

Podcasts Jornalísticos Diários: Funções e Lógicas de Produção. Uma análise dos programas ao ponto, do jornal O Globo e Café da Manhã, do jornal¹

Guilherme Milman²

Tercio Saccol³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo é baseado em um Trabalho de Conclusão de Curso no qual buscou-se compreender o papel desempenhado pelos podcasts diários no jornalismo praticado por veículos de imprensa brasileiros. Durante a última década, a produção e o consumo de podcasts cresceu de modo que passou a atrair o interesse de tradicionais veículos jornalísticos. A evolução desse formato de mídia é fruto da profissionalização e do investimento nas plataformas de áudio por parte das grandes empresas. Por sua vez, a aproximação ocorre em um contexto de mudanças profundas na estruturação midiática tradicional, impulsionada pela crise econômica do setor. Tal fenômeno alterou os processos de produção, bem como a cultura profissional das redações. Entre as mudanças, está a criação de novos produtos para diversificar a renda dos veículos que passam a ter de abandonar modelos de financiamento antes utilizados. Através desse contexto, o estudo tem como principal objeto visualizar como um formato de mídia emergente contribui na adaptação de grandes jornais em um momento de transformação do meio jornalístico, junto à popularização dos podcasts no Brasil. Para tanto, é necessário inferir qual a relação do conteúdo original publicado pelo veículo com o produzido no podcast, e o grau de independência que o último possui em relação ao primeiro. Para se aprofundar nesses temas foi necessário contextualizar os dois fenômenos que resultam na relação entre o produto podcast e a empresa jornalística que o produz. Assim, na compreensão dos fatores que contribuíram para a transformação do jornalismo e nas características que permeiam as mudanças no seu consumo, produção e distribuição, foram utilizadas as obras de Costa (2014) e Christofolletti (2019). A partir dos elementos constatados, o artigo

¹ Trabalho apresentado na IJ do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Recém graduado em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação, artes e Design-Famecos da PUC-RS, email: milmanguilherme@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Faculdade de Comunicação, artes e Design-Famecos da PUC-RS, email: tercio.saccol@puccrs.br

passa a se debruçar nos impactos estruturais e culturais das redações. Os principais autores consultados nesse segmento foram Adghirni & Pereira (2011), Maia (2018) e Simon (2020). Por fim, observadas as transformações, utiliza-se as ideias de Reginato (2016) e de Anderson, Clay e Shirky (2013) para esclarecer as maneiras em que o jornalismo busca se manter relevante em um novo cenário mercadológico. Uma vez posto os processos que reformaram o modelo jornalístico vigente, buscou-se compreender o caminho percorrido pelos podcasts até chegar no contexto atual do jornalismo. Para falar do surgimento dos podcasts e da sua consolidação no Brasil foi utilizada a obra de Assis e Luiz (2014). Por fim, ao falar das especificidades e do comportamento dos podcasts jornalísticos, bem como a sua aproximação com os veículos tradicionais, contou-se com o auxílio das obras de Teixeira (2020), Bonini (2015) e Reis (2018). Como metodologia, foi escolhida a análise de conteúdo (BARDIN, 2011) cujos objetos de estudo selecionados foram os jornais Folha de S. Paulo e O Globo e os seus respectivos podcasts diários Café da Manhã e Ao Ponto. Os dois podcasts são publicados de segundas às sextas feiras, no período matinal, e buscam tratar de temas julgados relevantes para a sociedade. Nos dois casos, o tempo médio de duração é de 20 a 30 minutos. A escolha destes veículos se deu em razão da relevância e tradição no cenário jornalístico brasileiro. O fato de as duas empresas terem o jornal impresso como meio central de veiculação também foi considerado, para que fosse possível traçar um paralelo da mais tradicional forma de mídia do jornalismo com um produto surgido no século XXI. Por fim, os dois veículos desenvolveram podcasts de formatos similares lançados no mesmo ano, sendo possível acompanhar suas mudanças no mesmo espaço temporal, bem como adotar os mesmos critérios de análise. Durante o processo metodológico, foram selecionados seis episódios de cada programa de podcast, inseridos em um período que compreende o início da veiculação de ambos, em 2019, até os primeiros meses de 2021. Para cada episódio, buscou-se analisar, em conjunto, uma matéria publicada na edição impressa dos respectivos jornais, cujo assunto e o período de publicação fossem os mesmos. Como parte da análise de conteúdo, foram elaboradas classificações a serem adotadas na observação dos podcasts, tendo como intuito pontuar os elementos que compõem a construção dos episódios dos respectivos programas e a relação com o processo noticioso da empresa a qual eles pertencem. Dessa forma, instituiu-se cinco critérios: I) relação com a matéria escrita; II) fontes escolhidas; III) abordagem do episódio; IV) recursos sonoros; V)

