

## Radiojornalismo e identidade editorial em podcasts informativos

um estudo de caso do 123 Segundos

### *Radio journalism and editorial identity in informative podcasts*

*A case study of 123 Segundos*

### *Periodismo radiofónico e identidade editorial en los podcasts informativos*

*Estudio de caso de 123 Segundos*

Alvaro Bufarah Jr. e Debora Cristina Lopez

#### Resumo

Este artigo discute a construção da identidade editorial e acústica de podcasts informativos. Realizamos um estudo de caso comparativo com metodologia mista que reúne análise de conteúdo sonoro e pesquisa descritiva orientada a partir dos conceitos de identidade editorial e identidade acústica, além de uma entrevista semi-estruturada. Comparamos, a partir destes dois eixos, as produções informativas da Rádio BandNews FM (tendo como referência o programa "Expresso BandNews" da sua cabeça de rede em São Paulo) e o podcast 123 Segundos, que tem formato informativo e é produzido pela rádio em parceria com o Spotify. Pretendemos observar se o programa integra-se ou isola-se das identidades editorial e acústica da emissora. Este artigo é uma aproximação dos autores ao fenômeno do podcasting informativo como parte de um projeto de pesquisa a ser desenvolvido em colaboração institucional.

**Palavras-chave:** Podcasting; Identidade editorial; Identidade acústica; Radiojornalismo; Análise de conteúdo sonora.

>> **Informações adicionais:** Área destinada aos Editores

>> **Como citar este texto:** BUFARAH JR. Alvaro; LOPEZ, Debora Cristina. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 03, p. 43-61, jan./abr. 2022.

#### Sobre os autores

##### Alvaro Bufarah Jr.

[alvaro.bufarah@gmail.com](mailto:alvaro.bufarah@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-3893-9905>

Professor dos cursos de Comunicação da Universidade Presbiteriana Mackenzie / Fundação Armando Alvares Penteado. Doutor em Linguística.

##### Debora Cristina Lopez

[debora.lopez@ufop.edu.br](mailto:debora.lopez@ufop.edu.br)

<https://orcid.org/0000-0002-1030-1996>

Professora do PPGCOM e do Curso de Jornalismo da UFOP e do PPGCOM da UFPR. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

### **Abstract**

This article discusses the construction of the editorial and acoustic identity of informative podcasts. We conducted a comparative case study with a mixed methodology that brings together audio content analysis and descriptive research guided from the concepts of editorial identity and acoustic identity, as well as a semi-structured interview. We compared, from these two axes, the informative productions of Radio BandNews FM (having as reference the "Expresso BandNews" program from its network head in São Paulo) and the podcast 123 Segundos, which has an informative format and is produced by the radio in partnership with Spotify. We intend to observe whether the program integrates or isolates itself from the editorial and acoustic identities of the station. This article is an approach of the authors to the informative podcasting phenomenon as part of a research project to be developed in institutional collaboration.

**Keywords:** Podcasting; Editorial identity; Acoustic identity; Radiojournalism; Audio content analysis.

### **Resumen**

Este artículo analiza la construcción de la identidad editorial y acústica de los podcasts informativos. Realizamos un estudio de caso comparativo con una metodología mixta que recoge el análisis de contenido sonoro y la investigación descriptiva orientada desde los conceptos de identidad editorial e identidad acústica, además de una entrevista semiestructurada. Comparamos, a partir de estos dos ejes, las producciones informativas de Radio BandNews FM (teniendo como referencia el programa "Expresso BandNews" de su cabecera de red en São Paulo) y el podcast 123 Segundos, que tiene un formato informativo y es producido por la radio en colaboración con Spotify. Pretendemos observar si el programa se integra o se aísla de la identidad editorial y acústica de la emisora. Este artículo es una aproximación de los autores al fenómeno del podcasting informativo como parte de un proyecto de investigación a desarrollar en colaboración institucional.

