

Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta

Nivaldo Ferraz

Jornalista pela Universidade Metodista, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Cruzeiro do Sul. Ex-professor e ex-coordenador do curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi. Ex-repórter, redator, diretor de programas das Rádios Cultura de São Paulo e Gazeta de São Paulo. Ex-produtor independente da Rádio USP de São Paulo.

E-mail: ferraznivaldo@gmail.com

Daniel Gambaro

Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre pela mesma instituição e graduado em Rádio e Televisão pela Universidade Anhembi Morumbi. Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi.

E-mail: d.gambaro@outlook.com

Resumo: O artigo relaciona a formação histórica do radiojornalismo com o podcast, apontando que características institucionalizadas se prolongam em novas práticas, e quais devem ser repensadas. O rádio brasileiro valoriza o modelo “*hard news*”, com cobertura ao vivo, vozes de especialistas e entrevistas apoiadas por pautas apressadas, causa e consequência da insignificante presença de modos mais elaborados de produção. Já plataformas assíncronas como o podcast caracterizam nova Experiência Midiatizada de Escuta, decorrência das “estruturas de sentimento” contemporâneas, determinadas pela mediação tecnológica de práticas cotidianas e por relações emergentes de representatividade, impondo uma nova lógica de consumo de notícia. Escolhemos o podcast *Vozes: histórias e reflexões*, da CBN, como exemplo para um modelo que mantém a tradição jornalístico-radiofônica de reportagens especiais, enquanto quebra o paradigma estabelecido e propõe uma nova ordem de produção e provocação de consumo.

Palavras-chave: Podcast; Rádio; Jornalismo; Escuta; Experiências midiáticas

Podcast and radio journalism: a combination of traditional media and new production and listening experiences

Abstract: This paper correlates the historical formation of the radio journalism with the podcast, pointing at what are the institutionalized characteristics that remains in new practices and which ones must be revisited. Brazilian radio favours the hard news model, i.e., live coverage and voices of specialists and interviews, supported by hasty agendas, a direct consequence of the insignificant amount of more elaborated productions in the radio output. Asynchronous platforms such as podcast, on its turn, characterize new Media Listening Experience (MLE), a result of contemporary “structures of feeling” determined by technological mediation of everyday practices and by emerging relations of representativeness, leading to a new logic of news consumption. We selected a podcast from CBN, *Vozes: histórias e reflexões*, as example for a model that retains the radio-journalistic tradition of special reportages, while breaking the established paradigm to propose a new order of production and consumption incentive.

Keywords: Podcast; Radio; Journalism; Listening; Mediatized experiences.

Recebido em: 06/fev/2020

Aprovado em: 24/abr/2020

Introdução

O desenvolvimento dos podcasts jornalísticos, nesta segunda década do século 21, guarda uma relação histórica com os formatos e estratégias do radiojornalismo. Neste momento, em que o rádio está completando 100 anos de sua existência como meio de comunicação massivo, formas mais recentes de consumo de conteúdo sonoro bebem da mesma fonte de linguagem e de produção. Por outro lado, os podcasts, por constituírem um modelo assíncrono de distribuição de conteúdo, proporcionam experiências renovadas de escuta que, por sua vez, permitem o uso mais intensivo de uma miríade de recursos de linguagem. Tal possibilidade, entretanto, nem sempre se concretiza no grosso da produção disponibilizada no Brasil, em especial aquela derivada de canais tradicionais de jornalismo, como estações de rádio.

O que se nota como estratégia inicial para produção da maior parte das emissoras jornalísticas é o reaproveitamento de um formato lançado ao ar. A produção dos meios cujo sistema é o de broadcasting faz um processo de “re-empacotamento” do que é apresentado como os tradicionais formatos de comentário, entrevista e reportagem, apresentando o trecho isolado do todo em arquivos de áudio para serem reproduzidos estando o ouvinte on-line. Essa é a forma mais rápida e econômica que a maioria das emissoras jornalísticas encontra para participar desse novo universo de distribuição e consumo de conteúdo por via digital, sem custo adicional.

Existem consequências tanto positivas quanto negativas em função dessa sistemática reprodução das formas enraizadas de produção. Por um lado, a continuidade de práticas e formatos relacionados ao jornalismo radiofônico instituído a partir dos anos 1940 – cujo principal marco é o Repórter Esso – denota a solidez de um modelo de comunicação noticiosa, fruto de incontestável legitimidade do meio entre a comunidade radiouvinte. Seguir o modelo formal do jornalismo do rádio é símbolo da continuidade de formas culturais dominantes, mesmo em ambientes recentes proporcionados pelo ecossistema midiático digital. Por outro lado, porém, observamos a estagnação do desenvolvimento de práticas criativas, capazes de trazer para o campo do jornalismo em áudio formatos sofisticados que exijam uma relação mais complexa do ouvinte com a peça sonora.

Tal debate ganha relevância quando observamos os números do mercado: a audiência do rádio vem caindo sistematicamente desde 2004¹. Por outro lado, a indústria do podcast, ainda que incipiente, vem encontrando seu público². Em países cuja indústria radiofônica e o acesso à internet são melhor consolidados, os números sobre acesso e consumo de podcasts são promissores³. Assim, nestes 100 anos do rádio, os caminhos da mídia sonora se dividem entre o consumo ao vivo, a companhia e a prestação de serviços que marcam o rádio desde sua popularização, e entre o acesso em tempo diferido, à conveniência do ouvinte.

As práticas de podcast, nesse sentido, podem vir a representar uma inusitada experiência midiática de escuta (EME), campo historicamente dominado pelo rádio. Hoje, o conteúdo sonoro e as interfaces de acesso compõem, em conjunto, a experiência a ser vivenciada pelo ouvinte. Claro, do “capela” no centro da sala ao radinho de pilha, do Hi-Fi no quarto ao rádio no carro, essas interfaces colaboraram para determinar os modos e hábitos de escuta (FERRARETTO, 2007). Porém, hoje, num momento em que o dispositivo centralizador do cotidiano é o *smartphone*, a portabilidade e a sensação de acesso ampliam exponencialmente o poder da interface. Com essa nova relação com os dispositivos, os produtores de rádio (ou de áudio) não podem ignorar que os modos de escuta – ainda mais individualizados – passam a variar.

¹ Em 2017, último ano disponível nas publicações do Grupo de Mídia SP, o rádio bateu recorde negativo de penetração no “duplo período” (o entrevistado ouviu rádio nos últimos sete dias): 56% da população acima dos 10 anos de idade, nos 9 principais mercados. Em 2004, esse número era 90% (GRUPO DE MÍDIA SP, 2018; 2005).

² Pesquisa do Kantar Ibope, realizada em janeiro de 2019, mostra que 40% dos internautas brasileiros ouviram podcast alguma vez na vida, e 19% se mostrou ouvinte regular (“QUATRO...”, 2019). Esse número, entretanto, deve ser relativizado, primeiro por considerar apenas internautas, e não a população economicamente ativa em sua totalidade, e segundo por incluir como “podcast” serviços de áudio on-line, como SoundCloud e YouTube.

³ A pesquisa *Infinity Dial 2019* mostra crescimento constante do podcast, com 51% da população estadunidense acima de 12 anos consumindo podcast, sendo que 22% o faz em uma base semanal (EDSON RESEARCH; TRITON DIGITAL, 2019). No Reino Unido, 14% da população acima de 15 anos ouve podcasts em uma frequência semanal (RAJAR, 2019).

