

JORNALISMO E PODCAST: uma análise dos programas Café da Manhã, Estadão Notícias e Resumão

JOURNALISM AND PODCAST: an analysis of the Café da Manhã, Estadão Notícias and Resumão

Vanessa Amalia Dalpizol VALIATI¹

Tháís BAMBERG²

Universidade Feevale | Brasil

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar as características que compõem a construção de conteúdos jornalísticos em podcasts. Para isso, foram estudados os programas O Estadão Notícias, Café da Manhã e Resumão, por meio de uma análise de conteúdo fundamentada em Bardin (1977) e entrevista com realizadores. A partir disso, efetiva-se a análise de dez episódios de cada programa compreendidos entre o período de 03 de agosto a 09 de outubro de 2020, sob a perspectiva de três eixos: 1) Conteúdo; 2) Estrutura; e 3) Gênero. Com os resultados obtidos, foi possível concluir que o conteúdo noticioso em podcasts é constituído por gêneros informativos e opinativos em suas produções, entrevistas com temas políticos em maior frequência, linguagem informal e elementos sonoros amplos.

Palavras-chave

Podcasts; Conteúdo jornalístico; Convergência. Digital.

Abstract

The purpose of this article is to identify the characteristics that make up the construction of journalistic content in podcasts. For this, the programs O Estadão Notícias, Café da Manhã and Resumão were studied through a content analysis based on Bardin (1977) and interviews with filmmakers. From this, the analysis of ten episodes of each program between the period from August 3rd to October 9th, 2020 is carried out, under the perspective of three axes: 1) Content; 2) Structure; and 3) Gender. With the results obtained, it was possible to conclude that the news content in podcasts consists of informative and opinionated genres in their productions, interviews with political themes in greater frequency, informal language and broad sound elements.

Keywords

Podcasts. Journalistic content. Convergence. News. Digital.

RECEBIDO EM 25 DE MARÇO DE 2021
ACEITO EM 2 DE JUNHO DE 2020

¹ Doutora em Comunicação e Informação, professora e pesquisadora na Universidade Feevale (Mestrado Profissional em Indústria Criativa). Contato: vanessavaliati@feevale.br.

² Jornalista graduada pela Universidade Feevale. Contato: thaisbamberg@hotmail.com.



Introdução



De acordo com o Spotify, uma pesquisa realizada pelo Podcast Stats Soundbites (2019), aponta o Brasil como o segundo país que mais consome podcasts no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Com a ampliação da distribuição de conteúdo em diversas plataformas, os programas de áudio também ganharam mais acessibilidade para o público ouvinte. Hoje, a sociedade circula em diversos meios e plataformas para buscar informação. Por conta disso, o jornalismo tem adaptado o seu conteúdo para que o leitor ou ouvinte tenha uma maior imersão com a informação. E, na esfera da produção de conteúdo de áudio, o podcast vem ganhando cada vez mais espaço e popularidade.

Um levantamento realizado em 2019 pelo Ibope, entrevistou 120 milhões de internautas brasileiros, dos quais 50 milhões, o equivalente a 40%, já escutaram algum programa de áudio na internet. Conforme a PodPesquisa (2018), realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), a produção de Podcast no Brasil, em sua maioria, é realizada por pessoas não relacionadas à área da comunicação. Além disso, segundo a mesma pesquisa, 79,9% dos brasileiros buscam a mídia com o objetivo de se informar. Por esse motivo, a relevância do podcast na área do jornalismo, tem se tornado cada vez mais evidente.

Em vista disso, no ano de 2019, o Spotify divulgou uma pesquisa de consumo, listando os dez podcasts mais ouvidos no ano e da década. Dentre os três primeiros colocados constam: NerdCast, Mamilos e Um Milkshake Chamado Wanda. Em quarto lugar, aparece o podcast Café da Manhã (Folha de São Paulo), sendo o único oriundo de veículos tradicionais da imprensa brasileira. Logo, percebe-se que os podcasts jornalísticos estão em ascensão ao longo dos últimos anos.

Partindo desse pressuposto, este trabalho tem como tema os podcasts jornalísticos no Brasil, com objetivo de compreender as características dos conteúdos jornalísticos em podcasts brasileiros a partir do estudo dos programas Resumão (G1), Café da Manhã (Folha de São Paulo) e Estadão Notícias (O Estado de S. Paulo). Resta, portanto, o seguinte questionamento: quais são as principais características dos conteúdos veiculados nos podcasts Resumão, Café da Manhã e Estadão Notícias?

A pesquisa de natureza qualitativa, utiliza os programas O Estadão Notícias, Café da Manhã e Resumão para sua análise. Assim, desenvolve-se por meio do processo metodológico de estudo de caso Yin (2015). Para descobrir como se caracteriza essa produção foi realizada uma análise de conteúdo, a partir da metodologia de Bardin (1977). Por fim, para entender sobre o processo de produção que leva em conta as características específicas dos programas, foi realizada uma entrevista estruturada com o apresentador, Emanuel Bomfim, do Estadão Notícias, sob a perspectiva de Lakatos e Marconi (2003).

Do rádio na internet ao podcast

Inicialmente, para que se possa entender esse processo de evolução da mídia sonora que, trouxe novas formas de se fazer jornalismo, é importante analisarmos como o radiojornalismo começou as suas distribuições sonoras via internet. Com a expansão da tecnologia, as emissoras de rádio brasileiras começaram a enxergar uma nova oportunidade de transmissão de áudio na web, conforme aponta Cordeiro (2004):

Na rádio, a Internet começou por ser utilizada essencialmente como ferramenta de trabalho. A partir da sua produção para as ondas hertzianas, muitas estações começaram a disponibilizar os seus conteúdos na Internet em websites próprios sem aumentarem nada ao formato inicial. Posteriormente, as estações começaram a produzir conteúdos específicos para a Internet, e surgiram projectos a operar exclusivamente neste novo meio de comunicação, sendo este o estágio que se desenvolve na actualidade. (CORDEIRO, 2004, p. 2).

