

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

3 a 6 de Novembro de 2020

.....



O radiojornalismo como gênero discursivo aplicado ao conceito de *podcast*

Alvaro Bufarah Junior ¹

Universidade Federal de Santa Catarina

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Luis David Padilha²

Universidade Federal de Santa Catarina ³

¹ Doutor pelo programa de Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: abufarah@uol.com.br

² Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: luisdavidpadilha@gmail.com

³ Supervisão e orientação da professora Dra. Valci Zuculoto, pós-doutora em Comunicação (UFRJ), doutora e mestre (PUCRS), professora dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: valzuculoto@hotmail.com



Resumo:

Considerando o conceito de rádio expandido para plataformas digitais (KISCHINHEVSKY, 2016), observamos o aumento do número de *podcasts* produzidos como exemplo do transbordamento do meio. Retomamos discussões sobre gêneros e formatos radiofônicos, entendendo que o radiojornalismo se configura como gênero cultural diferenciado (MEDITSCH, 1999). Assim, o artigo reflete sobre características da linguagem radiofônica em *podcasts* e se este aspecto configura ou não um novo gênero jornalístico no rádio, ou apenas um novo formato. Utilizamos bases conceituais da linguística (MAINGUENEAU, 2015), do radiojornalismo e da interação do rádio com a *web* (PRATA, 2009) desenvolvendo pesquisa bibliográfica exploratória que visa compreensões iniciais de constituição de bases para investigação maior de classificação de *podcasts* jornalísticos.

Palavras-chave: radiojornalismo; *podcast*; linguagem radiojornalística; gêneros radiofônicos; formatos radiofônicos.

1) O rádio expandido

O termo rádio é conhecido ao redor do mundo como meio de comunicação, de difusão de conteúdo e de notícias. Historicamente, Kischinhevsky (2016, p. 42) exemplifica abordando a condição da telefonia móvel nos anos 1990 e com o paralelo da comercialização da internet em 1995, ao qual se configurou um novo momento do rádio no Brasil, onde, com isso, foram desenvolvidos novos modos de acesso à informação. Desde os anos 1990, a *internet* se popularizou baseada na expansão de estruturas de *hardwares* e *softwares*, redes de fibras óticas, telefonia móvel etc., que propiciaram um ambiente facilitado de trocas de dados. É neste ambiente, especialmente depois da popularização dos *smartphones*, que os modos de consumo de informação sofreram transformações mais acentuadas.

.....
As informações disponíveis 24 horas por dia na palma da mão, a um *clique* ou a um toque, desencadearam sucessivas mudanças nas formas de produção, edição e veiculação de notícias, criando novas relações com os meios e, com isso, os próprios meios criam novos formatos e produtos dentro deste espaço que dispõe de texto, imagem, som e vídeo em velocidade espantosa e desterritorializada. Entretanto, não foram apenas os formatos que se modificaram com a passagem do analógico para o digital, as lógicas de mercado também se transformaram, abrindo novos paradigmas para seus próprios negócios e transformando o modo com o qual os consumidores têm acesso a seus serviços e/ou produtos favoritos (JENKINS, 2009).

É evidente que o meio rádio se insere neste ambiente de mutação onde o campo da comunicação se enreda com os fenômenos sociais, históricos e tecnológicos. Ferraretto analisa o momento histórico de transposição e consolidação do rádio no espaço digital afirmando que “se o rádio é o meio e as emissoras são os veículos, as barreiras que separam tal meio dos demais esfumam-se em certa medida, embora mantenham-se características essenciais a diferenciá-los” (FERRARETTO, 2019, p. 156).

No 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.). Neste modelo, troca-se a quantidade de pessoas (modelo de massa) pela segmentação e qualificação desse público a partir dos dados levantados em diversas plataformas (redes sociais, sites, plataformas de *streaming*, *sites*, entre outros). Assim, o rádio vai além de sua estrutura e barreiras impostas pelo padrão analógico, expandindo-se (KISCHINHEVSKY, 2016) no momento em que os conteúdos de áudio extrapolam o meio radiofônico, inicialmente baseado em ondas eletromagnéticas, para uma estrutura desmaterializada e desterritorializada, convertido em códigos binários facilmente manipuláveis por seus autores e por seus receptores.