Todavia, na contramão dessa perspectiva, valorizamos, no mercado e na academia, a informação em modelo de “*hard news*”, com cobertura ao vivo de um lado, e do outro, vozes de especialistas e entrevistas apoiadas por pautas apressadas. A velocidade da produção, que autentifica o rádio como veículo informativo, é também a razão para a insignificante presença de modos mais elaborados de produção. Isso impacta a produção radiofônica, tanto quanto impacta o nascente podcast jornalístico brasileiro. Esse será o cerne da discussão apresentada neste texto.

Na próxima seção, apresentaremos uma leitura crítica de como se constituiu o jornalismo no rádio, elencando vantagens sociais e limitações de exploração da mídia. Ao modo de revisão bibliográfica, são revisitados autores que mapearam a produção jornalística no rádio hertziano e o discurso dominante sobre o tema e as formas da notícia radiofônica. Em seguida, discutimos o conceito de EME, continente tanto do rádio como do podcast, e apresentamos algumas características deste último que são adicionadas em contrapartida ao modelo institucionalizado de produção. Partimos, então, para o comentário de alguns exemplos de produção que, em nossa opinião, avançam no uso mais sofisticado da linguagem radiofônica em podcasts, com a análise do podcast *Vozes: histórias e reflexões*, da Rádio CBN. Entendemos que esse conteúdo pode ser tratado como um modelo que mantém a tradição jornalístico-radiofônica de reportagens especiais para rádio, enquanto avança na questão da estética auditiva se comparada com a programação. Por fim, nas considerações, avaliamos como essas disputas internas ao campo da produção sonora remontam às estruturas de sentimento contemporâneas, conceito emprestado de Raymond Williams (1980) que nos ajudará a explicar como as mudanças sociais são percebidas culturalmente, manifestadas em produções que usam os recursos materiais contemporâneos.

A informação no rádio

O desenvolvimento do radiojornalismo no Brasil privilegiou, nos seus anos iniciais, a síntese noticiosa e, posteriormente, o factual e a prestação de serviços. Nesse processo, costuma ser destacado o *Repórter Esso*, na Rádio Nacional, criado para transmitir notícias internacionais em função da 2ª Guerra Mundial e conectar um Brasil em desenvolvimento ao restante do mundo. O formato ágil e padronizado do *Repórter Esso*, que contava com manual a orientar sua forma, representa um marco, pois “as principais normas rígidas e funcionais de elaboração do Repórter são a comprovação de que o ‘Esso’ é determinante no nosso modelo de notícia: síntese, clareza, objetividade na forma e na estrutura do relato”. (ZUCULOTO, 2012: 29)

Para Zuculoto (2012), *Repórter Esso* é símbolo de uma segunda fase do jornalismo, marcada pelo encontro da notícia com a linguagem propriamente radiofônica, superando uma fase de improviso e cópia da imprensa escrita. Segundo Ferraz (2016: 33) “o improviso parece ter dado aos primeiros produtores de conteúdo do rádio a percepção de que ele – o improviso – era a própria fórmula do sucesso da programação, uma vez que a audiência respondia positivamente”. Há um descompasso entre as possibilidades da produção jornalística, capaz de suportar formas mais sofisticadas, e a programação efetivamente entregue pelas estações.

A precariedade técnica acabou por gerar precariedade de conteúdo em muitos momentos da história do rádio brasileiro, quando fica comprovado que a essa precariedade se mesclou o improviso, o que influenciou definitivamente em atraso de produção de conteúdo e por consequência em involução de sua linguagem (...) a classe dominante brasileira, que controlou e controla os meios de comunicação, não só financeiramente, mas também seu conteúdo de

entretenimento e sua agenda de cobertura jornalística, sempre se interessou mais por seu próprio deslumbre pelo poder e possibilidade de perpetuação do que verdadeiramente em progresso social dos meios de comunicação. (FERRAZ, 2016: 52)

Essas bases se reproduziram tanto na prática quanto nos discursos sobre o jornalismo no rádio. Desta feita, tais cânones dão a direção de uma produção de rádio, mesmo no momento de sua transformação nos anos 1970, quando o processo de especialização das estações se intensifica e abre mais espaço para o jornalismo no rádio. Ortriwano (2001), escrevendo em 1984, descreve como “principal função” do meio informar e nota, então, uma guinada ao radiojornalismo. Afirma a autora que, “das produções caras, com multidões de contratados, o rádio parte agora para uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços” (*Ibid.*: 22). Teria *restado* ao rádio, após a TV, “a agilidade para informar, prestar serviços de utilidade pública, estabelecer uma relação de maior intimidade com a audiência, ouvi-la, enfim” (KISCHINHEVSKY, 2016: 98). Nas palavras de Zuculoto (2012: 99-100), o transistor “também auxiliou o rádio a não se transformar somente numa vitrola e perceber que o jornalismo, da mesma forma que rodar música, poderia ser uma alternativa de sobrevivência”. O imediatismo e a instantaneidade, são, então, exaltados, em paralelo a outras características como mobilidade e penetração.

Reside, aqui, nossa crítica: há sobrevalorização de um modelo de produção que prolonga o *Repórter Esso*, mas que não valoriza o que está por trás da superfície do fato noticiado, isto é, a investigação e análise aprofundada. Ortriwano (2001), ao listar diferentes formas de difusão da informação, coloca os programas com esse tipo de aprofundamento entre os “especiais”, importantes porque “podem apresentar uma visão mais analítica, tanto a nível retrospectivo quanto projetivo” (*Ibid.*: 95), mesmo que não componham o principal corpo da programação.

Nas décadas seguintes, há uma ênfase no acontecimento imediato, no local, naquilo que supostamente é o interesse instantâneo do ouvinte “para estar bem informado”. Primeiro, como assinala Zuculoto (2012), há maior presença da reportagem e participação ao vivo do repórter, que faz o texto do radiojornalismo caminhar para a coloquialidade, função do improviso incorporado à linguagem. Segundo, com os modelos de redes *all news*, como a CBN a partir dos anos 1990, a cobertura imediata ganha versatilidade com a expansão em diferentes praças. A evolução tecnológica impulsionou, também, a racionalização dos processos de produção, resultando no encolhimento do número de profissionais, no acúmulo de funções (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010), e na redução do tempo disponível para a apurar informações. Como substituto, a utilização de comentaristas e especialistas fortalece um rádio essencialmente falado, mas sem a diversidade das vozes. Os comentários e opiniões “sobrepuseram em importância – na consideração das empresas de jornalismo –, ao lugar das reportagens que poderiam ser feitas com as vozes de envolvidos nas histórias relatadas” (FERRAZ, 2016: 84).

Entendemos que, para exploração da capacidade criativa permitida pela linguagem sonora, o radiojornalismo deve ir além do paradigma estabelecido. Ainda não superamos as limitações técnicas e políticas que constroem o meio. A reportagem radiofônica, por exemplo, pode ser pensada além da apuração e divulgação dos fatos, e adentrar as estruturas narrativas da dramatização, o que garantiria “uma versão subjetiva e representativa do fato que se quer narrar” (FERRAZ, 2016: 189). Para dar clareza a essa proposta, resumimos algumas definições canonizadas do jornalismo no rádio.