**Palabras clave:** Podcasting; Identidad editorial; Identidad acústica; Radioperiodismo; Análisis de contenido sonoro.

## Introdução

Este artigo<sup>24</sup> origina-se na inquietação dos autores sobre a relação entre o radiojornalismo desenvolvido em emissoras de rádio brasileiras e em podcasts. O ponto de intersecção que nos interessa neste estudo são os impactos da plataformização (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018) – especificamente no que diz respeito ao podcasting (BERRY, 2020; AVELAR; PRATA; MARTINS, 2018; BONINI, 2020) – na consolidação de uma identidade multiplataforma do jornalismo das emissoras de rádio informativas. Optamos pela realização de um estudo de caso da Rádio BandNews FM, responsável também pela produção do podcast 123 Segundos junto ao Spotify Studios, para poder analisar de maneira mais atenta as variações de identidade editorial e acústica entre conteúdo emitido em antena e circulado em podcast. Buscamos compreender se há uma unidade editorial e acústica nas produções da Rádio BandNews FM em seus boletins informativos transmitidos pelas ondas hertzianas, especificamente o programa Expresso BandNews e no seu podcast informativo 123 Segundos. Nossa questão de pesquisa baseia-se também na premissa de que os públicos do rádio de antena e do podcasting são distintos e de que suas especificidades (MARTÍNEZ-COSTA, 2015) podem afetar direta ou indiretamente o que se diz e como se apresenta o conteúdo informativo.

Pretendemos, então, discutir o radiojornalismo plataformizado (LOPEZ; FREIRE, 2020), buscando compreender não somente as dinâmicas de circulação, mas seus contextos e implicações (KISCHINHEVSKY, 2016; LOPEZ, 2016). Isto é, buscaremos entender para quem se fala nestas produções e como os produtores apresentam-se ou buscam se fazer conhecer nestes espaços. Observamos, em um estudo exploratório, a busca pela construção de uma identidade sonora rejuvenescida no podcast 123 Segundos. Mesmo que se trate

---

24. Artigo apresentado em mesa coordenada da Rede Radiojor no 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na Universidade Federal do Ceará, em novembro de 2022.

do público pretendido pela Rádio BandNews FM, percebemos uma clareza acústica mais marcada no podcast, o que o distancia, em certa medida, da identidade do conteúdo informativo da rádio em antena.

Para atingir estes objetivos, pretendemos conduzir entrevistas semiestruturadas com o jornalista da rádio e do podcast, Sandro Badaró, de modo a conhecer sua visão sobre a relação entre os produtos analisados, além de compreender suas estratégias em cada um deles. Além disso, desenvolveremos análise de conteúdo sonoro de duas edições diárias do podcast e uma edição diária do programa informativo da Rádio BandNews FM São Paulo (GIBBS, 2019; BAUER; GASKELL, 2008; MEDITSCH; BETTI, 2019). Como diretriz para a composição da amostra, optamos por utilizar produções que se enquadrem no formato boletim, já que 123 Segundos identifica-se como um boletim informativo em podcast. A amostra é composta por uma semana, em dias úteis. Portanto, totaliza 15 peças, sendo 10 podcasts e 5 edições do Expresso BandNews emitidas em ondas hertzianas.

A análise de conteúdo sonora organizar-se-á em dois eixos: a) conteúdo, que observa a informação e o texto transmitidos nos programas; e b) forma, que observa locução, sonorização, ritmo e outros elementos da linguagem sonora. Em ambos buscaremos identificar marcas e padrões que identifiquem emissora e podcast e que também permitam estabelecer diferenças – também ancoradas no debate sobre identidades editorial e acústica em jornalismo sonoro, seja nas emissoras ou em podcast (VIANA; CHAGAS, 2021; McHUGH, 2016; BUFARAH JR., 2017). A partir disso, será desenvolvida uma análise contextual, que partirá do debate sobre novos públicos e consumo em plataforma (LOPEZ, 2016).