.....
Este foi o terreno fértil para o desenvolvimento do *podcast* como ferramenta de distribuição de conteúdo de áudio e vídeo. Em uma era cada vez mais focada na demanda do indivíduo por produtos e serviços disponíveis na *web*, o *podcast* recorre ao que há de mais individual no apelo ao público que ele visa obter: a demanda. Para tanto, o *podcast* possibilita a escolha do que e quando o ouvinte quer ouvir, abrindo novas possibilidades de interação para o radiojornalismo que passa a ter sua estrutura de linguagem alterada pelas condições de uso das tecnologias e necessidades diferenciadas de consumo dos ouvintes.

Podemos conceituar *podcast* como sendo a disseminação de arquivos digitais de áudio por meio da *web* com periodicidade e utilizando tecnologias de indexação RSS (*Rich Site Summary*). Consideramos *podcast* o conteúdo, normalmente em áudio, produzido e indexado sobre os mais diversos temas e disponibilizado na rede mundial de computadores. O termo levou a desdobramentos como *podcaster*, que é a pessoa que produz o conteúdo do *podcast*, e ainda *podcasting*, que é o ato ou processo de criar ou transmiti-lo (NEIVA, 2013, p. 438).

Estes espaços são baseados em redes de comunicação horizontalizadas construídas em torno das iniciativas, interesses e desejos das pessoas com características multimodais que incorporam variados tipos de documentos, como fotos, áudios, vídeos, textos, músicas, filmes etc., além de redes de ativismo social/político e religioso que combinam fóruns de debates *on-line* com o suprimento global de conteúdos multimídia (CASTELLS, 2019, p. 115). Neste ambiente digital, os usuários passaram a transmitir seus conteúdos, que vão desde músicas preferidas a vídeos de eventos ao vivo. Com isso, as trocas de material ponto a ponto entre pessoas (P2P) foram multiplicadas, quebrando a hegemonia dos meios tradicionais de comunicação.

Complementando esses conceitos, Kischinhevsky (2016, p. 71) denomina de rádio social os serviços de áudio ancorados em *sites* de relacionamentos. O autor define essas mídias sociais de base radiofônicas como sendo as que buscam não só oferecer um espaço de consumo de conteúdos sonoros, mas também a representação social e de identidades

.....
culturais, de comunicação interpessoal e de formação de comunidades com gostos afins.

Estes sistemas permitiram mudanças radicais na estruturação dos conteúdos jornalísticos radiofônicos (levantamento de informações, produção de notícias, edição, veiculação e consumo de informações). Entre esses elementos, o *podcast* se destaca, pois possibilitou a segmentação dos conteúdos em partes audíveis fora da programação das emissoras. Sem contar o fato de que, com a redução dos custos de produção e a disseminação de programas gratuitos de gravação e edição, várias pessoas que foram do mercado de radiodifusão passaram a produzir *podcasts* sobre os mais variados temas. Este momento de inovações tecnológicas e de uso de novas ferramentas para distribuição de conteúdo em áudio estabelece novos parâmetros para as discussões teóricas sobre gêneros, pois acompanham as variações socioculturais da linguagem. É nesse contexto que posicionamos este estudo inicial sobre a aplicabilidade, ou não, das classificações já existentes no radiojornalismo aos *podcasts*, ou se, dadas as alterações tecnológicas e de linguagem, teríamos de classificá-los como um novo gênero hiper midiático/digital. Buscado responder a esse questionamento, desenvolvemos uma pesquisa exploratória, baseada em teóricos do rádio, do radiojornalismo e da linguística.

2) Gêneros e o radiojornalismo.

As referências e as classificações sobre gênero no campo da linguagem vêm de um longo percurso histórico que teve início nos textos sobre retórica e poética na Grécia Antiga, passando pelos estudos literários e chegando aos nossos dias com diversos estudos no campo da linguística, sociologia, semiótica, entre outros. Porém, as discussões sobre gênero voltaram a aquecer os meandros acadêmicos após os desdobramentos sociais, culturais, políticos e econômicos do uso da *internet*.