Conceitos de notícia e de reportagem no jornalismo, no rádio e no podcast jornalístico

A notícia, além de um gênero jornalístico, representa uma das expressões fundamentais da mídia e é uma configuração técnica, social e organizada do acontecimento. O acontecimento, além de imprevisível, é também “uma informação; isto é, um elemento novo que chega de repente do sistema social” (MORIN *apud* ALSINA, 2009: 43). Muniz Sodré vai à filosofia de Deleuze e Guattari para elucidar um conceito de “acontecimento”, em que “ele tem uma parte sombria e secreta que não para de se subtrair ou de se acrescentar à sua atualização: ao contrário do estado de coisas, ele não começa, nem acaba, mas ganhou ou guardou o movimento infinito ao qual dá a sua consistência.” (DELEUZE; GUATTARI *apud* SODRÉ, 2009: 36). Esse conceito de acontecimento e de sua infinitude choca-se, também, com o de notícia, qualquer que seja ele, tais como “relato de fatos que aconteceram nas últimas 24 horas”, ou “é tudo o que interessa e que não se sabia antes”, ou ainda “nova informação a respeito de um assunto que possui algum interesse público e que é transmitida para uma porção deste público”. Em qualquer conceito de notícia, ao contrário do acontecimento, a narrativa começa e acaba.

Para Muniz Sodré, falar de notícia traz imprecisão conceitual, “seja devido à dificuldade inerente a critérios internos da prática profissional, seja pela precariedade teórica” (SODRÉ, 2009: 22-23). Embora desclassifique muitos conceitos de notícia, o autor chega à sua própria definição deste objeto:

“considerada como uma construção textual paradigmática da informação jornalística – [a notícia] é um *gênero sociodiscursivo*⁴. Isto implica dizer que o seu sentido depende diretamente de uma situação comunicativa inserida na experiência cotidiana, comum a um grupo de sujeitos linguísticos” (SODRÉ, 2009: 138).

⁴ A expressão *gênero sociodiscursivo* é apontada por Sodré como pertencente à obra de ABRIL, G. *Teoría general de la información*. [s.l.]: Cátedra, 1997, pp. 239-246.

Um acontecimento deve ser considerado como algo absolutamente imprevisível do ponto de vista da vida cotidiana racional, e a notícia é a sua expressão quando validada (publicada) por uma espécie de acordo entre o jornalismo e a sociedade (ALSINA, 2009). Para ele a notícia é como “uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009: 14).

Os valores-notícia e o critério de noticiabilidade de Traquina

O costume do que é noticiável na observação do jornalista está apoiado na suposta relevância do acontecimento que ele decide transformar em notícia. Esta decisão é tomada, conforme o estudioso Nelson Traquina (2005), quando o acontecimento reúne um ou mais *valores-notícia*, isto é, corresponde a critérios de noticiabilidade. Uma série de elementos se compõem em *valores-notícia*, e os processos pelos quais o jornalista considera e constrói uma notícia a partir de um acontecimento podem ser divididos entre *valores-notícia de seleção* e *valores-notícia de construção*. Um acontecimento deve ter pelo menos um dos seguintes *valores-notícia de seleção* para ser transformado em matéria: morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração, escândalo, disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso. Já os *valores-notícia de construção* são “os critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia” (TRAQUINA, 2005: 91). Isso significa considerar o acontecimento por sua história, por seus detalhes constitutivos.

⁵ Consideramos os Sites de Redes Sociais uma parcela dos serviços baseados em internet, capazes de emular virtualmente redes sociais ampliadas, porém marcadas por laços fracos de pertencimento dos indivíduos.

Alguns dos valores-notícia relatados merecem reparos, pois sofrem modificações com os impactos que os Sites de Redes Sociais⁵ (SRS) provocam na

construção da notícia. Esses impactos estão ligados a informações geradas e reverberadas em progressão na rede mundial. Com essa força, elas chegam a ocupar parte da agenda do dia e conquistar seu espaço entre as notícias da grande mídia. Um desses casos é a noção de *relevância*, que se converte em valor não apenas a ser aplicado pelo jornalista de rádio, como critério para avaliar as informações que ele apura. Os SRS são, nesse caso, algo além de um conjunto de fontes a mais que o jornalista deve somar em seu espectro para a busca de informações relevantes. Desde que não enxergadas na agenda noticiosa do dia, tratam-se de uma imbricação de informações novas que podem ocupar seu espaço constituinte como notícia a partir da repercussão que ganham na própria rede, independentemente da relevância do rádio diante dessas circunstâncias em que a notícia circula. Desta forma, o conceito de valor-notícia como *relevância* se amplia e se desloca, pois se mantém no filtro do jornalista, mas passa por um controle compartilhado pela rede.

Uma das questões deste “estado de arte” das notícias produzidas, espalhadas e consumidas à forma digital é de que se inverte o eixo da construção da notícias para a qual a participação do rádio foi fundamental em seus princípios. O rádio deixou há muito de ser o lugar do nascedouro da notícia a pautar jornais impressos e revistas. Por imensa precarização de suas redações – a dizimar cargos e diminuir a potência de equipes em informar (MARCONDES FILHO, 2000), processo que segue hoje por convergência entre a diminuição do aporte publicitário a emissoras hertzianas, a necessidade de gestores em minimizar custos, e ainda uma ordem não esclarecida sobre como monetizar modelos de conteúdos nas vias digitais – restou ao conceito de valor-notícia nos dias de hoje ser validado por métricas sobre alcance da informação.

Ainda que, em geral, o termômetro dos grupos sociais tende a repetir, em sua maioria, o termômetro do jornalista, cumprindo uma expectativa hegemônica de discurso que está estabelecido nos grandes conglomerados de comunicação, o controle social do discurso de um centro de poder refletido nas e pelas mídias não é sustentado o tempo todo, como já o foi. Isso se explica pelas características do transitar da informação na rede, de forma que ocorre o que Bernard Miège observou como mudança provocada pela oferta pública de informação disponível na *internet*. Para o autor, essa oferta

vem apenas, em segundo plano, de jornalistas (...) O que podemos ter como certo é que os produtos assim propostos têm um caráter público (não são reservados aos especialistas e aos profissionais) e que intervêm às margens da informação de imprensa, seja para criticá-la, seja para competir com ela, seja para propor uma abordagem “alternativa” mais ou menos radical, seja para completá-la (essa evolução recente traduz uma adaptação certa tanto dos órgãos de informação quanto dos jornalistas profissionais). É difícil avaliar a audiência, mas ela explora incontestavelmente a queda de credibilidade das mídias em uso (MIÉGE, 2009: 116).

Em resumo, devemos levar em conta que os meios de comunicação tradicionais, historicamente ocupados pelas suas tradições políticas, viraram objeto de descrença. Especialmente o jornalismo, que depende da confiança do receptor para servir como elemento de coesão social, capaz de fiscalizar instituições políticas, sofre o impacto e precisa se redefinir a partir de suas estruturas – tanto físicas quanto processuais (USHER, 2018). As pessoas que acreditam em notícias falsas, por exemplo, estão facilmente em conexão com o grupo ao qual se alinham ideologicamente, e possuem poucas ferramentas ou competências para buscar as evidências do oposto (GHONIM; RASHBASS, 2018). O sistema de algoritmos e recomendação das mídias sociais, em especial os SRS, reforçam justamente a oferta desse conteúdo repetido, criando filtros invisíveis (PARISER, 2012).

Propomos que cabe ao jornalismo do rádio, neste momento de nova transformação, tomar proveito das circunstâncias de produção e circulação de informação em rede para propor uma nova experiência midiaticizada de escuta (EME), que surja como contraponto. No complexo sistema da recomendação automática existem também engendrados respiros, furos e distrações por parte da vigilância do domínio dos grandes conglomerados. Fora e dentro dos sistemas de informação de conglomerados encontram-se espaços que, talvez, permitam “furar a bolha” tanto em termos de linguagem como, principalmente, em conteúdo. Nos SRSs independentes dos compromissos empresariais aos que os grandes conglomerados de comunicação radiofônica estão vinculados, mas também em espaços da mídia tradicional é possível produzir, distribuir e estabelecer narrativas diferentes por conta do surgimento, uso e consumo do formato de podcast.