### **A natureza do rádio informativo**

Para Lage (2005, p. 73), o que caracteriza o texto jornalístico e o que o diferencia dos demais é o volume de informações factuais resultantes da apuração e dos tratamentos – que têm o objetivo de informar e não convencer – dos dados. O autor complementa que a base do texto jornalístico é a notícia,

que é a exposição de um ou mais fatos novos ou desconhecidos do mesmo evento, com suas circunstâncias. Segundo Neiva (2013, p. 401) trata-se do “relato de fatos e acontecimentos, recentes ou atuais, ocorridos no país ou no mundo, veiculado em um meio de comunicação e o assunto tema deste relato”. Neste estudo não pretendemos acionar informação e notícia como sinônimos. Utilizaremos a definição de Neiva (2013, p. 205), para quem a informação é “conhecimento ou fato de interesse geral, tornado do conhecimento público ao ser divulgado pelos meios de comunicação”. Portanto, consideramos que a notícia contém informações necessárias para serem apresentadas ao público, sendo o conteúdo produzido, editado e entregue o consumidor. Desta forma, a notícia no rádio tem estrutura semelhante às outras mensagens difundidas por ele. Embora tenha conteúdo e natureza diferentes dos elementos radiofônicos artísticos e comerciais, está sujeita à linguagem do meio, devendo ser adequadas às suas características, entre elas o imediatismo e a mobilidade.

Meditich (1999, p. 275) 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, idiosincrasias 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. O autor indica que, embora a informação trazida pelo jornalismo seja a mesma que a que está nos diversos meios, no rádio há uma série de diferenças pontuais que configuram especificidades da notícia, que estabelecem uma relação com a natureza eletrônica do meio que, por sua vez, difere dos discursos da oralidade da comunicação imediata da vida cotidiana e da escrita.

Para Meditsch (1999, p. 276), 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, e a amplitude dessa audiência e sua posição social também condicionam a forma de construção da realidade da mensagem informativa radiofônica.

Ortriwano (1985, p. 94) justifica que há cinco níveis de informação no rádio fundamentados na eficácia da mensagem, de acordo com o interesse próprio de cada conteúdo: o primeiro nível é a fórmula da notícia mais pura, quando ela é emitida assim que haja informação sobre a ocorrência do fato (o que interessa é dar conhecimento da notícia ao público com a máxima rapidez possível); o segundo nível é determinado pela aparição ocasional de grandes temas noticiosos que se transformam em conteúdos mais densos, ganhando enfoques mais históricos, contextualizações e análises de significados; o terceiro nível é um conjunto de notícias selecionadas, avaliadas e tratadas, em um primeiro estágio focado no formato informativo do conteúdo, não cabendo outros dentro desse nível; o quarto nível pressupõe um tratamento mais profundo da informação, tendo uma seleção valorativa de notícias por períodos mais amplos de tempo, já contendo comentários e outros elementos que compõem um radiojornal; por último, no quinto nível, a informação está integrada a outros assuntos não prioritariamente jornalísticos (há uma mescla de temas em diversos conteúdos que buscam manter a atenção da audiência em materiais que não são apenas noticiosos).

Faus Belau (1981, p. 156) afirma que o programa supõe sempre uma intencionalidade concreta e uma dimensão pragmática, e, quando falamos sobre suas variáveis, temos de levar em conta os fatores que condicionam sua produção, como o tipo de audiência, a grade de programação na qual estão inseridos aspectos econômicos da produção etc. Para o pesquisador espanhol, esse universo de circunstâncias condicionantes reduz os aspectos sonoros e radiofônicos dos programas a uma dimensão utilitária, os quais terminam, na maioria das vezes, em considerações instrumentais e circunstanciais do meio.