Ao estudarmos esses impactos, devemos observar as pesquisas de Mikhail Bakhtin sobre gêneros discursivos em que considerou a não classificação das espécies dos discursos, mas o dialogismo do processo comunicativo, em que as relações interativas são

.....
processos produtivos da linguagem. Desta forma, os gêneros e discursos passam a ser visualizados como esferas de uso da linguagem verbal ou da comunicação baseada na palavra. Para o pesquisador russo, o uso das diferentes formas linguagens nas práticas sociais impactam a estrutura dos discursos distanciando-se da teoria clássica, dando espaço para as várias manifestações discursivas das diversas codificações não restritivas apenas à palavra (MACHADO, 2005).

Outro aspecto importante dos estudos de Bakhtin é que, ao colocar o foco sobre as formas discursivas da comunicação interativa e em suas combinações, levou a uma valorização das ações cotidianas e das enunciações mais simples dos homens comuns. Com isso, o trabalho do autor vai além da revisão de estéticas dos tipos de discursos para valorizar os estudos de gêneros (MACHADO, 2005). Assim, o pesquisador russo diferencia gêneros discursivos primários (da comunicação cotidiana) dos gêneros discursivos secundários (da comunicação produzida a partir de códigos culturais elaborados, como o da escrita), e estabelece um novo modelo de estrutura para a relação entre o falante e o ouvinte, em que os papéis não são fixos, mas sim, intercambiáveis e resultantes da própria mobilização discursiva no processo geral das enunciações.

Para Bakhtin, o gênero, na teoria do dialogismo, está inserido na cultura, na qual se manifesta como uma memória criativa tendo uma marca no espaço/tempo. Para ele, “os gêneros surgem dentro de algumas tradições com as quais se relacionam de algum modo, permitindo a reconstrução da imagem espaço-temporal da representação estética que orienta o uso da linguagem” (MACHADO, 2005, p. 160). O autor afirma que os gêneros discursivos sinalizam as possibilidades combinatórias entre formas da comunicação oral imediata e as formas escritas, oriundas das misturas de gêneros primários e secundários.

Para Charaudeau (2013, p. 204) gênero é constituído pelo conjunto das características de um objeto e compõe uma classe à qual esse objeto pertence. Qualquer outro objeto tendo essas características integrará a mesma classe. Para o autor, devemos considerar a construção textual e de sentido do texto. No caso, o produto acabado,

.....
conteúdo que se configura como um texto portador de sentido como resultado de uma encenação que inclui os efeitos de sentidos visados pela instância midiática e também pelos possíveis sentidos construídos a partir das diversas leituras de recepção em uma relação de “cointencionalidade” (CHARAUDEAU, 2013).

Marcushi (2004 apud PRATA, 2009) afirma que gênero são formas de organização e expressão típicas da vida cultural e são frutos de complexas relações entre um meio, um uso e a linguagem.

Fairclough (1992 apud PRATA, 2009) indica que gênero é um conjunto de convenções relativamente estáveis, que é ligado a um ramo de atividade aceito socialmente e que o representa parcialmente e não implica apenas em um tipo de texto particular, mas o seu processo de produção, distribuição e consumo.

Para Maingueneau (2013), todo texto pertence a uma categoria de discurso e a um gênero discursivo. Dentro deste cenário há várias categorias para a organização dos gêneros que advêm das necessidades do cotidiano das pessoas. Para tanto, existem formas de classificação dos discursos e de gêneros que facilitam a estruturação dos estudos. A partir disso, o autor indica que é possível classificar gênero por funções da linguagem seguindo a tipologia de R. Jakobson – referencial, emotiva, conativa, fática etc. (apud MAINGUENEAU, 2013, p. 66) –, sendo que os discursos são classificados pelas suas funções predominantes, embora reconheça que são muito delicadas as barreiras entre os diversos tipos, possibilitando que um mesmo discurso mobilize mais de uma função simultaneamente e que ocorra dificuldades para se associar com clareza determinados enunciados a uma das funções indicadas por Jakobson.