Um exemplo de ocupação de discurso distinto do conglomerado e, ao mesmo tempo, dentro dele, é o podcast *Vozes: histórias e reflexões*, da Rádio CBN, ainda que a emissora não o apresente em sua programação diária. A CBN se limita em ondas hertzianas a pôr no ar uma chamada de cada podcast logo depois de sua disponibilização na página de internet da emissora.

Sobre o conceito de Reportagem

Nos interessa apresentar a reportagem como base para a significação prática do jornalismo, por ser este um gênero para o qual convergem diversos formatos jornalísticos, como entrevista na função de ferramenta, apuração como método de constituição futura de uma narrativa, formulação da pauta em que todos os dados a respeito do acontecimento estão dispostos a demonstrar a pesquisa feita na apuração, técnica de edição a promover o que de fato pode interessar mais ao leitor/ouvinte em termos de narrativa, além da fundamental escrita/narrativa do fato como texto ordinário do jornalismo, atendendo todas as suas regras; ou extraordinário, a depender do estilo da reportagem. Sodré e Ferrari (1986) insistem em que este gênero jornalístico necessita contar com uma criatividade narrativa do repórter, que batizam de “humanização do relato” e de “caráter impressionista do narrador”:

a humanização se acentuará na medida em que o relato for feito por alguém que não só testemunha a ação, mas também participa dos fatos. O repórter é aquele “que está presente”, servindo de ponte (e, portanto, diminuindo a distância) entre o leitor e o acontecimento. Mesmo não sendo feita na primeira pessoa, a narrativa deverá carregar em seu discurso um tom impressionista que favoreça essa aproximação (SODRÉ; FERRARI, 1986: 15)

Vinte e três anos depois, Moniz Sodré volta a essa discussão original entre jornalismo e literatura, desta vez falando sobre a narrativa, para nós aplicável à reportagem, onde

Trata-se agora de afirmar a especificidade do discurso informativo, distinguindo-o da ficção literária, mas sem deixar de evidenciar o seu relacionamento tenso com a literatura. O discurso como prática social de linguagem é uma categoria importante para essa demonstração, assim como os usos que a retórica jornalística faz da narrativa. (SODRÉ, 2009: 137)

No universo radiofônico a reportagem pode ser definida como modelo de representação da realidade que procura narrar e descrever fatos e ações de interesse para as pessoas, capaz de prover contextos de interpretação amplos, rico uso de fontes e de recursos de produção, alinhados a uma criativa construção estética (HERRERA-DAMAS, 2008: 14). Acrescentamos a essa análise que a reportagem não se trata apenas de um monólogo, por envolver a possibilidade

de diálogo no qual outras vozes, além da do repórter/narrador, conduzem a história. Mas mesmo esse diálogo pode manter uma narrativa com recursos dramáticos, sem se afastar da realidade relatada. Para José Ignacio López-Vigil,

a reportagem é a que se aproxima mais do gênero dramático. Como este, irá criando no ouvinte uma atmosfera de suspense, de intriga crescente, até chegar a um desenlace, inesperado de preferência. É como uma novela, só que não de ficção, mas real, que informa sobre fatos verídicos, documentada. (LÓPEZ-VIGIL, 2003: 289)

O gênero reportagem sofreu modificações diante da evolução tecnológica e involução financeira das emissoras brasileiras, de forma que é raro encontrar reportagens com as características aqui expostas difundidas por rádios hertzianas; mas não é tão difícil encontrá-la como uma espécie de descendente contemporânea da reportagem do século XX, a recuperar traços hereditários de quando era feita para meios analógicos e eletrônicos, e que, na mesma vez em que recupera esses sinais de sua antepassada, aponta formas narrativas que, se já foram apropriadas pelo rádio, não são hoje em dia consideradas.

Como fundamentos teóricos sobre a constituição da notícia e da reportagem para o jornalismo, acreditamos serem esses, que acabam de ser apresentados, aplicáveis também ao rádio absolutamente e ao podcast jornalístico apenas em parte. Aplicam-se ao rádio em termos absolutos, com o acréscimo de que a notícia anunciada no rádio jornalístico sempre urge, estando ela quase constantemente no universo em que tudo parece ser *all news* e tudo é anunciado com um proliferado sentimento de urgência. Como veremos mais adiante, em análise de um episódio do podcast *Vozes: histórias e reflexões*, de produção da Rádio CBN, é possível apresentar um podcast em forma de reportagem – como é este *Vozes*, sonorizado inclusive por um funcionário da sonoplastia da CBN (Claudio Antonio), com assinatura sonora que remete a apuração das reportagens especiais e séries semanais que os repórteres fazem em situações especiais. Não se alteram as formas básicas de edição sonora, mas por outro lado não são cumpridos na totalidade os preceitos do jornalismo objetivo. Encontramos algumas rupturas em estruturas narrativas tradicionais do jornalismo de rádio, em demonstração de produto feito com narrativa própria para os Sites de Redes Sociais (SRS) e repositórios de podcasts.

Sobre as experiências midiáticas de escuta (EME)

Em termos de consumo midiático, uma característica contemporânea é a farta oferta de conteúdo, espalhado em diferentes mídias, que disputam o escasso tempo dos indivíduos. É possível, por exemplo, apontar o crescimento do tempo dedicado a assistir vídeos ou ouvir programas de áudio, habilitados pela mobilidade dos equipamentos (como os *smartphones*). Por outro lado, novos agentes econômicos se somaram ao conjunto de mídias – como os SRSs, empresas de streaming e portais de conteúdo. Com relação à indústria radiofônica, isso significa que a pessoa que outrora compunha a comunidade ouvinte pode, mais facilmente, se voltar a outra forma de consumo midiático e formar comunidades em SRSs. O rádio, portanto, compete com mais e diferentes meios no ecossistema midiático digital.

Conseqüentemente, novas experiências midiáticas caracterizam o fluxo de entretenimento e informação na contemporaneidade. No caso das mídias sonoras, tais novidades implicam que os produtores devem tentar acompanhar o ritmo diferenciado de consumo apresentado pelos ouvintes. A experiência midiática de escuta (EME) representada longamente pelo rádio ganha complexidade dentro dos novos entornos digitais, com valorização da marca da estação na oferta de conteúdos diversos. Como sugere Ferraretto (2014), a

convergência tecnológica vem se tornando central em estratégias mercadológicas, em vez de uma segmentação muito rígida. Há um lugar ainda não definido para o assentamento de novas experiências midiáticas de escuta no comportamento do consumidor brasileiro de áudio neste momento. Com este artigo, tentamos demonstrar que é na referência ao rádio hertziano, como modelo a ser simultaneamente copiado e contestado, que podemos aventar um lugar de produção, enquanto apenas a observação de práticas cotidianas da sociedade pode nos informar sobre o espaço de recepção.

Para dar um pouco mais de clareza ao momento atual, vamos brevemente adentrar o conceito de EME. Tal como explicado por Pluskota (2015), as experiências midiáticas de escuta representam o conjunto de formatos e práticas de acesso a conteúdo em áudio, em plataformas on-line e off-line, e as atividades relacionadas que ocorrem paralelamente. Ao analisar o consumo dos *millenials*, Pluskota anota que os serviços de streaming musical como Spotify e Deezer são resultado de uma evolução no consumo musical, que se inicia com a quebra da hegemonia das grandes gravadoras na distribuição de fonogramas. Em resumo, a oferta de um amplo catálogo, disponível instantaneamente em troca de uma assinatura de baixo custo, introduziu singular prática de consumo cultural.