O estudioso cria uma nova categoria denominada produto sonoro radiofônico, a qual define como a produção de um conteúdo intencionalmente baseado em aspecto auditivos, que implica uma complementariedade, e de processos criadores em sua elaboração, necessitando de trabalho em equipe, utilização de outros produtos sonoros (efeitos, locução, trilhas etc.) e manipulação desses elementos na produção de um novo produto. Faus Belau (1981, p. 166) também considera a ação criadora sobre todo o conjunto e a dimensão psicológica encontrada na base da materialização conteúdo variado. Portanto, para ele (FAUS BELAU, 1981), o produto sonoro radiofônico vai além das estruturas condicionantes do programa inserido na programação de uma emissora, para assumir uma dimensão ampla, marcada pela intencionalidade da produção de um conteúdo específico que condiciona a mensagem a ser enviada. Dessa forma, esse produto diferencia-se pelos seus atributos técnicos e psicológicos dentro do espectro das comunicações humanas.

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. No entanto, todos os gêneros estão baseados na mesma estrutura narrativa originada nas limitações técnicas do meio. No radiojornalismo, os textos podem ser estruturados em roteiros e buscam o melhor entendimento do público explorando os potenciais da voz e de outros recursos sonoros. No rádio, os elementos que “carregam” e organizam a informação são a voz, a oralidade – conjugada a outros signos sonoros (ruído, música) –, e o silêncio. A palavra propõe o conteúdo do fato transmitido, enquanto o ruído, a música e o silêncio ambientam e oferecem ao ouvinte a sensorialidade; isto é, são responsáveis por “transportar” o receptor ao “clima”, ao cenário do acontecimento, construído também a partir dos referentes sonoros do público. Quando sonoplastia e texto entram em equivalência, um traço da materialidade da palavra é emprestado à sonoplastia e vice-versa. Trata-se da transmutação do verbal em sonoplastia (efeito sonoro e trilha) e da

sonoplastia em verbal em um processo de equivalência e justaposição de sentidos, em que paralelismo e simultaneidade equilibram-se (SILVA, 1999, p. 81).

Nesse sistema radiofônico a notícia é inserida de diferentes formas, sendo que uma das principais são as produções do jornalismo radiofônico, informação factual, que se aproveitam da velocidade de acesso da emissora aos ouvintes. Dessa forma, a atualização constante e a fugacidade são elementos básicos desse formato que afetam a forma da narrativa e a estrutura como são organizadas as informações (LOPEZ, 2011). Entre os formatos mais utilizados no radiojornalismo brasileiro temos a síntese noticiosa que apresenta um resumo dos acontecimentos transcorridos desde a última edição em um texto coeso, bem hierarquizado e claro (FERRARETTO, 2001).

### **A classificação dos podcasts noticiosos**

A classificação de podcasts tem início no próprio desenvolvimento do formato de transmissão. Em meados dos anos 2000, Medeiros (2006) indicou que havia algumas formas básicas para os formatos de podcast: o modelo metáfora, com características de um programa de rádio convencional feito para o dial, com músicas, informações, locução e produção; o modelo editado, que surgiu da necessidade das emissoras de rádio convencionais em dar aos ouvintes a possibilidade de acompanhar o programa que foi veiculado sem que eles tenham ouvido no momento da transmissão, disponibilizando estes trechos de programas nos sites; registro ou audioblogs, que serviam para que seus autores expusessem problemas do dia a dia, comentassem notícias.

Carvalho e Aguiar (2010) também desenvolveram uma taxonomia considerando seis dimensões diferentes para classificar os podcasts: tipo, formato, autor, estilo, duração e finalidade (expositivo/informativo). Quanto ao formato, eles classificam: para além de áudio, vídeo, imagens fixas com locução ou a captura do ecrã do computador. Como exemplos temos os vodcasts ou vidcasts, screencasts e enhanced podcasts. Já quanto à duração (tempo), os

pesquisadores consideram: duração curta ou moderada. Em média, o ideal é que tenha a duração de uma música – de 3 a 5 minutos. Os podcasts considerados curtos são aqueles que duram no máximo até 5 minutos; os moderados têm duração superior a 5 minutos, mas inferior a 15 minutos; e os considerados longos são aqueles que ultrapassam esse tempo. Também consideram o estilo, que pode ser formal ou informal. E, por último, a finalidade: informar, resumir ou sintetizar, apresentar ou expor, participar, divulgar algo, motivar para determinados temas, propor tarefas, orientar o estudo, incentivar, desafiar, refletir, analisar.