Também é possível classificar gêneros por um viés sociológico e antropológico em que se propõem a definir um número de funções que seriam necessárias à sociedade, tais como a função lúdica, de contato, religiosa etc. Neste caso, é possível reconhecer um enunciado em mais de uma função.

A classificação de gênero, segundo Maingueneau (2013), está baseada em uma

.....
relação de similaridade ou diferenciação de um gênero discursivo que aponta para um protótipo já criado, identificado e classificado. Assim trata-se de rotinas, de comportamentos estereotipados e anônimos que se estabilizaram ao longo do tempo, mas que ainda estão sujeitos a variações (ex.: comunicação via rede). Em contraposição a esse processo, temos gêneros ritualizados que obedecem a um modelo definitivamente estabelecido, do qual não é possível afastar-se (ex.: missa).

Não menos importante, a temporalidade de um gênero do discurso implica em estruturas linguísticas baseadas em vários eixos, como a periodicidade estabelecida no horário fixo de um telejornal ou radiojornal, ou até em ritos religiosos etc., a duração de encadeamento, em que um leitor corre os olhos sobre um artigo de jornal buscando os principais itens em negrito e depois volta para uma leitura mais profunda do mesmo conteúdo. Outro eixo classificatório é o da continuidade de encadeamento, onde uma piada não deve ser interrompida para ter seu efeito de riso sobre as pessoas que a ouvem, enquanto a leitura de um livro passa por inúmeras interrupções e retomadas.

O autor conclui que outro elemento para a classificação do gênero é a duração de validade presumida, em que consideramos o texto de uma revista válido durante uma semana; o de um radiojornal até a próxima edição (horas) ou um texto bíblico com validade indefinida. Importante destacar que o suporte material no qual o conteúdo do discurso é estruturado para ser veiculado também altera o gênero do discurso; desta forma, o texto é inseparável de seu modo de existência material, suporte/transporte, estocagem e memorização (MAINGUENEAU, 2013, p. 75). Diante de tais conceitos, para efeito deste estudo, devemos considerar as similaridades e diferenças dos conteúdos discursivos da mensagem radiofônica, mais especificamente a do radiojornalismo.

Para Meditsch (1999), a forma do discurso no meio rádio tem como padrão diferencial o suporte material auditivo e a sua condição de invisibilidade, que estabelecem características únicas ao formato da linguagem que, por sua vez, teve seu uso condicionado devido a limitações do meio e a adaptações trazidas do jornalismo impresso

.....
(antecessor do rádio na linha histórica de desenvolvimento dos meios). O pesquisador afirma que o gênero não ocorre no discurso, mas através dele, na interação social por ele possibilitada, uma vez que o conteúdo da informação radiofônica é condicionado intersubjetivamente pelo emissor e pela audiência (auditório) a que se destina, a amplitude dessa audiência e sua posição social também condicionam a forma de construção da realidade da mensagem informativa radiofônica. Portanto, o gênero do radiojornalismo é um produto cultural diferenciado em meio aos diversos gêneros de linguagem que utilizamos cotidianamente.

O meio radiofônico encontrou no gênero jornalístico um dos seus pilares para a programação (música-esportes-notícias); isso pode ser verificado pelo fato de que, no processo de segmentação das emissoras, foram criadas algumas especializadas em informação. Armand Balsebre (1994) define o sistema semiótico radiofônico como um conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas por sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo funcionamento conjunto desses recursos na recepção sonora e imaginativa-visual dos ouvintes.

Com a evolução das tecnologias de radiodifusão ocorreu a necessidade de diversificação das programações por meio da diferenciação de conteúdos distribuídos em gêneros e formatos diferentes, na busca por audiência e na maior possibilidade de comercialização de espaços dentro das programações. Desta forma, podemos considerar gênero radiofônico uma classificação mais geral da mensagem, que implica em um tipo específico de expectativa dos ouvintes que ela visa atender. Formatos radiofônicos são os modelos que podem assumir os programas realizados dentro de cada um dos diferentes gêneros (VICENTE, 2016).