Acreditamos que esse é um bom ponto de partida para desenvolvermos melhor tal conceito, enxergando-o como componente da dinâmica de consumo do rádio informativo e da produção sonora jornalística, em forma de grande reportagem de origem radiofônica. Podemos associar às EMEs outros segmentos de público além da faixa de jovens adultos, que fruem diferentes formas dos conteúdos sonoros, mediadas tecnologicamente. Sob esta perspectiva, a escuta como atividade cultural se configura como opção de entretenimento e/ou informação, reposicionando o rádio no ecossistema midiático e associando-o a outras formas, como o podcast. Define-se, então, um campo com diferentes tecnologias, cujo epicentro é a produção sonora. Acomodar o rádio e o podcast dentro desse campo requer um investimento em pesquisa para compreender a recepção do produto radiofônico, hoje relativamente ausente se considerarmos as rotinas de produção.

Em primeiro lugar, é preciso considerar que os ouvintes em ambientes on-line podem desejar a realocação da programação radiofônica, isto é, sua disponibilidade temporalmente flexível e alinhada a interesses individuais. Ganha importância, desse modo, o que aprendemos com os serviços de streaming musical, aos quais três características são determinantes para seu sucesso: a disponibilidade (o acesso facilitado), a capacidade de escolha e a possibilidade de personalização (mesmo que controlada a partir de quem faz a oferta). Em segundo lugar, vivemos o que alguns autores chamam de “segunda onda” do podcast, em virtude do forte crescimento tanto da oferta como do consumo desse formato sonoro em outros mercados, como o estadunidense e o europeu (BERRY, 2016; MCHUGH, 2016). Após uma primeira fase marcada pela difusão de produção independente, ligada à divulgação pessoal e à popularização dos primeiros tocadores do formato MP3 (VICENTE, 2018), o momento atual começou a tomar forma com os *smartphones* e a sedimentação de uma “cultura da portabilidade” (KISCHINHEVSKY, 2009). Cerca de cinco anos transcorreram desde a estreia desses dispositivos, estando o iPhone da Apple à frente, em 2007, até que produções como *Serial*⁶, realizada pela rede pública estadunidense NPR, ganhasse notoriedade mundial – tornando-se, portanto, um marco do desenvolvimento tanto do formato de distribuição, como do formato jornalístico que caracteriza esse seriado.

⁶ *Serial* é uma série de podcasts estadunidense, realizada pelos criadores do programa *This American Life* e apresentada pela jornalista Sarah Koenig (<https://serialpodcast.org/>). TAL é uma atração de bastante sucesso da estação WBEZ Chicago, filiada da National Public Radio (NPR). O programa ganhou diversos prêmios pelo mundo, e é celebrado por estudiosos e produtores como um marco da segunda fase do podcast como indústria.

As análises que recaem sobre o podcast, suas viabilidades e os caminhos possíveis, permanecem abertos nesta virada de década. Numa ponta do espectro, há aqueles que veem os podcasts relacionados a uma continuidade de processos tecnológicos e técnicas de produções originalmente radiofônicas, isto é, a renovação necessária do rádio no início de seu novo centenário. Para Kischinhevsky (2016: 70), por exemplo, as alterações na lógica de consumo de obras radiofônicas, proporcionada pelos podcasts, se referem especialmente à circulação de conteúdos em mídias sociais. Duas práticas são celebradas nessa abordagem: o rompimento da grade fixa de programação e o compartilhamento orgânico da produção entre participantes de uma rede digital. Neste caso, a “lógica do broadcast” permaneceria mesmo sem o fluxo contínuo, pois a inversão de papéis entre internautas e comunicadores não traria “inovações no processo comunicacional”, i.e., permanece a produção de um para muitos. Trata-se, obviamente, de uma observação limitada à pouca abrangência dos podcasts à época da escrita do texto, em que parecia prevalecer o pessimismo com relação às formas de mercado, e, portanto, não abarcava as efetivas mudanças e continuidades sociais.

Assumindo um ponto de vista mais “integrado”, outros autores observam como a diversificação das metodologias de produção e de escuta se entremeiam a outras práticas contemporâneas, não necessária e diretamente derivadas da escuta, mas que acabam por dar forma às EME. Dubber (2013), mesmo entendendo o podcast como a continuidade de um processo de individualização da escuta iniciado nos anos 1970, com o transistor, aponta a existência de uma parcela das produções que foge da rotina da produção radiofônica institucionalizada: não são excertos de programas veiculados em estações hertzianas, nem mesmo cópia de formatos regulares nas estações. Berry (2016) descreve, então, o rádio como referência para os programas que são disponibilizados em plataformas de podcast, seja como cópia ou como distinção. Nesse entremeio, o comentário em rede, a colaboração ativa do ouvinte na produção, a possibilidade de download para escuta *off-line* e a troca de arquivos com amigos são apenas algumas das práticas que os indivíduos passam a ter disponíveis em suas experiências de escuta.

Defendemos que são nas produções desviantes que encontramos a maior motivação para estudar e discutir o podcast em relação ao rádio. No caso brasileiro, é possível afirmar que esse novo campo abre possibilidades de resgatar e evoluir fórmulas e formatos pouco convencionais no rádio hodierno. Por exemplo, a audição concentrada que o ouvinte dedica ao podcast – essa individualização potencializada que, por si só, já corresponde a uma outra experiência de escuta – permite testar formas sonoras mais sofisticadas, ou mesmo renovar a íntima relação que se estabelece entre ouvinte e comunicador/jornalista.

Ao mesmo tempo, não é de se espantar que os formatos jornalísticos estejam se tornando o principal corpo de produções de podcast. Uma análise mais global nos mostra que um dos fatores centrais desse impulso é o investimento de serviços públicos, como NPR, nos Estados Unidos e BBC, no Reino Unido. A tradição do radiodocumentário e nesses países, bem como na França e na Alemanha (SANTOS, 2016), fornece substância necessária para dar forma às novas produções nesses territórios. Além disso, segundo Vicente (2018), a natureza de distribuição aberta do podcast tem possibilitado um espaço para o jornalismo independente e investigativo, muitas vezes apoiado em formas de financiamento alternativos como o *crowdfunding*. O lado negativo, entretanto, é que o sucesso de formatos muito colados ao jornalismo mais tradicional – alavancado pelo hábito enraizado do consumo de notícias – pode restringir o

investimento em obras diferenciadas, como identifica McHugh (2016) ao observar as produções inspiradas no modelo narrativo de *Serial*.

Enquanto parte da produção que vai ao ar via antena for a principal forma de conteúdo on-demand, ao menos em termos de linguagem ou experiência de escuta, não devemos esperar nada muito novo. Berry (2016) nota que é bastante raro um podcast se tornar, posteriormente, uma atração em uma grade de programação de rádio hertziano, o que pode representar uma verdadeira limitação de alcance por conta da sua forma e conteúdo comumente associados aos podcasts.