Já María del Pilar Martínez-Costa (2019), ao desenvolver seus estudos sobre podcasts, organizou os elementos de análise em 4 grupos: aspectos formais, em que considerou o título do podcast, a marca jornalística de origem (empresa de comunicação), o país de origem, a data da divulgação (postagem), a periodicidade, a duração, o nome do apresentador, a equipe de produção e o slogan que define o produto sonoro; recursos de produção em que considera: presença ou ausência de capa, sintonia musical própria, efeitos sonoros, cortes de voz, documentos de arquivo, apresentador, função de apresentador (comunicador, moderador, locutor), vozes de colaboradores, vozes de convidados, tom geral (formal, conversacional, vulgar), e publicidade (número e identificação de marcas); variáveis relativas aos recursos narrativos em que incluem tipos de gênero, presença ou ausência de abertura, uso de comentários, notícias, crônicas, reportagens, entrevistas, mesa-redonda, debate, conversa, uso de humor e fragmentos dramatizados, e as variáveis temáticas: o número e os tópicos abordados em cada episódio e as características das notícias veiculadas. Quanto a este último ponto, Martínez-Costa (2019) considerou a classificação utilizada pelo Digital Report (2016) em que temos dois grupos de notícias: hard news e soft news.

### **Identidade editorial no radiojornalismo informativo**

A composição da identidade editorial de um programa de rádio, um

podcast ou de uma emissora gira em torno de seus elementos essenciais. Acionamos, neste artigo, o que María Del Pilar Martínez-Costa (2004) define como formatos, pensados a partir da produção, como ponto de partida. Para a autora, uma programação e um programa seguirão preponderantemente (mas não se limitando a isso) as linhas jornalísticas, cultural ou de entretenimento. Neste ponto, defendemos, começa o processo de externalização e explicitação da identidade editorial de uma emissora de rádio. À linha, podemos somar outros elementos de estrutura, conteúdo e estética que permitem compreender a personalidade que uma emissora busca apresentar ao seu público (MORENO, 2004). Como se lembra a autora, a formação da identidade da emissora começa na sua definição como generalista ou especializada (MORENO, 2004), já que dela derivam questões fundamentais como o público para quem fala, o conteúdo que lhe interessa, as estratégias de linguagem pensadas para chegar a esse ouvinte e os espaços de circulação que devem ser ocupados. Desta forma, observamos que a construção e a consolidação da identidade de uma estação ou de um programa é uma ação complexa e de longo prazo, que envolve questões como as rotinas de produção, a comunicação entre os jornalistas atuantes e a constante reavaliação dos processos executados.

A composição sonora é um dos momentos cruciais para a delimitação de uma identidade (MARITAN, 2020). Ela permite ao ouvinte conectar-se com o programa, localizar seu início e seu final, entender mudanças de editoriais, perceber ironias, seja através de vinhetas, de cortinas, de trilhas originais ou de efeitos sonoros (MELLO VIANNA, 2014). A maior ou menor complexificação acústica (FREIRE; LOPEZ, 2020) permite chegar a perfis distintos de ouvintes e gerar reações mais ou menos emocionas e de engajamento, enriquecendo narrativas (MELLO VIANNA, 2014).