André Barbosa Filho (2003) aplicou a classificação desenvolvida por Marques de Melo aos conteúdos radiofônicos. Segundo o autor, formato radiofônico é o conjunto de ações integradas e reproduzíveis, classificadas em um ou mais gêneros, caracterizado por

.....
uma intencionalidade demarcada pela plástica utilizada e representada pelo programa de rádio ou pelo produto radiofônico. Programa de rádio é o módulo básico do conteúdo radiofônico, sendo a realização do conteúdo dentro de um formato definido que obedece a uma proposta de planificação e organização de uso dos elementos sonoros E, por fim, programação radiofônica é o conjunto de programas ou produtos radiofônicos apresentados em uma sequência cronológica e repetida regularmente.

No que tange aos “gêneros jornalísticos em rádio” são vistos: o gênero informativo, que se limita a narrar assuntos a serem noticiados com o mínimo de detalhes para sua compreensão; o gênero interpretativo, que amplia qualitativamente os assuntos para melhor situar o ouvinte à narrativa; o gênero opinativo, que envolve julgamento pessoal ou da empresa a respeito de determinados assuntos; o gênero utilitário, que apresenta informações sobre serviços, roteiros culturais, previsão do tempo e demais informações; e o gênero diversional, que engloba técnicas de narrativa ficcional em contemplação dos fatos (FERRARETTO, 2014).

Cabe salientar que esta possibilidade de fragmentação/segmentação de conteúdos em áudio acaba por alterar a forma como o ouvinte consome o arquivo de áudio, pois não precisa aguardar a inserção do conteúdo na programação de uma emissora, podendo ouvir quantas vezes quiser e pausando nos momentos que achar necessário. Isto cria um paradoxo curioso, pois os gêneros e os formatos radiofônicos acabam por criar hábitos entre os ouvintes depois de anos de audição, podendo desaparecer ou surgir sob condições diferentes. O *podcast* também pode reforçar este vínculo não apenas com a emissora, mas com profissionais, entidades e empresas que se disponham a produzir esses conteúdos diferenciados fugindo aos padrões comerciais de comunicação massiva. Neste contexto, os conteúdos jornalísticos tendem a ganhar mais espaço, pois não há mais a limitação do espaço da programação que determina o tempo do programa, ou a necessidade de uma grande estrutura de produção e veiculação, que hoje estão acessíveis pela *internet*.

No *podcast*, a flexibilidade de tempo permite que se explore melhor uma entrevista,

.....
ou ainda se construa uma matéria com várias fontes utilizando trechos mais longos de cada fala, pois, como expressado anteriormente, o tempo da escuta também foi alterado pela possibilidade da retomada a qualquer momento pelo ouvinte.

Meditich (1999) propõe uma abordagem diferenciada para o discurso do radiojornalismo, em que afirma que a notícia no meio radiofônico não transmite apenas a realidade, mas cria a representação sobre ela, em que se manifestam não apenas o referencial de realidade, como também a subjetividade de seus produtores e a intersubjetividade de sua inserção social, idiossincrasias pessoais, valores e saberes profissionais, constrangimentos e orientações organizacionais, fixações espaço-temporais “rotinizadas”, condicionamentos técnicos e tecnológicos, injunções econômicas e políticas, e determinações históricas e culturais que estabelecem as possibilidades e os limites de abordagem da realidade operada pela rádio informativa.

Desta forma, o radiojornalismo se beneficia das possibilidades das ferramentas digitais de produção e veiculação interagindo com os ouvintes de diferentes formas, propiciando um consumo diferenciado das informações, utilizando o *podcast* como recurso. Portanto, entramos na questão central deste estudo: Os *podcasts* jornalísticos podem continuar sendo classificados como produtos do gênero radiojornalístico ou devem ser analisados dentro de um novo gênero: híbrido/digital?

3) O Gênero digital e o *podcast*

Ao considerarmos a penetração e o papel das tecnologias digitais na sociedade mundial e as novas formas de comunicação desenvolvidas a partir delas, podemos afirmar que o gênero também se altera para atender as demandas de linguagem neste novo ambiente para a disseminação dos discursos. Luiz Antônio Marcuschi (2010) afirma que ao situarmos o texto como um elemento histórico, sociocultural e com certa estabilidade estilística, na visão de Bakhtin, é fácil perceber que um novo meio tecnológico deve interferir na natureza do gênero produzido.