Seja bancado por agentes independentes ou estações de rádio tradicionais, tudo leva a crer que estamos vivendo um momento de consolidação do podcast como formato e como mercado (VICENTE, 2018). Outro sinal dessa institucionalização é a recente entrada, nesse campo, dos serviços de streaming de rádio, como Spotify, que passaram da oferta exclusiva de música para os podcasts. São justamente esses novos mediadores que apresentam o potencial para permitir a entrada e consolidação de agentes independentes – apesar de vivermos, também, um momento de fechamento do mercado em torno de poucas empresas digitais.⁷

⁷ Embora haja aumento de concorrência entre Amazon, Apple, Facebook, Google e Microsoft em nível amplo; e Spotify, Deezer, Pandora e Apple e Google novamente e em nível mais específico, o que vivenciamos é a introdução de novos intermediários nos negócios, e o consequente fechamento da oferta em torno de produções e produtores mais populares.

On-line ou *off-line*, prevalece a assincronia nessas outras EME representadas pelos podcasts, em contraponto à forma institucionalizada da grade de programação. Andrew Dubber (2013) vê nessa oferta uma correspondência a necessidades contemporâneas, introduzidas com novos dispositivos como o já mencionado *smartphone*, os *tablets*, as *smartTVs*, etc. É preciso sopesar, também, que tornar esse modo de distribuição de conteúdo o principal modelo de negócios de uma estação de rádio é algo custoso, que, talvez, não apresente o necessário retorno financeiro para torná-lo lucrativo (além de surgirem custos de armazenamento e tráfego de dados, o alcance segmentado e de nicho inviabiliza certos acordos publicitários, hoje fonte de receita principal das estações hertzianas). Por sorte, as pessoas não estão escolhendo entre uma *ou* outra forma de consumo de áudio, e sim somando ambas conforme “é conveniente de acordo com contextos e propósitos particulares” (DUBBER, 2013: 52-53, *tradução nossa*), algo que exige a reconfiguração da produção radiofônica.

De qualquer forma, ressaltamos que, provavelmente, o campo de podcasts se consolidará com a entrada de novos agentes para competir com as estações de rádio tradicionais que investem nessa EME. Sande e Gallego (2018) são positivos ao afirmar que novos produtores de conteúdo sonoro, como *podcasters*, rádios on-line e produtores independentes, iniciaram processos de renovação de formatos, narrativas, práticas organizacionais, marketing, e até mesmo de produção colaborativa. Tais transformações são evidência de que o rádio guarda potencialidades que se manifestaram em sua origem, e que recorrentemente se fizeram presentes.

Existe uma fina linha conectando as comunidades de radioamadores dos anos 1920, as rádios piratas dos anos 1960, os ativistas pelas rádios livres, os *phone phreakers* e os hackers de computadores dos anos 1970, e os blogueiros e *podcasters* dos anos 2000: todos eram, ao mesmo tempo, produtores e ouvintes e estavam conectados em redes. (BONINI, 2015: 12, *tradução nossa*)

Devemos estar atentos, entretanto, ao movimento das grandes corporações que, como nos momentos iniciais da história do rádio, passaram a incorporar as novidades, tal qual o grupo espanhol Prisa, que lançou uma plataforma própria de podcasts (www.podiumpodcasts.com). Kischinhevsky (2016: 128) afirma que empresas ligadas a grandes conglomerados têm mais capacidade de renovação de estratégias, utilizando espaços e ferramentas próprios, enquanto as pequenas

emissoras acabam dependendo mais de novos intermediários, capazes de prover um espaço de circulação do conteúdo, como as mídias sociais em seu conjunto. Devemos nos perguntar se, no caso brasileiro, passaremos por uma fase em que apenas os grandes grupos de mídia terão condições de investir na formatação de um novo mercado, ou se podemos aventar, na esteira do que já vem acontecendo, o fortalecimento de um mercado baseado em agentes econômicos independentes ou oriundos de outros campos.

Vozes diferentes em novas vias de narrativa e de consumo

Podcast jornalístico é uma expressão na qual cabem várias formas de fazer jornalístico com origens radiofônicas. Assim, temos podcasts ao modelo de conversa radiofônica entre duas apresentadores, que entrevistam pessoas e promovem debates (*Mamilos*); podcast ao modelo de narração monologada sobre fatos históricos (*Escriba Café*); e podcasts ou SRS de reportagens documentais jornalísticas para o mundo latino-americano, com sonorizações sofisticadas, faladas em espanhol (*Radio Ambulante*), entre muitos outros modelos.

O espaço que aqui temos para esse artigo não nos permitirá ir além de uma metodologia específica, que previu a escolha do podcast *Vozes: histórias e reflexões*, de autoria de Gabriela Viana, como modelo de podcast jornalístico, pois parte da configuração de reportagem para rádio, gênero já demonstrado aqui que sintetiza esforços jornalísticos, e para o qual convergem possibilidades narrativas e formatos jornalísticos aparentados.

De toda a série *Vozes*, nos destinamos a escolher um episódio cuja narrativa oferece riqueza de dados, a demonstrar nova experiência de EME e o surgir de elementos que rompem algumas convenções de narrativa da reportagem radiofônica. O episódio é *Ansiedade: você tem medo do futuro?*, disponível a usuários e internautas, tanto no site da emissora⁸ quanto nos inúmeros carregadores de podcast disponíveis como Apps. Com duração de 51 minutos, atende ao DNA da reportagem em rádio hertziano, melhor representado na fala do mestre latino-americano Mario Kaplún, que defende que uma reportagem não é uma breve apresentação de um assunto e deve durar meia hora, ou, pelo menos, quinze ou vinte minutos (KAPLÚN, 1978: 142).

O rádio contemporâneo brasileiro não cumpre essa tradição mais antiga de reportagens consideradas “longas” para os tempos atuais, se tomarmos por base as reportagens, ou boletins referidos manual da Rádio CBN, que limita a, no máximo, 30 segundos cada sonora, certo de que se elas são “excessivamente longas, quebram o ritmo da matéria e dispersam a atenção do ouvinte e, muitas vezes, 15 segundos bem aproveitados são mais que suficientes para ilustrar com exatidão a informação que se quer passar” (TAVARES, 2011: 41). Assim, de forma geral, os manuais de jornalismo no rádio se preocupam mais em dar limite às estruturas do que em ampliar a liberdade de ação do repórter.

O episódio de *Vozes* que analisamos trata da ansiedade. Apresentado pela repórter Gabriela Viana, produzido por ela e por Isabela Medeiros e Bianca Vendramini, conta ainda com um editor e um sonoplasta que trabalham na produção dos episódios. Uma das marcas do *Vozes* é que todos os episódios, com raras exceções, são narrados na primeira pessoa. É sempre a repórter a emprestar sua percepção do mundo, das circunstâncias de cada entrevista, descrevendo ambientes e entrevistados. Aqui, com o tema ansiedade, a repórter, para além das entrevistas com especialistas e com uma pessoa que sofre de ansiedade, a ocupar pensamentos destruidores, relata ela própria os sintomas das crises de ansiedade que ela, repórter, sofre “há 10 anos”. Nessa narrativa tanto

⁸ Ouça em <https://audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/580/vozes-historias-e-reflexoes>

impressionista quanto intimista, como expõe Sodré (2009; SODRÉ; FERRARI, 1986), está a explicação do porquê a Rádio CBN não programa o *Vozes* em sua grade: a reportagem da urgência do hard news não dá lugar à narrativa na primeira pessoa. Muito menos a um compartilhamento de narrações, como acontece no episódio de *Vozes* analisado. Quando a repórter se submete a uma seção de tarô – portanto, entrando na história, outro fator divergente da reportagem comum das rádios hertzianas – para averiguar o que faz com sua ansiedade, a produtora Isabela Medeiros toma a narrativa no lugar dela, passa a narrar na terceira pessoa, mas mantém a proposta intimista de observação de toda a circunstância e dos personagens narrados. Isabela Medeiros narra, portanto, o ingresso na própria história que a repórter Gabriela Viana estava narrando até então, quando deixa a narração para sua produtora e efetivamente entra na história como novo “personagem” a ser narrado pela produtora. Depois da “experiência” com o tarô, a repórter Gabriela Viana retoma a narração.