A viabilização desse feito, se deu em razão do desenvolvimento de softwares específicos de áudio para a internet. “A década de 1990 trouxe a aceleração do uso da tecnologia da informação, sendo que a internet definitivamente se espalha pelo globo na segunda metade do período” (BUFARAF JUNIOR, 2020, p. 35). Com isso, o meio convencional de levar a informação por meio das ondas hertzianas do rádio, passa por mudanças significativas.

Diante disso, o rádio na internet trouxe diversas possibilidades em relação à ampliação da difusão em escala global, trazendo transformações, inclusive, na forma como o usuário se relaciona com a programação. Bufarah Junior (2020) salienta que, nesse modelo de transmissão, troca-se a quantidade de pessoas pela segmentação e qualificação do público:

Neste ambiente digital, instaura-se uma nova relação da emissora com o público e com os anunciantes. O ouvinte interage ativamente com o conteúdo e com a programação da rádio, que, por sua vez, comercializa não mais apenas a audiência (atenção do ouvinte), mas sim o perfil de consumo de mídia dessas pessoas (o que escutam, como o fazem, por quanto tempo etc.) (BUFARAF JUNIOR, 2020, p. 37).

Para Henry Jenkins (2009, p. 41), “[...] desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução do som”. Para o autor, a convergência faz parte de uma transformação cultural, na qual os leitores são incentivados a buscar novas informações. Ademais, Primo (2005) faz uma reflexão sobre o fim da existência do rádio com a chegada da internet. Para ele, apesar das previsões frustradas do término desse meio de comunicação, o rádio sobrevive e continua sendo um dos meios mais importantes.

Nesse sentido, Vanassi (2007, p. 51), classifica que “[...] o podcasting é um processo midiático baseado em emissões sonoras que utiliza a Internet como suporte para seu funcionamento e propagação de suas mensagens”. O nome é originário da junção entre Ipod que é o media player portátil da

empresa Apple e broadcast palavra utilizada para definir a transmissão de televisão ou rádio, indicam Paludo e Roseira (2011).

Além da expressão podcasting existe aquela relacionada ao conteúdo, intitulada podcast. Luiz e Assis (2010), classificam que podcast são os programas em áudio ou vídeo no qual a principal característica está na forma de distribuição atemporal. Então, a distribuição é chamada de podcasting. Ou seja, podcasting está relacionado à forma de distribuição e podcast está relacionado à produção de conteúdo dos programas. Porém, é importante destacar, segundo Luiz e Assis (2010) que a simples publicação de um arquivo de áudio na internet não pode ser caracterizada como podcasting e, conseqüentemente, nem mesmo os programas caracterizados como um podcast. Isso, porque a produção envolve características específicas que devem ser analisadas dentro do seu contexto.

Vanassi (2007), cita que a palavra podcasting surgiu em um artigo no jornal Britânico The Guardian, como sinônimo para audioblog. Essa era a forma de publicar arquivos de áudio utilizando a internet. “Esse processo tem como característica principal a relação entre os arquivos de áudio que o compõe e um arquivo de texto “divulgador” que avisa os ouvintes a cada vez que um novo arquivo de áudio é disponibilizado na Web” (VANASSI, 2007, p 52). Apesar das diversas definições encontradas, ainda não há um conceito único para descrever o termo.

Medeiros (2005), aponta que o primeiro podcast surgiu em 2004, idealizado pelo ex-VJ da MTV, Adam Curry. Para conseguir realizar a transmissão dos programas, Adam criou o Ipodder, um software que utiliza a tecnologia RSS (Really Simple Syndication):

O RSS é uma forma de relacionar o conteúdo de um blog de forma que seja entendida pelos agregadores de conteúdo. Com isso, o usuário recebe cada novo conteúdo automaticamente, não precisando mais visitar cada site para ver se já foi atualizado (LUIZ et al., 2010, p. 3).

Luiz e Assis (2010), mencionam que a partir desse momento, vários agregadores possibilitaram o download de arquivos de áudio. Os autores ainda referem que embora o nome tenha relação ao iPod (Apple), o podcasting não ficou limitado a esse tipo de reproduzidor. Posteriormente, foram desenvolvidas diversas maneiras de agregação a quaisquer outros aparelhos. Com isso, a tecnologia RSS deixou de ser decisiva para a distribuição dos podcasts. No ano de 2020 já é possível ouvi-lo em sites próprios, aplicativos para dispositivos móveis, plataformas como o Spotify e, recentemente, pelo Google Podcasts.

Segundo Silva (2008) *apud* Luiz e Assis (2010) no Brasil, o primeiro podcast produzido foi o Digital Minds, de Danilo Medeiros lançado no ano de 2004. Logo após, no mesmo ano, surgiu o podcast do Gui Leite, do qual a justificativa para a intensão do programa era testar a nova tecnologia do podcasting. Mas, o de maior sucesso foi o Nerdcast, que também surgiu como modelo para as produções posteriores. Conforme Luiz et al., (2010) em 2005 muitos podcasts pararam de ser produzidos (o chamado “podfade”). A partir disso, novos podcasts surgiram trazendo expansão para o meio.

O podcast no jornalismo

A produção de podcastings no Brasil, segue em expansão a cada ano. Embora a maioria deles não esteja ligado a veículos tradicionais da imprensa brasileira, existem diversos podcasts ligados à propagação da informação. O jornalismo é, certamente, uma das áreas em constante apropriação. Mas como os veículos tradicionais estão se inserindo nessa nova forma de propagar a informação? A inovação aliada às publicações mais frequentes em arquivos de áudios, traz uma nova cultura de consumo da informação.

Falcão e Temer (2019, p. 4), apontam que “[...] o podcast enquanto jornalismo ganha força ao ser incorporado à programação de grandes jornais como O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo”. A observância da potencialidade do podcast enquanto informação fez com que O Estado de São

Vanessa **VALIATI** · Thaís **BAMBERG**

Paulo trouxesse para a plataforma o Estadão Notícias, programa disponibilizado de segunda a sexta-feira, abordando notícias e análises do dia. Já a Folha de São Paulo, lançou em 2019 o programa Café da Manhã, abordando política brasileira e internacional, cotidiano, saúde, cultura, economia, entre outros. Embora não haja muitos estudos conceituais da apropriação do jornalismo em podcast, é possível perceber que a partir disso, a adesão do podcast como produto jornalístico apesar de lenta, tem expandido a cada ano. Em razão desse sucesso, no ano de 2019 diversas manchetes da mídia brasileira classificaram o período como o “ano do Podcast”, outros mencionam, ainda, uma espécie de “a era de ouro”.