temporalidade. A primeira classificação (I) parte da necessidade de compreender a relação do produto central do estudo (podcasts) com o produto principal do veículo (jornal). Para isso, se buscou analisar as similaridades entre as duas mídias na forma como o assunto é tratado o objetivo pelo qual ele é tratado. A segunda categoria (II) se debruçou nos tipos de fontes consultadas para explicar o tema do episódio, podendo se tratar de profissionais ligados à empresa (repórteres ou colunistas), especialistas ou personagens. Na sequência (III), é levado em consideração a forma como o episódio é abordado. Nesse caso, o tema pode: ser introduzido ao ouvinte, presumindo que ele possui pouco ou nenhum conhecimento sobre tal; repercutir um assunto já conhecido do ouvinte ou ainda ser aprofundado, se deslocando de um fato já conhecido para uma esfera mais abrangente. Dentro da avaliação, também se considerou os recursos sonoros utilizados (IV) e o quanto que eles ajudam a ilustrar a narrativa. Por fim, avaliou-se o fator temporal de cada assunto (V). Os temas podem estar ligados a um fato imediato (dia anterior), um fato recente (poucos dias antes), ou ainda não possuir uma relação factual. Feitas as análises, foram obtidos resultados que respondem aos questionamentos feitos ao longo do estudo. Cabe salientar que as constatações feitas representam unicamente o universo dos doze episódios selecionados, e não todas as produções já pelos podcasts, pela impossibilidade de serem incluídas no artigo. No que tange o relacionamento com a matéria publicada, nota-se que tanto o Café da Manhã quanto o Ao Ponto há uma tendência em repetir temas trazidos pelo jornal, no entanto com uma maior independência para desenvolver um assunto que é trazido de forma restrita pelas edições impressas. Outro aspecto que chama a atenção é a predominância de fontes oriundas dos próprios veículos, fator que será fundamental para entender o papel desempenhado pelos programas dentro das instituições pelas quais são produzidos. Os dois objetos centrais analisados apresentaram uma maior predominância da repercussão como forma de abordar um assunto. Isso mostra que a finalidade é ampliar um fato que já é de conhecimento do ouvinte. Como parte da construção sonora dos podcasts, notou que a inserção de áudios captados por arquivos já existentes (sonoras) se sobressaiu em relação às trilhas ou efeitos, o que traduz um caráter mais explicativo e objetivo na construção dos episódios. Em relação à temporalidade, predomina o fato de se tratar de um modelo de veiculação diária e que por isso, prioriza a aproximação com fatos que estão sendo repercutidos no momento de sua publicação. Por isso, todos os temas possuem caráter factual ou ao menos um gancho para o tema

baseado em um acontecimento ligado ao presente. Isso posto, conclui-se que os podcasts estudados não são, como poderia se inferir à priori, produtos dependentes a estrutura dos jornais. A partir dos elementos analisados, é passível de se observar que há uma independência das produções em áudio para escolher a forma de abordagem e os temas em destaque. Contudo, outros aspectos, como a tendência de se valer de fontes oriundas do próprio veículo, nos indicam uma ideia de que os podcasts cumprem um papel de ampliar o escopo das marcas ligadas à Folha de S. Paulo e ao O Globo. Isso incide diretamente na necessidade das empresas de buscarem novos modelos de produção em meio a uma crise do mercado convencional. Por fim, se conclui que os podcasts jornalísticos vinculados a grandes empresas seguem em um processo de evolução, seja no aspecto da qualidade, seja na independência em relação às demais mídias e que a sofisticação das estruturas em áudio depende diretamente das escolhas feitas pelos empresários que comandam o setor jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; veículos de imprensa, podcast, produção de conteúdo, crises do jornalismo

REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia; PEREIRA, Fábio Henrique. **O Jornalismo em Tempos de Mudanças Estruturais**. v. 1. n. 24. Porto Alegre: UFRGS, Intertexto, 2011. Acesso em 13.mar.2021
- ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: Adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, abr.-jun. 2013, pp. 30- 89. Acesso em 26.abr.2021
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BONINI, Tiziano. **A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo**. 2015. Disponível em: [https://periodicos.ufop.br > article > download](https://periodicos.ufop.br/article/download). Acesso em 04.abr.2021
- COSTA, Caio Tulio. **Um modelo de negócios para o jornalismo digital**. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, v. 9, p. 51-115, abr./maio/jun. 2014
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** 2019.Ed.1 vol.1 Coleção Interrogações, Estação das Letras e das Cores, São Paulo
- LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. **O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais**. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em 03.abr. 2021

MAIA, Bárbara. **As transformações no *ethos* do jornalista: a reformulação dos valores profissionais perante um cenário de convergência.** 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2018v15n1p08>. Acesso em 13.mar.2021

REGINATO, Gisele Dotto. **As Finalidades do Jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores.** 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/140809/000992317.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em 21.abril 2021

REIS, Ana Isabel: **O áudio invisível: uma análise ao podcast dos jornais portugueses** Revista Lusófona de Estudos Culturais, 2018. Disponível em: <https://revistas.uminho.pt/index.php/rlec/article/view/1884>. Acesso em 04.abr.2021

SIMON, Luciana Galhardo Batista. **Ser Jornalista No Século XXI: Transformações e desafios contínuos da profissão.** 2020. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/192678/simon_lgb_me_bauru.pdf?sequence=5&isAllowed=y. Acesso em 10.mar.2021

TEIXEIRA, Ângelo Menezes. **Os podcasts jornalísticos durante a pandemia de covid-19 no Brasil: uma análise do papel dos podcasts Café Da Manhã, da Folha de São Paulo, O Assunto, do portal G1, e Foro de Teresina, da revista Piauí.** Trabalho de Conclusão de Curso. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2020