Em outro ponto desta longa reportagem se considerarmos a perspectiva do rádio tradicional, ou desse podcast jornalístico se o tratamento for nosso enxergar contemporâneo, a narrativa cumpre o que López-Vigil (2003) fala sobre a criação do ambiente crescente até o desenlace. A repórter, sob uma música de suspense que aumenta a tensão do que enumera, cresce com a assustadora bolade-neve que é uma soma de sintomas físicos da ansiedade. O bater do coração participa da narrativa, a respiração ofegante também. Todos os sons mesclados à música, cuja tensão também aumenta até o desenlace. Esse tipo de cuidado na construção narrativa e edição do podcast *Vozes* não costuma ser atribuído às reportagens rotineiras das emissoras hertzianas. Tratam-se de recursos narrativos característicos do roteiro dramático que, incorporados à peça sonora, elevam o grau de subjetividade sem perder a objetividade necessária para a transmissão da informação. É, nesse sentido, que o programa dialoga com o atual fenômeno de construção de narrativas complexas, o qual, de modo cada vez mais comum, tem sido chamado de *storytelling*, ou a arte de contar histórias.

Outro elemento que renova a narrativa para podcast é o humor. Aplicado com equilíbrio, sem apelos e sem despregar-se da narração documental, o humor é encontrado ao modelo de quebra de expectativa construída em torno da imagem clássica de uma taróloga, em que, após uma descrição, Isabela Medeiros – naquele momento no lugar da repórter Gabriela Viana – derruba o que narrou com um “não é nada disso”. Essa licença narrativa encontrada nesse podcast jornalístico é forte indicador de que o jornalismo deve recontar suas teorias, incluindo essas quebras como válidas. A rigor já existe uma quebra no início do podcast, quando Gabriela Viana aconselha o ouvinte a usar fones de ouvido para uma nova escuta. Apesar do uso de fones, símbolo da super-individualização da escuta, não ter aplicação prática imediata por não contar com efeitos estereofônicos de edição – que exigiriam equipamento diferente – representa uma tentativa a mais de levar o ouvinte a uma experiência de escuta dedicada, possível nessa forma assíncrona de acesso.

Outro fator estrutura novo estímulo sonoro do podcast jornalístico escolhido: por volta do quinto e do sexto minutos do podcast, surgem falas isoladas de dois entrevistados diferentes, sem que fossem identificados com seu nome e profissão. O anúncio é apontado como essencial pela lógica da reportagem radiofônica tradicional. No *Vozes* analisado, isso é feito muito mais adiante pela repórter. As frases onde são colocadas pela edição, sem a identificação de quem as pronuncia, está de acordo com a forma como a repórter compõe no imaginário do ouvinte as características da ansiedade, deixando para trás em sua narrativa o atendimento cartesiano aos comportamentos consensuais entre redações de rádios jornalísticas, que prega por uma narração objetiva, impedindo que se ouça a fala de alguém desconhecido que fique sem identificação.

Considerações: o podcast resultante de estruturas de sentimento hodiernas

Para compreendermos os processos que conectam a nossa história do radiojornalismo com a aproximação do podcast com os formatos noticiosos mais comuns, lançamos mão do conceito de *estruturas de sentimento* (WILLIAMS, 1980). Tais estruturas podem ser associadas a uma consciência discursiva que é compartilhada e, portanto, formata um dado espaço ou campo cultural. Trata-se, pois, do compartilhamento, no nível da sociedade, de processos, práticas e crenças emergentes, isto é, ainda não institucionalizadas socialmente. Dito de outra forma, uma estrutura de sentimento é uma experiência social vivida ativamente, reproduzida em manifestações de ordem cultural.

Todos aqueles elementos que distinguem o *Vozes* da produção radiofônica contemporânea não só representam uma nova EME imposta pelo podcast jornalístico, como também indicam o surgimento de novas estruturas de sentimento, pois proporcionam ao ouvinte em sua experiência auditiva a vivência da

inegável experiência do presente: não só para o presente temporal, a realização disto e deste instante, mas a especificidade do ser presente, o inalienavelmente físico, dentro do qual podemos discernir e reconhecer efetivamente as instituições, as formações e as posições, ainda que não sempre como produtos fixos, como produtos definidores (WILLIAMS, 1980: 150, *tradução nossa*).

Desta forma, “tudo o que é presente, mobilizador, tudo o que escapa ou parece escapar do fixo, do explícito e o conhecido, é compreendido e definido como o pessoal: isto, aqui, agora, vivo, ativo, ‘subjético’.” (WILLIAMS, 1980: 150-151, *tradução nossa*). Ao alcançar um novo modo de relação subjetiva com a audiência individualizada pelo fone de ouvido, proposta de escuta oferecida já no projeto do podcast, Gabriela Viana compartilha com o ouvinte um presente que é menos imediato que o *breaking news*, mas mais complexo e profundo.

Opõe-se, portanto à conformação global que insiste em um modelo dinâmico do jornalismo radiofônico que é, por assim dizer, uma consequência imediata de visões de mundo que conformaram tanto o campo do jornalismo como a sociedade em si. Desde os anos 1960, uma série de evoluções tecnológicas, no campo da produção jornalística ou em seus entornos – como o rádio transistorizado, a TV, os equipamentos de captação de áudio e vídeo amadores etc. – criaram uma escalada de sentimento em busca da velocidade, da individualidade e da fragmentação. O jornalismo radiofônico (o jornalismo de um modo geral) passa a corresponder, ao menos na semântica tecnológica, a esse fluxo acelerado da sociedade, equilibrando-se entre as necessidades recém-criadas dos indivíduos, dinâmicas políticas e, principalmente, forças econômicas. O podcast como forma alternativa para o conteúdo informativo/noticioso é a resposta a uma dinâmica social ainda em fase de arraigamento, que preza pela disponibilidade ubíqua e dessincronizada que, no limite, é aprofundamento da celeridade e fragmentação intrínseca ao consumo midiático que deriva imediatamente das condições de produção deste momento de mudanças. Não é ao acaso que Dubber (2013), como citado anteriormente, vê as novas EME como continuidades e respostas de um modelo de rádio à emergência dos novos equipamentos.

Nesse sentido, dois outros conjuntos de conceitos propostos por Williams (1980; 1982) servem para ampliar o debate. O primeiro deles são as *formações culturais*, isto é, tendências e movimentos conscientes dos campos artístico ou intelectual que, muitas vezes, se opõem às formas consagradas das produções desses campos. Tais formações são animadas pelas *estruturas de sentimento* que

começam a emergir no seio da sociedade em práticas e discursos inicialmente isolados, mas que tendem a ganhar força. As *formações culturais*, enquanto novidades introduzidas sobre práticas institucionalizadas, podem servir como objeto facilitador de disputas internas dentro de um campo, ou como a abertura desse mesmo espaço de produção a agentes externos. Uma nova tecnologia que, ao modificar os meios materiais de produção, serve como gatilho para o surgimento de formações culturais contemporâneas (e.g. os sistemas de distribuição assíncrono de áudio), conseqüentemente pode fomentar a reorganização das empresas que antes dominavam o mercado, como pode facilitar a entrada de produtores independentes. Novamente, temos no *Vozes* um representante desse movimento social, reflexo que é das estruturas de sentimento contemporâneas, como percebemos tanto na sua forma técnica (podcast) como no tratamento aos conteúdos abordados.