De fato, a partir desse ano grandes veículos tradicionais da mídia brasileira começaram incluir em sua grade de conteúdos a produção de podcast. A Rede Globo, por exemplo, lançou uma série de novos podcasts sobre assuntos inéditos da área da saúde, tecnologia, política e notícias. Outro grande avanço em relação ao acesso se deu pela inclusão dos podcasts nas buscas do Google. “A empresa começou a indexar a mídia sonora diretamente nos resultados de pesquisas avançadas no seu buscador” (MOGNON, 2019, *online*). A funcionalidade ficou disponível nos Estados Unidos a partir do ano de 2019, porém, no Brasil até a metade do ano de 2020 não estava acessível.

Conforme Sosa e Bonito (2019), em 2018 o Spotify adquiriu três grandes empresas produtoras de podcasts, pois a plataforma pretende ganhar o público oriundo do rádio, oferecendo diversidade de programas que vão além dos conteúdos musicais. O produto noticioso pode ser um aliado na propagação da informação, conforme cita Luiz et al., (2010):

A partir dessas observações, podemos não só pensar a aplicação do podcast na área de comunicação, como forma de divulgação de informações jornalísticas ou ainda como ferramenta para uso na educação, mas também aplicações no campo da política e dos movimentos sociais. Esses dois fatores são importantes na sociedade brasileira, mas ainda tímidos no que se refere à produção de podcasts. (LUIZ et al., 2010, p. 7).

Com a facilidade e as novas possibilidades de distribuição dos conteúdos via internet, o jornalismo passa a ter novas oportunidades quanto à propagação das informações. Como uma mídia da cibercultura³, o podcast jornalístico permite que a informação possa ser cada vez mais convergente. Por conseguinte, as potencialidades do meio digital proporcionaram ao jornalismo uma evolução tecnológica em relação à distribuição dos seus conteúdos.

O ambiente digital e a produção jornalística

As diversas plataformas digitais que surgiram após a evolução tecnológica revolucionaram o jornalismo tradicional. Novas formas de interação, compartilhamento e circulação dos conteúdos foram ressignificados nos ambientes digitais. Em relação aos conteúdos sonoros, Mello Vianna (2014, p. 231) relaciona o que Martins (2013) fala sobre as técnicas e linguagens adaptadas às diversas plataformas. Quanto ao rádio menciona que “[...] a palavra escrita, ao ganhar voz por meio da interpretação do locutor, sugere sentidos diversos, já que o discurso radiofônico apresenta mais variações que o escrito, já que a fala é mais espontânea, mais natural que o escrito”. Para tanto, fez-se necessário pensar em uma organização para que a construção de notícias online possa passar por uma narrativa transmídia. Conforme Jenkins (2009), o termo refere-se a “histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo [...]” (JENKINS, 2009, p. 384).

Palácios (2014) acrescenta que o jornalismo online encoraja o leitor a juntar-se com os produtores de notícias, auxiliando no processo de construção da informação. Para ele as “[...] bases de dados jornalísticas e não jornalísticas podem ser conjugadas, interligadas e estabelecer comunicação entre elas

³ A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. É a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 (LEMOS, 2003, p. 1).

(hiperligação, hipertextualidade, multimídia)” (PALÁCIOS, 2014, p. 95). Barbosa (2013) cita em seus estudos que o jornalismo online está em sua quinta geração, pois “[...] as mídias móveis, especialmente smartphones e tablets, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p. 42). De fato, a autora criou uma análise assertiva e, desde então, o meio digital passa por evoluções e modificações.

Nesse cenário, a ampliação do uso de smartphones como meio de acesso à internet, a produção de conteúdos digitais adaptado aos dispositivos móveis tornou-se crescente ao longo dos anos. Aqui, mais uma vez, verifica-se a potencialidade dos dispositivos móveis para a distribuição de conteúdos sonoros em relação aos podcasts que, em muitos casos, utilizam os aplicativos reproduzir os programas. Nessa perspectiva, os podcasts jornalísticos integram-se a esse novo modelo contemporâneo de distribuição de conteúdos. A maneira como convergência (JENKINS, 2009)⁴ vem impactando a cultura popular, também modifica a forma de consumo das pessoas em relação às mídias. Por conseguinte, o mercado jornalístico abre espaço para ampliar o nicho de atuação profissional.

Gêneros jornalísticos

Conforme visto, com o jornalismo digital e convergente foi necessário reconfigurar o conteúdo jornalístico com narrativas especializadas para cada meio digital. Neste contexto, busca-se compreender a divisão dos produtos jornalísticos por gêneros.

⁴ Jenkins (2009, p. 377), descreve convergência como “[...] palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura”. Além disso, o autor (2009) acrescenta que o termo inclui o fluxo de conteúdos entre plataformas e a cooperação entre múltiplas indústrias midiática.

As discussões acerca do termo gênero jornalístico são recorrentes, porém, não há um consenso para o tema. Diversos autores apresentam a sua própria categorização. Dessa forma, inúmeras denominações surgem para classificação dentro do jornalismo, inclusive, para os espaços digitais. Seixas (2004), aponta que a produção teórica jornalística envolvendo o termo começa a se desenvolver a partir do ano de 1951. Porém, os debates já permeiam desde a Grécia Antiga, sendo que Platão “[...] foi o primeiro cientista a estudar os gêneros, além de definir que todos os textos literários são uma narrativa de acontecimentos” (MEDINA, 2001, p. 46).

Para Melo e Assis (2016), o trabalho jornalístico subdivide-se em pelo menos dois estágios complementares: os formatos e os gêneros. Além disso, Medina (2001, p. 45), esclarece que os gêneros jornalísticos “[...] são determinados pelo modo de produção dos meios de comunicação de massa e por manifestações culturais de cada sociedade”. Portanto, os gêneros podem ser compreendidos como aqueles “[...] que se expressam sob distintas formas, denominadas formatos, por sua vez replicados em espécies, rotuladas como tipos” (MELO; ASSIS, 2016, p. 48).