Neste artigo partimos da proposta de Bufarah Jr. e Padilha (2020) para compor a tabela de análise. O autor propõe uma ficha de classificação para os podcasts jornalísticos com os seguintes elementos: a) dados gerais; b) veiculação; c) aspectos formais; d) recursos de produção; e) variáveis

temáticas; f) recursos narrativos (gêneros: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional); g) quanto ao formato (nota, boletim, reportagem, entrevista, externa, crônica, debate, radiojornal, documentário radiofônico, programas, esportivos); h) quanto ao tempo (duração/periodicidade); i) finalidade; j) interatividade; l) recursos multimídia. Adaptando à nossa proposta, ampliamos o destaque à natureza narrativa – especialmente ao papel do locutor –, readequamos a abordagem dos gêneros, da expansão a outras plataformas e composição de narrativas multimídia. Observamos, então, não somente a presença destes elementos, mas buscamos observar, contextualmente, como eles se apresentam e em que medida afetam a identidade da produção. Desta forma, temos mais de um nível de codificação na pesquisa, o que permite um olhar a mais de uma camada para os objetos (GIBBS, 2019; BAUER; GASKELL, 2008). O preenchimento da ficha, como indicamos, seguiu uma orientação qualitativa que buscava compreender como a relação entre os elementos sonoros auditáveis (MEDITSCH; GOBBI, 2019) permite compreender as nuances da identidade dos boletins informativos emitidos em antena e o podcast.

Analisamos produções informativas com caráter de síntese noticiosa de uma mesma emissora em podcast e em antena para buscar compreender a permanência ou as mudanças na delimitação da identidade. “A BandNews FM, em atuação desde 20 de maio de 2005, foi, de fato, a pioneira, em Frequência Modulada, a buscar abordar o formato all-news no país” (BIANCO; PINHEIRO, 2020, p. 7). Como se lembram os autores, a programação é transmitida para 12 capitais e organizada em fluxos de 20 minutos, em que são apresentados jornais completos. Segundo o coordenador de redação e apresentador, Sandro Badaró (2022), esta organização ocorre pensando no caráter rotativo da audiência. A programação relógio, com ciclos de informação estruturada como síntese noticiosa (BADARÓ, 2022) identifica a BandNews FM desde sua criação e contribui, junto às marcas sonoras, para a dinamização do conteúdo transmitido.

O podcast 123 Segundos foi ao ar pela primeira vez em 30 de outubro de

2020. Uma parceria entre o Spotify e a BandNews FM, vai ao ar três vezes ao dia, às 6h, 12h e 18h. No seu primeiro episódio, os jornalistas Sandro Badaró e Helen Braun reiteram a identidade principal do podcast: síntese das principais informações do dia em 123 Segundos, com agilidade similar à dos acontecimentos e apresentado de maneira rápida. A partir das propostas das produções, consideramos que 123 Segundos baseia sua identidade no dinamismo e na capacidade de síntese enquanto os informativos emitidos pela rádio fundamentam a sua atualização e hierarquização das informações. A BandNews FM tem a jovialidade e o dinamismo em sua identidade básica, desde sua criação. A proposta da emissora é fazer jornalismo fugindo da estética dura do all-news. Esta busca pela estética informal e jovial afeta tanto o informativo de antena quanto o podcast produzido em parceria com o Spotify. Segundo Badaró (2022), a proposta é de que o podcast seja um espaço mais informal que a antena pelas características da podosfera e pela diversidade dos ouvintes.

Na análise, no entanto, observamos padrões distintos, que revelam, em todos os 15 episódios analisados, a predominância da informalidade nos informativos de antena, que possuem perfil dialogal (com dois apresentadores) e mais informal (com diversos momentos de diálogo e inserção de "cacos" e brincadeiras na apresentação), e da formalidade no podcast (com momentos em que se predomina a percepção do texto lido em detrimento do falado). Em 123 Segundos, a leveza na fala apresenta-se, principalmente, na abertura e no encerramento. Observamos a preocupação de acionar variações de tom e, principalmente, de ritmo na locução. Isso amplia a sensação de proximidade, já que se alinha com estruturas de discurso falado. Ainda assim, não consegue alcançar as trocas de turno, o ritmo e a leveza características desta modalidade discursiva.

