podcast*, que através da distribuição do arquivo digital de áudio permite explorar uma segmentação no melhor

---

<sup>17</sup> Disponível em < <https://www.patreon.com/mamilos> >. Acesso em 30 out 2016

aspecto radiofônico, ainda utilizando da voz como principal condutor, mas também caminhando em redes de interação com imagem e tecnologia.

No segmento jornalístico aqui comparado, é possível observar o mesmo conteúdo, atual e específico, ouvido sob ambos os meios, tendo em vista a transmissão em tempo real pelas ondas sonoras, enquanto o *podcast* atuou na internet com o alcance maior e a possibilidade de repetição e escuta em diferentes horários e locais. O desenvolvimento permitiu crescimento, porém manteve aspectos únicos. Alcançou a atualidade e se adequou a demanda e as necessidades do público. A audiência busca encontrar conteúdos aprofundados naquilo que lhes é de interesse com linguagem apropriada e resposta direta do resultado produzido através de comentários e compartilhamentos.

A internet propiciou a fusão dos meios de comunicação e fomentou a adequação do rádio, primeiro em sua capacidade comunicativa para as formas atuais, firmando seu valor e qualidade presentes ainda no processo histórico, industrial e tecnológico, respectivamente. Nesse processo, estudos para compreender a transição, mudanças e semelhanças nesse percurso foram desenvolvidas e possibilitaram elucidar transformações importantes para o conhecimento da prática atual e tradicional da produção sonora.

Por fim, o meio conduziu o rádio em suas mudanças e permeou o aprofundamento destas através da análise científica presente. Buscamos comparar desde os equipamentos até as novas peculiaridades decorrentes de novas buscas e interesses, trazendo maior clareza ao estudo do rádio nas ondas do Hertz e o podcast como novo modulador, sendo, então, um produtor exponencial da nova era do rádio em ondas e plataformas tecnológicas.

## REFERÊNCIAS

BRAINSTORM9, Mamilos. Disponível em <<http://www.b9.com.br/podcasts/mamilos/>> . Acesso em 30 out 2016

BRAINSTORM9, Mamilos: Efeito estufa, Nobel de Bob Dylan e boatos. Disponível em <<http://www.b9.com.br/67792/podcasts/mamilos/mamilos-87-efeito-estufa-nobel-de-bob-dylan-e-boatos/>>. Acesso 30 out 2016

CARVALHO, Paula Marques. Podcast: Novas possibilidades sonoras na Internet. **Intercom**-sociedade brasileira de estudos interdisciplinares. Congresso brasileiro de ciências da comunicação, São Paulo, 2007. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2849-1.pdf>>. Acesso em 14 out 2016.

CBN, Fim de expediente. Disponível em <<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/fim-de-expediente/FIM-DE-EXPEDIENTE.htm>>. Acesso em 30 out 2016.

CBN, Hora de expediente. Disponível em <<http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/hora-de-expediente/DAN-STULBACH-JOSE-GODOY-E-LUIZ-GUSTAVO-MEDINA-HORA-DE-EXPEDIENTE.htm>>. Acesso em 30 out 2016

CBN, Fim de expediente: Após anúncio do Nobel da Literatura, expectativa é para discurso na premiação. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/default.htm?url=/programas/fim-de-expediente/2016/10/14/APOS-ANUNCIO-DO-NOBEL-DA-LITERATURA-EXPECTATIVA-E-PARA-DISCURSO-NA-PREMIACAO.htm>>. Acesso em 30 out. 2016

DEVIANTE, Scicast. Disponível em: <<http://www.deviante.com.br/podcasts/scicast/>>. Acesso em: 05 out 2016.

DEVIANTE, Scicast. Disponível em: <<http://www.deviante.com.br/podcasts/scicast/scicast-162-debate-nobel-2/>>. Acesso em 05 out 2016.

DEVIANTE, Scicast. Disponível em: <<http://www.deviante.com.br/podcasts/scicast/scicast-161-envelhecimento-populacional/>>. Acesso em 05 out 2016

FERRARETO, Luiz Arthur. **Possibilidades da convergência tecnológica**: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. São Paulo, 2007.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. Distinções educativas entre rádio e podcast. **Revista Prisma.com**, n. 18, 2012. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/1418/pdf>> . Acesso em 16 out 2016.

JENKINS, Heny. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOVEM NERD, Nerdcast. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/>>. Acesso em: 05 out 2016.

MCLEISH, Roberto. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus Editorial, 2001.

PATREON, Mamilos. Disponível em <<https://www.patreon.com/mamilos>> Acesso em 30 out 2016

PODPESQUISA, 2014. Disponível em: <<http://podpesquisa.com.br/resultado>> Acesso em: 30 de Out de 2016.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. Intertexto, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4210>> . Acesso em 14 out 2016.

RADIOS.COM.BR. Disponível em: <<http://www.radios.com.br/>> Acesso em 30 out. 2016

REZENDE, Djaine Damiani. **Podcast. Reinvenção da comunicação sonora**. Intercom- sociedade brasileira de estudos interdisciplinares. Congresso brasileiro de ciências da comunicação, Santos, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0708-1.pdf>> . Acesso em 30 de nov. de 2016

URIBE, Esmeralda Villegas. **O rádio digital e o rádio em internet: além das transformações tecnológicas**. UNIREVISTA - Vol. 1, nº 3 (Julho 2006). Disponível em: <[http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_102.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_102.pdf)> Acesso em 30 de out. de 2016