Falcão e Temer (2019) mencionam que no jornalismo o estudo dos gêneros é fundamental, pois, a partir dele que o emissor pode seguir na enunciação da sua mensagem com características conhecidas pelo receptor. Melo e Assis (2016), consolidam a ideia do autor quando citam que os formatos midiáticos são variantes dos gêneros, sendo “[...] a forma que emissores adotam para se manifestar e para fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas” (MELO; ASSIS, 2016, p. 47). Segundo os mesmos autores (2016), o termo pode ser classificado como:

Gênero jornalístico é a classe de unidades da Comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas. (MELO; ASSIS, 2016, p. 49).

Para tanto, os autores (2016), constroem uma classificação dos gêneros baseados na proposta de José Marques de Melo (2009), definindo-os como informativo (nota, notícia, reportagem e entrevista), opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica), interpretativo (análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê), diversional (história de interesse humano e história colorida) e utilitário (indicador, cotação, roteiro e serviço).

De acordo com Sosa e Bonito (2019), após a evolução tecnológica, diversos gêneros jornalísticos começaram a enxergar as capacidades dentro do contexto digital. Inclusive, o potencial do podcast em relação a sua construção.

Para Medina (2001), os gêneros são construídos pelo modo de produção jornalística. Além disso, destaca que estão em constante transformação, pois “[...] gêneros novos e subgêneros emergem e outros desaparecem, enquanto outros permanecem duradouros (MEDINA, 2001, p. 49). Nesta pesquisa, levaremos em conta a classificação de José Marques de Melo, para os gêneros jornalísticos. Porém, existem diversas classificações existentes e essa divisão não corresponde a totalidade de gêneros jornalísticos. Nesta circunstância, percebe-se que não existe uma divisão que englobe os produtos digitais e/ou contemporâneos em relação ao contexto da convergência midiática. Assim sendo, faz-se necessário pensar em uma transformação e/ou reestruturação para os espaços digitais.

Procedimentos metodológicos e análise dos resultados

Para esse estudo, levaremos como base dez episódios de cada programa indicado, totalizando 30 episódios, compreendidos entre o período de 03 de agosto a 09 de outubro de 2020, sob a perspectiva de três eixos: 1) Conteúdo; 2) Estrutura; e 3) Gênero. Seguindo os métodos de Bardin (1977) em um primeiro momento foi realizada a pré-análise, com o intuito de selecionar os materiais de observação e prepará-los para a exploração. Para a

obtenção das informações elencadas, foi utilizado o site de hospedagem Spotify, já que todos os programas indicados estão disponíveis nesta plataforma. Após a conclusão dessa etapa, foi possível passar para a segunda fase e constituir a categorização para cada eixo definido na unidade de registro.

Quanto ao eixo número **1) Conteúdo**, podemos ramificá-lo nas seguintes perspectivas: a) temas b) elementos sonoros c) entrevistas e d) convergência. A proposta foi reunir o maior número de características para verificar de que forma cada episódio utiliza os componentes em relação à construção do seu conteúdo.

Em resumo, os tópicos pretendem identificar os temas mais recorrentes que são abordados nas edições, como por exemplo: cultura, economia, política etc. Bem como, a sua organização e construção. Quanto aos elementos sonoros, a análise contempla tudo o que for utilizado para compor a sonoplastia, elemento importante para o auxiliar os ouvintes na compreensão e interpretação da notícia. Portanto, esse tópico busca identificar a presença de efeito sonoro, trilha musical, vinheta e todo tipo de áudio utilizado em sua composição.

Ademais, o tópico que contempla a entrevista tem a intenção de identificar a presença ou não de entrevistados e de que forma as fontes auxiliam na construção da notícia, seja testemunhando e comentando um fato ou trazendo mais informações acerca do tema tratado. Por fim, o último tópico da categoria buscou identificar de que forma ocorre a convergência, levando em consideração os aspectos da interatividade.

Quanto ao eixo número **2) Estrutura**, podemos ramificá-lo nas seguintes perspectivas: a) quantidade de apresentadores, b) duração e c) bases de hospedagem. Os tópicos, inspirados no método de pesquisa de Souza, Fort e Bolfe (2020) buscaram compreender o que é necessário para compor o funcionamento dos programas, abrangendo a quantidade de

apresentadores destinados, o tempo de duração de cada episódio e em quais bases de hospedagens os programas são disponibilizados aos ouvintes.

Por último, quanto ao eixo número **3) Gênero**, foi observado em qual classificação os episódios mais se encaixam, levando em consideração os métodos tradicionais, considerados nesta pesquisa pela classificação de Melo e Assis (2016).

No que concerne às categorias selecionadas e suas ramificações, deu-se importância à predominância identificada em relação ao conjunto de programas selecionados. Ou seja, os resultados obtidos a partir da observação e escuta dos episódios levaram em consideração a totalidade dos programas elegidos.

Conteúdo

Sobre a primeira categoria e a ramificação: a) temas, identificou-se a presença maior de assuntos relacionados à política constatado em, pelo menos, 26 episódios analisados. A temática saúde aparece em segundo lugar com uma frequência de 15 episódios. Vale ressaltar que a análise foi realizada durante o período de enfrentamento da pandemia mundial de Covid-19. Dessa forma, verificou-se que a temática saúde é abordada, em sua maioria, com dados e atualizações em relação à doença. Os temas economia e mundo aparecem logo em seguida em menor frequência.

Quanto à organização das temáticas, o programa Estadão Notícias trabalha o seu conteúdo com um único tema ao longo de todo o programa e, eventualmente, traz um conteúdo adicional. De acordo com entrevista realizada com o apresentador, Emanuel Bomfim, podemos perceber que o Estadão Notícias segue uma linha editorial para compor os temas que serão abordados, além de selecionar pautas que vão além do factual.

Ainda levamos em conta: o valor daquele assunto perante o debate público e a produção autoral (investigações) de nossos próprios jornalistas do Estadão. Há, também, uma baliza editorial segundo o

'core' de nossa produção, sempre muito focada em política e economia. (BOMFIM, 2020).