A informalidade protagoniza a amostra do Expresso BandNews. Nela, os jornalistas interagem entre si na abertura, em momentos de troca de editoria e, com mais intensidade, nas notícias esportivas. No Expresso há também manifestações de diálogo e chamada à ação voltados ao ouvinte, o que não é

constante no podcast . Uma exceção é o conteúdo esportivo ou de eventos com data de realização, em que são inseridas falas como: “Para você que escuta esse podcast logo que vai ao ar a partir das 6 da noite, às 7 e 15, o Palmeiras joga fora de casa contra o Cerro Portenho, jogo da Libertadores [...]” (123 Segundos, 29 Jun. 2022, 1'07”). Ao contrário do que indicou o jornalista Sandro Badaró (2022), não encontramos textos com perfil de storytelling (VIANA, 2022; McHUGH, 2016) no podcast, mas uma predominância de notas, notícias e notas com sonora estruturados de maneira factual. A estética, então, revela aqui uma relação direta com a estrutura de produção das peças. Como revela Badaró (2022), o processo de apuração é compartilhado pelos programas, já que é de responsabilidade de toda a equipe de redação da BandNews FM, incluindo as praças. Tanto o podcast 123 Segundos quanto o Expresso BandNews utilizam a reportagem e verificação realizadas pelos jornalistas da cabeça de rede e das afiliadas para informar seu público.

Como prevíamos no início do estudo, o caráter informativo predomina nas produções analisadas. Este protagonismo está associado à própria delimitação da análise, as sínteses noticiosas. As características apontadas pelos autores como determinantes de uma síntese foram identificadas na amostra: trata-se de produções que buscam resumir os acontecimentos de um período de tempo definido, que possuem uma periodicidade definida e que têm foco na hierarquização dos acontecimentos, unindo a função de informar à de afetar diretamente a vida da audiência. Um diferencial, lembra-se o jornalista, está no tratamento da informação pelos editores e redatores dos produtos.

Se na transmissão hertziana, pela sua fugacidade e pela constante atualização, o hard news é o mais importante, no podcast ele deve ser contextualizado brevemente, indicando implicações ou contextos. Isso somado à curta duração do podcast implica em uma ampliação dos critérios de seleção da notícia: “Não adianta eu falar ‘Greve encerrada’. Eu preciso contar o que aconteceu durante o dia. Eu preciso explicar a previsão para a noite e o dia seguinte. Em resumo, o que a gente trabalha são duas notícias. Então, o filtro é

muito maior" (BADARÓ, 2022). Já na síntese noticiosa de antena, a média é de 10 notícias, muitas vezes trabalhadas com variedade de formatos (ainda assim girando entre notas, notícias, entrevistas e eventuais participações ao vivo de repórteres). Esta diversidade permite a manutenção de editorias e a construção das dinâmicas dialogais que caracterizam o programa, como indicado.

Neste contexto, o ritmo e a alternância de turnos de fala são a base da construção da estética da locução da Rádio BandNews FM – com maior atribuição na adoção do talk radio na transmissão em antena ou com menor atribuição na construção dos podcasts, mais vinculados a padrões e roteiros formais. "A BandNews FM tenta conversar com as pessoas, não só entregar aquele conteúdo em padrão que a gente tem em outros veículos. É um padrão também que se tinha há mais tempo, então isso facilitou a nossa produção" (BADARÓ, 2022). Badaró (2022) destaca, então, que a principal diferença entre o Expresso BandNews e o podcast 123 Segundos é a linguagem. A análise da amostra reitera isso, mas em um sentido distinto. A atuação dos jornalistas em uma emissora que busca construir uma estética sonora mais leve e dialogal contribui para a construção da identidade do podcast, mas não é definidora. O elemento definidor, defendemos, é a modalidade de transmissão: ao vivo ou gravado. No rádio ao vivo, feito no Expresso BandNews, que também é de locução compartilhada, o ritmo é garantido pelo diálogo efetivo entre os locutores, na chamada à audiência, nas brincadeiras, improvisos, cacos inseridos e que atribuem naturalidade à produção – característica, como dissemos, do talk rádio.