.....

Não podemos esquecer que a comunicação via *web* é estruturada em uma versão textual em que os gêneros são frutos de complexas relações baseadas em três elementos chaves: um meio, um uso e a linguagem. Cabe ainda destacar que, para o autor, vários aspectos devem ser considerados neste processo, mas a principal questão abordada por ele é que “as novas tecnologias não mudam os objetos, mas as nossas relações com eles” (MARCUSCHI, 2010). Com isso, podemos entender que, ao recortar um trecho de uma programação ou de um programa e disponibilizá-lo na *internet*, o autor ou a empresa responsável necessariamente não está criando uma forma de linguagem, mas sim um novo meio para o acesso ao mesmo conteúdo em uma escala temporal diferente em que a linguagem ocorre, descolada do contexto de uso que conhecemos. Ou seja, não necessariamente um novo objeto linguístico, mas uma nova forma de uso da língua enquanto prática interativa.

O mesmo material poderá ser hibridizado com recursos visuais, textuais e audiovisuais levando a um acúmulo de representações semióticas estruturadas em narrativas interconectadas por meio de hipertextos.

Santaella (2013) explica que o hipertexto se caracteriza por uma estrutura de “nós” ou pontos de intersecção (*links*) que, ao serem clicados, levam a outros pontos, de forma a criar uma leitura não linear, propondo um novo percurso de entendimento que salta de um ponto a outro em mensagens contidas em documentos distintos. Esse trajeto de leitura se estabelece em uma configuração reticular contraposta à linearidade da leitura de um livro em papel.

O acesso a novos textos a partir destes *hiperlinks* possibilita a criação de novos caminhos interativos baseados nas escolhas dos usuários-leitores. Para a autora, o momento em que o hipertexto se funde à multimídia (multimeios) se torna hipermídia, em que os “nós” remetem a outros documentos não apenas textuais, mas sim vídeos, fotos, áudios, músicas etc. Sendo assim, essa mistura complexa de linguagens estruturada em hipersintaxes multimídias inaugura um novo modo de formar e configurar informações

.....
em uma espessura de significados que não se restringe à linguagem verbal, mas se constrói por associações e contaminações de sentidos indicando todas as misturas possíveis de linguagem baseadas nas três matrizes fundamentais: verbal, visual e sonora (SANTAELLA, 2013, p. 245).

A pesquisadora cita Machado (2005 apud SANTAELLA, 2014, p. 164) reafirmando que a linguagem das redes digitais (sites, redes sociais etc.) traz um novo ambiente inteiro que se utiliza de um gênero discursivo eminentemente híbrido, hipermidiático. Santaella define que esta nova realidade se trata de uma nova configuração das linguagens humanas baseada na alteração da condição do receptor, que se transforma em cocriador das mensagens que se constroem diante da interação com as plataformas, conteúdos e outros receptores. Sendo que, para a autora, o maior traço desse novo gênero discursivo é a possibilidade do receptor se tornar um produtor e divulgador de suas próprias mensagens: “Trata-se, portanto, de um gênero discursivo que torna cada participante responsável por aquilo que deseja expor de si mesmo e do outro e por aquilo que deseja manter no silêncio de sua privacidade” (SANTAELLA, 2014, p. 213). Importante complementar as descrições da autora com dois elementos conceituais importantes para a melhor diferenciação dos conteúdos digitais. Altermann (2013) afirma que *crossmedia* é quando levamos o conteúdo para além do meio, quando a mensagem é distribuída através de diferentes mídias, mas sem que sofra alterações. Já no *transmídia* os meios irão transmitir diferentes conteúdos (as mensagens) para o público (o receptor), mas de forma que as diferentes mídias se complementem, sendo que se o receptor utilizar apenas um formato terá a mensagem parcialmente.