Seguindo a mesma linha, o Café da Manhã também constrói o conteúdo dessa forma, porém, traz um diferencial no final do episódio com bloco: “o que mais você precisa saber hoje”, nas quais abordam questões complementares do tema discutido e/ou uma notícia adicional do dia.

O programa Resumão, por ser um podcast semanal é o único que trabalha com várias temáticas em um mesmo episódio. Normalmente abordam os temas na mesma ordem, qual sejam: saúde, política, economia, meio ambiente e, para concluir de forma mais leve, utilizam a cultura. Com isso, é possível identificar uma pluralidade em relação aos temas abordados, similar aos jornais impressos divididos e organizados por editorias.

Outra característica constante nas produções é a informalidade em relação à linguagem utilizada na construção dos conteúdos. O que pode ser constatado no podcast Café da Manhã, no episódio de 07 de agosto de 2020, intitulado “A nova crise do mercado de livros”, quando a apresentadora, Magê Flores, questiona o também apresentador, Maurício Meireles, sobre a crise do mercado literário. “Mano, a gente lê há algum tempo essas notícias de editores e livrarias que não andam bem das pernas. Como foi que essa crise começou?” (CAFÉ DA MANHÃ, 2020). Nota-se que além da expressão “mano” para se referir à Mauricio, a apresentadora emprega uma figura de linguagem popular do Brasil quando utiliza o termo “não andam bem das pernas” para expressar as dificuldades que o setor literário enfrenta no país.

Nesse sentido, o apresentador, Emanuel Bomfim, comenta em seu relato que a produção de texto para o podcast difere-se dos demais meios, trazendo algo mais informal e aproximando-se da linguagem do rádio.

Isso permite com que você coloque uma dose de coloquialidade na composição narrativa. Num podcast jornalístico, isso acaba tendo mais freios, já que você não pode comprometer a informação. Que é o que ela deve ser: sem grandes firulas ou excessos de qualquer tipo. Agora, em podcasts de outros gêneros ou com outras

Vanessa VALIATI · Thaís BAMBERG

propostas é possível avançar em mais territórios da linguagem. Portanto, quanto mais próxima do dia a dia, melhor tende ser a absorção do que é dito. Isso não quer dizer que seja algo descolado, necessariamente. Só deve ter clareza (BOMFIM, 2020).

Dessa forma, segundo Emanuel Bomfim, o texto coloquial pode aproximar os ouvintes à notícia.

No que tange a ramificação b) elementos sonoros, foi observado que todos os programas utilizam diversos elementos para compor a sua construção. As trilhas musicais estavam presentes em todos os episódios analisados. Mello Vianna (2014, p. 233) assinala em seus estudos que as trilhas sonoras podem indicar sentido para o ouvinte considerando que “[...] a música possa ser utilizada com a intenção de imprimir emoções, intensificar a dramaticidade da voz ou criar paisagens sonoras”. Analisando sob essa perspectiva, observou-se que as trilhas sonoras utilizadas como melodia no fundo, mudam de intensidade conforme o discurso apresentado. Portanto, esse elemento auxilia a construir uma melhor compreensão da informação, além de trazer mais suavidade quando necessário.

Ademais, outro elemento que apareceu na totalidade foram áudios extraídos da televisão. Sejam eles de reportagens, entrevistas, coletivas de imprensa, acontecimentos e, como a maioria dos temas constatados são relacionados à política, muitos foram retirados também das Sessões Legislativas na Câmara dos Deputados do Brasil. Um exemplo dessa situação ocorre no programa Estadão Notícias, no episódio de 05 de agosto de 2020, porém, não é possível identificar de qual veículo o áudio foi extraído:

Emanuel Bomfim: A denúncia feita pelo portal UOL é de que a Secretaria de Operações Integradas, a SEOP, que pertence a pasta tem investigado e produzido relatórios sigilosos a respeito de opositores políticos do governo. De acordo com informações confirmadas pelo Estadão, a mais recente investida do órgão foi um dossiê contra 579 servidores estaduais e federais da área de segurança e professores, todos eles identificados como integrantes do movimento antifascismo

Áudio da televisão: O Ministério Público Federal vai investigar o monitoramento de 579 opositores do governo Bolsonaro que teria sido feito pelo Ministério da Justiça (ESTADÃO NOTÍCIAS, 2020)

Outro exemplo é o programa Café da Manhã que tem como hábito citar a referência dos áudios utilizados no final de cada programa. No episódio de 04 de agosto de 2020, intitulado “Quem pode acessar os dados da Lava Jato?”, o apresentador, Mauricio Meireles, menciona: “Esse episódio usou áudios de SBT, TV Globo, Band e GloboNews” (CAFÉ DA MANHÃ, 2020). Dessa forma, foi possível identificar mais um exemplo no episódio de 06 de agosto de 2020, intitulado “O Líbano antes e depois da explosão”, no qual entre a entrevista de Magê Flores e Mauricio Meireles com o repórter Diogo Bercito, surge um áudio extraído da TV Globo:

Diogo Bercito: E a gente não pode se esquecer que Israel invadiu Líbano e ocupou o sul do país de 1982 até 2000. E além disso a milícia radical libanesa Hezbollah é uma das grandes inimigas de Israel hoje em dia. Então faz sentido, claro, supondo que Israel pudesse atacar Hezbollah como já fez no passado.

Monalisa Perrone – TV Globo: E a situação é muito tensa, gente, na fronteira entre Israel, Líbano e Síria. Dois militares israelenses e um soldado das forças de paz da ONU foram mortos em confrontos entre o Hezbollah e o exército de Israel (CAFÉ DA MANHÃ, 2020).

Outro elemento constante nas produções são as sonoras que são os áudios de entrevistados registrados por meio de uma gravação. Nesta análise, as sonoras aparecem em uma frequência de 13 episódios. O programa Estadão Notícias é o que mais utiliza desse recurso. O episódio de 03 de agosto de 2020, intitulado “Chegou a hora de voltar para à escola”, já começa com a sonora de Camila Alves, uma mãe que não quer que a sua filha retorne às aulas no período em que a situação da pandemia da Covid-19 ainda está incerta. Ademais, no episódio de 10 de agosto de 2020, intitulado “Eleição de 2020 terá apagão de mesários e eleitores?”, o entrevistado, Vitor Hugo, concede seu depoimento para falar o quanto está inseguro em ser mesário durante as eleições em um período de pandemia.