Mesmo que a ruptura causada pelas tecnologias ou pelas formações a elas conectadas introduzam novas práticas, essas estão direta ou indiretamente conectadas ao passado histórico do campo. O outro conjunto de conceitos de Raymond Williams (1982) se torna relevante para a nossa análise: o que é *emergente* (trazido pela revolução das formações culturais) pode se legitimar pela oposição ao que é *dominante*, ou pela apropriação do que é *residual* em sua própria forma. Garante-se, no segundo caso, um sentido de continuidade. As rupturas causadas pelas tecnologias ou pelas formações a elas conectadas introduzem novas práticas, direta ou indiretamente conectadas ao passado histórico do campo. A forma mais comum do podcast jornalístico está, então, entre essa continuidade do residual e essa disputa travada pelas formas dominantes, reproduzidas exaustivamente nos podcasts das estações de rádio ou dos independentes com pouca referência inovadora. Vemos, no *Vozes*, ambos movimentos: a possibilidade de realização desta análise, portanto, só foi possível porque tal peça sonora compartilha uma forma institucionalizada, residual, de produção radiojornalística, tanto quanto rompe com a forma corrente de produção e traz uma nova proposta, emergente.

Nos resta claro que não se trata, ainda, de um programa totalmente inovador. É, todavia, produto cada vez mais comum de um marco que estamos vivendo, com a hibridação de modelos de produção e consumo de rádio. Mais que se fechar em elementos recorrentes, abre a possibilidade para discutirmos a continuidade da prática do rádio nos próximos anos, mesmo que a forma hertziana, síncrona, seja sobrepujada pelo consumo via internet.

Agradecimentos

Pesquisa realizada com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), modalidades bolsa de doutorado e bolsa de estágio em pesquisa no exterior, processos 2015/20430-5 e 2016/17884-7.

Referências

ALSINA, M. R.. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.

BERRY, R. Podcasting: considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, vol. 14, n. 1, pp. 7-22, 2016. DOI: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1. Acesso em 17/jul/2017.

BONINI, T.. Introduction. The listener as producer: The rise of the networked listener. In: BONINI, T.; MONCLÚS, B. (ed.). *Radio audiences and participation in the age of network society*. Nova York: Londres: Routledge, 2015, pp. 1-36.

DUBBER, A. *Radio in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2013

EDSON RESEARCH; TRITON DIGITAL. *The Infinite Dial 2019*. Edson Research & Triton Digital, 06/mar/2019. Disponível em: <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>. Acesso em 09/06/2019.

FERRARETTO, L. A. O hábito de escuta: pistas para a compreensão das alterações nas formas do ouvir radiofônico. *Ghrebh- Revista de Comunicação Cultura e Teoria da Mídia*, vol. 9, n. 1, pp. 106-131, 2007. Disponível em http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%209/10_ferraretto.pdf. Acesso em 09 de junho de 2019.

FERRARETTO, L. A.. Estruturação da mercadoria das emissoras comerciais sob a convergência: apontamentos para uma economia política da indústria radiofônica. *Revista Famecos*, vol. 21, n. 3, pp. 943-965, 2014. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.18855>. Acesso em 17/fev/2019.

FERRARETTO, L. A.; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e Convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. In: Compós 2010, 19, 2010, Rio de Janeiro. *Anais [...] Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1495.pdf, acesso em 17/fev/2019.

FERRAZ, N. *Reportagem no rádio: realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem*. 2016. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – ECA-USP, São Paulo, 2016.

GHONIM, W.; RASHBASS, K. Transparency: What's Gone Wrong with Social Media and What Can We Do About It?. *Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*. 27/mar/2018. Disponível em <https://shorensteincenter.org/transparency-social-media-wael-ghonim/>, acesso em 17/fev/2019.

GRUPO DE MÍDIA SP. *Mídia Dados Brasil 2005*. São Paulo: Grupo de Mídia SP, 2005.

GRUPO DE MÍDIA SP. *Mídia Dados Brasil 2018*. São Paulo: Grupo de Mídia SP, 2018.

HERRERA-DAMAS, S. *Cómo elaborar reportajes en radio*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

KAPLÚN, M. *Producción de programas de radio: El guión – la realización*. Quito: Ediciones Ciespal, 1978.

KISCHINHEVSKY, M. Cultura da Portabilidade: novos usos do rádio em mídia sonora. *Observatório (OBS*)*, vol. 3, n. 1, pp. 223-238, 2009. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/271/241>. Acesso em 09/jun/2019.

KISCHINHEVSKY, M. *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LÓPEZ-VIGIL, J. I. *Manual urgente para radialistas apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.

MARCONDES FILHO, C. *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo; Hacker Editores, 2000.

MCHUGH, S. How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, vol. 14, n. 1, pp. 65-82, 2016. DOI: https://doi.org/10.1386/rajo.14.1.65_1. Acesso em 17/jul/2017.

MIÈGE, Bernard. *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social*. São Paulo: Paulus, 2009.

ORTRIWANO, G.S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdo*. 4ª ed. São Paulo, SP: Summus, 2001.

PARISER, E. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2012, e-book.

PLUSKOTA, J. P. The Perfect Technology: Radio and Mobility. *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 22, n. 2, pp. 325-336, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083378>. Acesso em 17/jul/2017.

QUATRO em cada dez internautas já ouviram podcast no Brasil. *Revista Piauí* (edição online), 11/mai/2019. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/quatro-em-cada-dez-internautas-ja-ouviram-podcast-no-brasil/>. Acesso em: 09 de junho de 2019.

RAJAR. *MIDAS Measurement of Internet Delivered Audio Services: Spring 2019*. Londres: Rajar, 2019. Disponível em https://www.rajar.co.uk/docs/news/MIDAS_Spring_2019.pdf. Acesso: 09 de junho de 2019.

SANDE, M. F.; GALLEGO, J. I.. Challenges for radio in the digital era: Diversity, innovation and Policies. In GALLEGO, J. I; SANDE, M. F.; LIMÓN N. (eds.) *Trends in radio research: Diversity, innovation and policies*. Newcastle-upon-Tyne, Reino Unido: Cambridge Scholars Publishing, 2018, pp. 1-14.

SANTOS, G. N. *Um cinema para os ouvidos: mapeando o radiodocumentário*. 2016. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – ECA-USP, São Paulo, 2016

SODRÉ, M. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, M.; FERRARI, M. H. *Técnicas de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

TAVARES, M. (org.). *Manual de redação CBN*. São Paulo: Editora Globo, 2011.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transacional*. v. II, Florianópolis: Insular, 2005.

USHER, N. Re-thinking Trust in the News: A material approach through “Objects of Journalism”. *Journalism Studies*, vol. 19, n. 4, pp. 564-578, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1375391>. Acesso em 17/fev/2019.

VICENTE, E.. Do rádio ao podcast: As novas práticas de produção e consumo de áudio. In: Compós 2018, 27, 2018, Rio de Janeiro. *Anais [...] Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Disponível em: http://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=Mjc=, acesso em 07 de novembro de 2018.

WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones 62, 1980.

WILLIAMS, R. *Cultura: Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona: Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1982.

ZUCULOTO, V.R.M. *No ar: a história da notícia de rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2012.