Esta diferenciação é importante quando pensamos em conteúdos produzidos por emissoras de rádio para a sua grade de programação e depois recortados para serem distribuídos em formato de *podcast*. Outra possibilidade seria a produção de conteúdos em áudio dissociados das programações de qualquer emissora, mas que ainda seguem os padrões de linguagem de gêneros radiofônicos. A terceira opção seria a criação de um *podcast* como parte de uma narrativa transmidiática em que as várias partes (em várias

.....
mídias) se agrupassem dando sentido a história. A quarta opção seria a produção de *podcasts* com suportes multimídia, em que mais áudios, textos, fotos e vídeos fossem complementares à narrativa, não sendo fundamentais para o entendimento do todo.

Meditsch (2001) cita Arnheim para diferenciar o rádio como meio de expressão e forma de transmissão e estende o conceito aplicando-o a *internet*, separando o que é meio de expressão (conteúdo) de meio de transmissão (a plataforma/tecnologia). Portanto, podemos classificar o *podcast* da mesma forma: expressão e veiculação (transmissão). Complementando, justifica-se reler o posicionamento de Faus Belau (1981) sobre a definição de produto sonoro radiofônico como sendo “resultado de uma intencionalidade auditiva, que implica em uma complementariedade de processos criadores, e de suas elaborações através de trabalhos técnicos, com equipamentos para utilização e manipulação de outros produtos sonoros, para construção de um novo” (BELAU, 1981, p. 166). Ele ainda indica que o produto radiofônico é um produto sonoro, consequência de uma técnica, sendo sempre derivado e condicionado por sua natureza. Com isso, é possível caracterizar o produto sonoro radiofônico, contendo um número de imagens sonoras muito superiores às obtidas a partir de qualquer outro produto sonoro.

Então qual seria o limite entre os gêneros do radiojornalismo e híbrido/digital para um *podcast*? A resposta está na afirmação de Ferraretto para quem o limite desse processo de transformação do rádio vai até o ponto em que o conteúdo principal da mensagem deixa de priorizar o áudio para ter outros subsídios (vídeos, textos, fotos etc.) como centro do processo comunicativo, descaracterizando o modelo de instituição social e cultural do rádio baseado na escuta (FERRARETTO, 2019, p. 158).

4) Considerações finais

Os avanços das tecnologias sobre os meios tradicionais forçaram a uma nova configuração de produção, edição, veiculação e consumo dos produtos midiáticos. Um bom exemplo disso é a utilização do *podcast* para a entrega de conteúdos sonoros aos

.....
ouvintes/usuários das plataformas digitais. Esta mudança de ambiente de veiculação veio carregada de alterações de linguagem que colocam no centro do debate a questão dos gêneros discursivos, se foram ou não alterados com essas mudanças.

O meio rádio se transformou em um produto hipermediático, resultante da adição de conteúdos sonoros com novos recursos, como imagens, vídeos, infográficos etc., principalmente pelo uso de dispositivos móveis que facilitaram essa transformação. Este processo também impactou a produção do *podcast*, que inicialmente nasce como uma lista de arquivos de áudios disponíveis na *web* e se transforma em programas de rádio disponibilizados na rede, alterando a relação de consumo dos ouvintes, que passaram a ter mais possibilidades de interação e uso com os conteúdos.

Do ponto de vista da linguagem, as fronteiras entre os gêneros ficaram ainda mais permeáveis, dificultando a análise discursiva, uma vez que os meios se misturam na internet em mensagens que se hibridizam em crossmedia, transmedia. Com isso, cabe entender que o produto sonoro radiofônico tem características únicas (BELAU, 1981), e dentro delas devemos observar ainda os diferentes atributos que garantem ao radiojornalismo um perfil diferenciado, como um gênero cultural singular (MEDITSCH, 1999), quando buscamos classificar os conteúdos dos *podcasts* disponíveis na *internet* brasileira como gênero jornalístico ou digital (SANTAELLA, 2013).

Para tanto, devemos buscar observar o limite entre o radiojornalismo e o gênero híbrido, que está no fato do conteúdo ser prioritariamente uma mensagem sonora que não necessite de mais suportes (áudio, vídeo, textos, infográficos) para ser entendida (FERRARETTO, 1999). Tecnicamente, entendemos que devemos separar o *podcast* como uma nova expressão de linguagem e do *podcast* como mais um meio de transmissão de conteúdos de áudio, pois essa divisão nos ajuda a entender melhor os limites da passagem de um para o outro.