Já o podcast Resumão não utiliza o recurso com tanta frequência, sendo detectado nesta análise em apenas duas ocasiões. Uma delas foi no episódio do dia 07 de agosto de 2020, intitulado “100 mil mortos pela covid-19,

explosão no Líbano, queda de avião e a live do Caetano”, no qual brasileiros que moram no Líbano contam como foi o momento exato da explosão que afetou o país.

Os efeitos sonoros aparecem em menor quantidade, somente oito episódios constataram a presença desse recurso. Porém, é um elemento muito utilizado para transmitir sons reais de um acontecimento, pois “[...] a interpretação deve ser adequada de forma a sugerir ao ouvinte, de forma convincente, um personagem com características determinadas” (MELLO VIANNA, 2014, p. 232). A autora (2014, p. 235) ainda menciona que “[...] os efeitos sonoros podem também sugerir ambientes e cenários diversos, como, por exemplo, um ambiente de suspense, ou ainda a ação desenvolvida pelo personagem”. Nesse sentido, podemos citar o programa Resumão que, no episódio de 14 de agosto de 2020, intitulado “Vacina russa, lucro do FGTS, debandada na Economia e a vice de Biden”, utiliza o som de uma máquina de dinheiro para ilustrar o assunto referente aos depósitos de lucros do FGTS que foram distribuídos nas contas dos trabalhadores brasileiros.

As vinhetas como parte dos efeitos sonoros, aparecem somente nos programas Estadão Notícias e Resumão, totalizando uma frequência de 20 episódios. O podcast Resumão mantém uma vinheta de abertura em todos os episódios, no qual utilizam uma trilha sonora padrão seguida da fala: “É sexta-feira, dia do Resumão, o podcast do G1 que te conta as principais notícias da semana”. Já o podcast Estadão utiliza a sua vinheta sempre no final de cada episódio, constituído por uma trilha musical padrão seguida do nome do programa: “Estadão Notícias”.

Quanto à ramificação c) entrevistas identificou-se que os programas Estadão Notícias e Café da Manhã possuem entrevistados em todos os episódios analisados. Em ambos normalmente os entrevistados são os próprios repórteres e/ou colunistas do veículo, que trazem explicações sobre o assunto tratado conforme o levantamento de dados e entrevistas já realizadas sobre o

tema. Eles trazem a sua visão e explicam todos os pontos debatidos. Para um cenário mais amplo, eventualmente conversam com especialistas do tema, como no episódio de 07 de agosto de 2020, do Estadão Notícias, intitulado “A busca por vida em Marte e sua futura colonização”, em que o entrevistado é o engenheiro brasileiro da Nasa, Ivair Gontijo. Outro exemplo é o do podcast Café da Manhã no episódio do dia 12 de agosto de 2020, intitulado “Dá para confiar na vacina russa?” em que a entrevistada é a pesquisadora do Instituto de Ciências Biomédicas da USP e presidente do Instituto Questão de Ciências, Natália Pasternak, que traz uma visão técnica sobre a eficiência ou não da vacina russa para o enfrentamento da Covid-19.

O podcast Resumão por compilar diversas notícias em um único programa, dificilmente traz o aprofundamento do tema. Percebe-se que, conforme a proposta do programa, a ideia é trazer um resumo das principais notícias da semana em dez minutos, o que tornaria inviável oferecer um aprofundamento maior. Dessa forma, compreende-se que a presença dos entrevistados traz uma investigação maior da notícia o que se relaciona com o quesito convergência.

No que concerne à ramificação d) convergência percebeu-se que o programa Estadão Notícias utiliza em alguns episódios a chamada para que o ouvinte possa acompanhar um material adicional e/ou mais completo em seu portal da internet. Como foi o caso do episódio do dia 12 de agosto de 2020, intitulado “Vale tudo por uma vacina?”, no qual o apresentador, Emanuel Bomfim, convida os ouvintes para conferir a reportagem completa no portal de notícias do veículo:

Emanuel Bomfim: Ouvimos Fabiana Cambricoli, repórter aqui do Estadão, batendo um papo com a gente sobre esse método, desafio humano. Você tem também a reportagem completa no estadão.com.br (ESTADÃO NOTÍCIAS, 2020).

Como forma de interação com o público, no final de cada programa o apresentador menciona “Para conversar com a gente nosso e-mail é: podcast@estadao.com” (ESTADÃO NOTÍCIAS, 2020).

De fato, em uma breve pesquisa pelas redes sociais, verifica-se uma matéria divulgada no Facebook por meio de uma postagem que faz conexão com o site do veículo e, para aprofundar o assunto, o leitor precisa ouvir o podcast disponibilizado na página. Essa também é uma forma de interação com o ouvinte, pois através dos comentários habilitados na rede social o leitor tem a possibilidade de emitir sua opinião em relação ao assunto tratado.

Outro exemplo aparece no podcast Resumão no episódio de 28 de agosto de 2020, intitulado “Witzel afastado, Ronaldinho de volta ao Brasil e o caso Flordelis” em que a apresentadora, Carol Prado, convida os ouvintes para conferir o percentual das taxas de juros de imóveis no portal de notícias do veículo. “No G1 você pode ver todas as faixas do programa com taxas de juros. Está tudo bem explicadinho lá” (RESUMÃO, 2020). Assim como o Estadão Notícias, o Resumão utiliza as redes sociais para divulgar o seu podcast e criar interação com os usuários.

Por outro lado, o podcast Café da Manhã não apresentou em nenhum episódio algo que oferecesse ao ouvinte um material adicional em outra plataforma do veículo. Analisando as redes sociais da Folha de São Paulo foi constatado somente uma chamada diária na ferramenta Stories do Instagram, em que convidam o leitor para ouvir o programa, disponibilizando um link de acesso direto para a plataforma Spotify.

Efetivamente, conforme mencionado por Jenkins (2009) os meios interagem entre si, incluindo o fluxo de conteúdos entre plataformas e a cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas. O que pode ser percebido quando os veículos Estadão Notícias e Resumão utilizam outras plataformas para divulgar o produto podcast, assim como, trazer informações adicionais para uma maior imersão da informação.

Portanto, nota-se que a convergência é algo presente na maioria das produções analisadas. Nessa circunstância, os veículos passam a produzir conteúdos exclusivos para os diversos meios com foco nos hábitos de consumo dos ouvintes.

Estrutura

No que diz respeito a segunda categoria e a ramificação a) quantidade de apresentadores, a maioria dos episódios contou com dois componentes em suas produções. O podcast Resumão mantém como padrão duas apresentadoras por episódio, porém, foi percebido que apesar da divulgação levar o nome de Monica Mariotti e Carol Prado nem sempre a dupla é fixa. Em diversos episódios outras apresentadoras entraram em cena no lugar de Carol Prado.

O podcast Café da Manhã também possui dois apresentadores em suas produções. Porém, é importante destacar que esse número se manteve somente durante o período desta análise, pois conforme mencionado nesta pesquisa, a partir do mês de setembro de 2020 o programa foi ampliado trazendo um terceiro integrante, o jornalista e colunista da Folha, Bruno Boghossian. Já o Estadão Notícias é o único que leva somente um apresentador em suas produções.

Acerca da ramificação b) duração, a maioria dos episódios se manteve entre 20 a 30 minutos de duração. Com exceção do Resumão que possui uma proposta diferente que é sintetizar as principais notícias da semana em até 10 minutos. Apesar da proposta observa-se que, em alguns episódios, o tempo proposto ultrapassou.

Para concluir o eixo **2) Estrutura** no tocante à ramificação c) bases de hospedagem, todos os programas possuem hospedagem no Spotify, plataforma elegida para a presente análise. Além disso, o podcast Resumão

também está disponível no G1, Castbox, Apple Podcast, Google Podcast e Deezer.

Além do Spotify, o podcast Café da Manhã está disponível somente no site da Folha de São Paulo, por conta da parceria firmada entre os dois meios.

Já o Estadão Notícias pode ser encontrado no Omny.fm, Apple Podcast, Google Podcast, Podbean, no site Podtail.com e no canal do Youtube e portal do Estadão. Nesse aspecto, é importante observar que todos os podcasts analisados hospedam os episódios em, pelo menos, um aplicativo para dispositivo móvel.

Dessa forma, compreende-se que é necessário oferecer diversas opções ao consumidor quanto ao acesso às informações. O que pode ser observado quando os veículos disponibilizam inúmeros agregadores para a hospedagem dos podcasts jornalísticos.

Gênero

Com relação aos gêneros jornalísticos, podemos identificar que os programas Café da Manhã, Estadão Notícias e Resumão se encaixam em sua totalidade no gênero informativo. Isso porque, na construção do conteúdo, existem momentos em que apresentam a notícia por meio de notas e entrevistas. Porém, os podcasts Estadão Notícias e Café da Manhã também apresentam comentários e opiniões sobre os fatos quando trazem especialistas e/ou repórteres para debater os assuntos. Portanto, classificando-se no gênero opinativo.

Como exemplo, temos o programa Café da Manhã que sintetiza o conteúdo por meio de entrevistas e, no final de cada episódio, por meio do bloco “o que mais você precisa saber hoje” condensam pequenas notas para informar ao ouvinte informações factuais. Já o podcast Resumão, por ser um compilado das notícias da semana, constrói o conteúdo por meio de notícias e notas.

Já o gênero opinativo contempla o artigo que “[...] é, geralmente, elaborado por um especialista, que julga um acontecimento passível de controvérsia a partir de um repertório” (MELO; ASSIS, 2016, p. 52). Nesse sentido, temos como exemplo o episódio de 13 de agosto de 2020 do Café da Manhã, intitulado “A debandada no Ministério da Economia”, no qual a entrevistada é a economista e advogada, Elena Landau, que traz as suas opiniões em relação ao Ministério da Economia e expõe seus conceitos relativos ao movimento de defesa do liberalismo.

Ainda falando sobre o gênero opinativo Melo e Assis (2016), descrevem o comentário como “[...] produção de um jornalista tarimbado, com vasta experiência, que analisa certa ocorrência – em geral, relacionada a algum assunto trabalhado, na mesma edição por um formato informativo” (MELO; ASSIS, 2016, p. 52). Nesse caso específico, temos como exemplo o episódio do dia 14 de agosto de 2020 do Estadão Notícias, intitulado “Poder em pauta: governo profissionaliza articulação e a crise do dossiê”, no qual repórteres do Estadão, setoristas do poder judiciário do Brasil, fazem análises, trazem informações e comentam sobre os bastidores dos acontecimentos na política.

Considerações finais

Este estudo traz indícios de que o podcast, ainda é um produto em crescimento exponencial e, conseqüentemente, o jornalismo tem se apropriado do meio para divulgação de notícias e engajamento da audiência.

Diante do exposto, o objetivo deste estudo foi atingido quando concluímos que, apesar das particularidades de cada produção, as principais características dos podcasts jornalísticos são: programas que levam os gêneros informativos e opinativos em suas produções, compostos por um ou dois apresentadores, com média de duração entre 10 a 30 minutos, normalmente disponibilizados em plataformas para dispositivos móveis (Spotify, Apple Podcast, Deezer, Google Podcasts), trazem entrevistas que levam temas

políticos com maior frequência, seguem uma construção baseada em uma linha editorial estabelecida, possuem linguagem informal, elementos sonoros amplos que utilizam trilhas musicais, áudios da televisão, sonoras, vinhetas e efeitos em sua composição, além de empregar a convergência em seu conteúdo para proporcionar aos ouvintes uma imersão cada vez maior com a notícia.

Com os resultados obtidos por meio desta análise, pode-se ter um panorama mais amplo em relação às características que compõem um podcast jornalístico. Cabe ressaltar, no entanto, que a pesquisa não é conclusiva, pois apesar da comprovação da potencialidade dos podcasts de notícias, ainda são necessários estudos sobre a forma de monetização e engajamento da audiência, para que seja possível traçar caminhos sustentáveis para manter e ampliar as produções de podcasts jornalísticos.