O motivo desta distinção é que, ao analisarmos os *podcasts*, devemos entender o contexto de sua origem e quais recursos estão atrelados a ele. Se o material encapsulado

.....
foi produzido em formato radiofônico (perfil de linguagem, estrutura sonora característica, estrutura estética etc.) e veiculado em formato de *podcast* poderemos avaliar seu conteúdo usando os parâmetros dos gêneros discursivos radiofônicos. Especialmente se utilizarem linguagem radiojornalística, que tem características únicas. Isso porque o gênero não foi alterado, pois manteve as mesmas condições iniciais. Porém, quando avaliamos um *podcast* que é parte de uma narrativa maior que se utiliza deste formato para complementar uma estrutura multimídia, neste caso, temos o gênero híbrido/hipermídia, pois o entendimento do sentido do todo só ocorre com a leitura das várias partes distribuídas em formatos midiáticos diferentes (áudio, vídeo, textos, infográficos). No caso de *podcasts* produzidos especialmente para a veiculação na *web*, sem vinculação com uma emissora ou programação radiofônica, também vale entender seu contexto de produção e se podemos enquadrá-lo como produto sonoro radiofônico, como gênero radiojornalístico, ou como híbrido digital. Por ser este estudo parte de uma pesquisa exploratória e inicial, julgamos ser difícil demarcar uma fronteira exata entre as possibilidades de classificação de gênero para os *podcasts*, indicando apenas uma classificação única.

Referências

ALTERMANN, D. **Vamos entender a diferença entre crossmedia e transmídia.** Midiatismo, 22 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/vamos-entender-a-diferenca-entre-crossmedia-e-transmidia-cirandablogs>>. Acesso em: 27 jul. 2019.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico.** Madrid: Cátedra, 1994.

BARBOSA Filho, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio.** São Paulo: Paulos, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede.** São Paulo: Editora Paz & Terra, 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos das mídias.** Tradução: Angela M.S. Corrêa. 2ª ed., 2ª impressão. – São Paulo: 2013

FAUS BELAU, A. **La radio, introduccion a um médio desconocido.** Madri: Editora Latina,

.....
1981.

FERRARETTO, Luiz. **Rádio contemporâneo: o modelo de negócio e o poder de referência do meio sob tensão**. Revista EPTIC. VOL. 21, Nº 2, MAI.-AGO. 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/525661>. Acesso em: 20 abr. 2020.

FERRARETTO, Luiz. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Editora Summus, 2014.

HAUSMAN, C.; MESSERE, F.; O'DONNELL; BENOIT, P. **Rádio: produção, programação e performance**. Tradução Marleine Cohen. Revisão técnica por Alvaro Bufarah. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

HERSCHMANN, Micael; KISCINHEVSKY, Marcelo. A “**geração podcasting**” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista FAMECOS**. Nº 37, pág. 101 - 106, Porto Alegre: Rio Grande do Sul. 2008.

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

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

MACHADO, Irene. **Gêneros**. In: Bakhtin: conceitos chaves. Beth Brait (org). 2ª ed. – São Paulo: Contexto, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução Maria Cecília P. Souza e Silva, Décio Rocha. – 6ª ed. ampl. – São Paulo: Cortez, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. Tradução Sírio Possenti, 1ª ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antonio Carlos. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 3ª ed. – São Paulo. Cortez, 2010.

MEDITSCH, Eduardo Viana. **A Rádio na era da informação**. Coimbra: Minerva Editora, 1999.

NEIVA, E. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. São Paulo: Publifolha: Instituto Antonio Houaiss, 2013.

PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

SAAR, Cláudia Maria. A utilização do podcast como forma de segmentação, colaboração e informação. Em: **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus: AM, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

VICENTE, E. V. **Gêneros e formato radiofônicos**. São Paulo: Núcleo de

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

3 a 6 de Novembro de 2020

.....
Comunicação e Educação, 2016. Disponível em:
<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4327572/mod_resource/content/1/G%C3%AAneros%20Radiof%C3%B4nicos.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2020.