Referências

- ABPOD. **PodPesquisa 2018**. Disponível em: <<http://abpod.org/podpesquisa/>>. Acesso em: 19 mar. 2020.
- BARBOSA, Suzana. **Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. In: CANAVILHAS, João (Org.); Suzana Barbosa pp. 33 – 54: Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais, 2013. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20130404201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf> Acesso em: 15 set. 2020.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** [recurso eletrônico]. Lisboa: Edições 70, 1977. Tradução de Luís Antero Reta e Augusto Pinheiro. Título original: L' Analyse de Conremt.
- BARROS, Luiza. A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line. **O Globo**, 21 abr. 2019. Cultura. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- BUFARAH JUNIOR, Alvaro. **Podcast e as novas possibilidades de monetização na radiodifusão**. Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 33-48, jan./abr. 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/article/view/4316>>.
- CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho**

meio. 2004, 8 f. In: Resumo do trabalho desenvolvido para apresentação no II Congresso Ibérico de Comunicação na Covilhã, Universidade do Algarve, Portugal, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

FALCÃO, M. Bárbara; TEMER, P. R. C. Ana. **O podcast como gênero jornalístico**. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Pará, Belém. Universidade Federal de Goiás, Goiânia: Intercom, 2019. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência** / Henry Jenkins; tradução Susana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. Título original: Convergence culture.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em:

<http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view> Acesso em: 15 mai. 2020.

LE MOS, André. **CIBERCULTURA. Alguns pontos para compreender a nossa época**. In: Cunha, Paulo (orgs). Olhares sobre a Cibercultura. Sulina, Porto Alegre, 2003; pp. 11-23. Disponível em:

<<https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2020.

LUIZ, et tal. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. In: IV Simpósio Nacional ABCiber, 2010, Escola de Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://pablo.deassis.net.br/psicolog/ABCiber2010podcast.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

LUIZ, Lúcio; ASSIS, Pablo. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXIII, 2010, Rio Grande do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

MARTINS, Célia. **Jornalismo Online: a convergência dos meios**. Estágio curricular em Ciências da Comunicação, 2013, Universidade Fernando Pessoa. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-celia-2013-jornalismo-online-convergencia.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2020.

MEDEIROS, Macello Santos. **Podcasting: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, 2005, Rio de Janeiro. Universidade do Estado do Rio de Janeiro: Intercom, 2005. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. **Gêneros jornalísticos:** repensando a questão. In: Symposium - Revista de Ciências e Tecnologia - Ano 5 • nº 1 • janeiro-junho 2001. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3196/3196.PDF>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

MELO, José Marques; ASSIS, Francisco. **Gêneros e formatos jornalísticos:** um modelo classificatório. Intercom – RBCC São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/301923244_Generos_e_formatos_jornalisticos_um_modelo_classificatorio>. Acesso em: 12 mai. 2020.

MELLO VIANNA, G. V. G. **Elementos sonoros da linguagem radiofônica:** a sugestão de sentido ao ouvinte-modelo. In: Galaxia (São Paulo, Online), n. 27, p. 227-240, jun. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115683>>. Acesso em: 18 set. 2020.

MOGNON, Mateus. Google começa a mostrar podcasts em buscas avançadas nos Estados Unidos. **Tecmundo**, 09 out. 2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/144785-google-comeca-mostrar-podcasts-buscas-avancadas-estados-unidos.htm>. Acesso em: 23 jun. 2020.
O podcast no Brasil. **Abpod**, 05 abr. 2019. Disponível em: <https://abpod.org/2019/04/05/o-podcast-no-brasil/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

PALACIOS, Marcos. **Memória: Jornalismo, memória e história na era digital** / In: João Canavilhas (Org.); Marcos Palacios pp. 89 - 110: Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/11716687/Mem%C3%B3ria_jornalismo_mem%C3%B3ria_e_hist%C3%B3ria_na_era_digital_2014_>. Acesso em: 26 mai. 2020.

PALUDO, Monique Hellen; ROSEIRA, Elisa Ferreira. **O podcast jornalístico.** In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, XII, 2011, Paraná, Londrina. Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0436-1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

PRIMO, Alex. **Para além da emissão sonora:** as interações no podcasting. In: Intexto. Porto Alegre, n.13, 2005. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4210>>. Acesso em: 16 abr. 2020.
Quatro em cada dez internautas já ouviram podcast no Brasil. **Piauí**, 11 mai. 2019. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/quatro-em-cada-dez-internautas-ja-ouviram-podcast-no-brasil/>. Acesso em: 13 abr. 2020.

SEIXAS, Lia. **Gêneros jornalísticos digitais - Um estudo das práticas discursivas no ambiente digital.** In: Projeto de doutorado FACOM. COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2004. Disponível em:

<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_665.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2020.

SOSA, Emília; BONITO, Marco. **Pesquisa exploratória para conhecer o contexto científico dos Podcasts jornalísticos no Spotify**. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, XX, 2019, Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Universidade Federal do Pampa, São Borja: Intercom, 2019. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0091-1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

SOUZA, J.; FORT, M. C.; BOLFE, J. S. **Produção Audiofônica**: uma análise de estilos frequentes na podosfera brasileira. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 78-111, jan./abr. 2020. Disponível em: <

<https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/article/view/4324/3401>>. Acesso em: 08 de jul. de 2020.

Spotify revela músicas e artistas mais ouvidos em 2019 e na década. **Jornal Correio**, 03 dez. 2019. Variedades. Disponível em:

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/spotify-revela-musicas-e-artistas-mais-ouvidos-em-2019-e-na-decada/>. Acesso em: 16 abr. 2020.

VANASSI, Gustavo Cardoso. **Podcasting como processo midiático interativo**. 2007, 73 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Comunicação Social, Universidade de Caxias do Sul, RS, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vanassi-gustavopodcasting-processo-midiatico-interativo.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos [recurso eletrônico] / Robert K. Yin ; [tradução: Cristhian Matheus Herrera]. – 5.ed – Porto Alegre: Bookman, 2015.

VASCONCELOS, Maísa. Brasil é o 2º país que mais consome podcasts no mundo, aponta Spotify. **O POVO online**, 01 nov. 2019. Notícia. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/tecnologia/2019/11/01/brasil-e-o-2--pais-que-mais-consome-podcasts-no-mundo--aponta-spotify.html>. Acesso em: 13 abr. 2020.