Já no podcast 123 Segundos, o que percebemos é uma busca pela leveza e pela informalidade, mas que não ultrapassa momentos de abertura e encerramento, "ensanduichando" um bloco de notas e notícias roteirizadas e lidas. São duas estéticas marcadas – e constantes – em três minutos, que constroem uma unidade: a identidade sonora do podcast 123 Segundos. Então, ainda que 123 Segundos busque uma identidade sonora, constrói outra em seu cotidiano, afetada pela locução e pela padronização dos demais elementos – o

uso da mesma trilha, a pouca exploração dos silêncios e a ausência de efeitos sonoros.

### Conclusões

Ainda que tenhamos identificado um compartilhamento de identidade editorial entre as peças, a identidade estética, em suas múltiplas dimensões, diferencia-se. Enquanto a transmissão em antena se caracteriza como talk radio, o podcast apresenta-se como uma síntese noticiosa que pensa nas dinâmicas de consumo do público plataformizado. A apresentação de notícias rápidas e o foco na hierarquização das informações caracteriza o podcast 123 Segundos como uma síntese da síntese noticiosa de antena. A locução dinâmica contrapõe-se com a trilha sonora padronizada e com a ausência de efeitos e de interação (seja locutor-locutor, seja locutor-ouvinte), mas a preocupação com a alternância de ritmo garante uma identidade própria. Esta busca pela informalidade construída em uma produção quase estritamente monologal marca a identidade do podcast a partir do público que pretende alcançar. “Tem ouvintes da BandNews FM que vão escutar os 123 Segundos, mas eu estou de olho também nesse público que passou o dia sem ouvir nada, sem ler nada e precisa entender toda aquela notícia dentro do tempo do podcast” (BADARÓ, 2022).

Já Expresso BandNews, o informativo analisado neste artigo, também busca construir uma narrativa informal, mas centrada no diálogo entre os jornalistas e na marcação estética de editorias a partir da variação de trilhas. Percebemos no Expresso menor restrição por um padrão acústico, permitindo a inserção de brincadeiras, de risos, de interrupção de turnos de fala em momentos de diálogo entre os locutores, caracterizando a estética do informativo alinhada com talk radio. Ainda que não haja um protagonismo dos locutores, explorando as características do star system do rádio falado, as interações assumem um lugar de destaque compartilhado com a informação.

Os dados levantados revelam desafios à pesquisa. Entre eles, destacamos

a necessidade de refinar as estratégias metodológicas para analisar podcasts informativos. Neste artigo, demos um primeiro passo buscando sistematizar, através de uma análise contextual, as relações entre as rotinas produtivas, a plataformização e a configuração das identidades editorial e sonora de produções radiofônicas. A identidade sonora, destacamos, é a porta de entrada do ouvinte em uma produção. É através dela que se pode reconhecer um programa (e reconhecer-se nele). Desta forma, estratégias como a repetição de trilhas para gerar identificação são comumente acionadas (como é o caso do 123 Segundos), assim como o uso de trilhas editorializadas auxiliam na condução do ouvinte pelo conteúdo apresentado. Da mesma forma, a identidade pode se construir pela relação entre as trilhas e a locução, potencializando o caráter informal ou dialogal de um podcast ou de um programa de rádio.

Defendemos que a identidade – seja pensada pelo ponto de vista editorial ou estético – é compartilhada pelo podcasting e pelo rádio como objetos. Caracteriza-se, então como um problema a ser observado pelos estudos radiofônicos como um todo, buscando compreender interações, padrões discursivos e estéticos, acionamentos narrativos e impactos nas rotinas de produção. Nossa pesquisa revela, por exemplo, uma questão a ser analisada futuramente: que identidade se inscreve nos produtos e qual é pensada pelos jornalistas das emissoras? E como isso impacta das rotinas de produção e a relação com as audiências?

## Referências

AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair; MARTINS, Henrique. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Universidade da Região de Joinville, 2 a 8 de setembro de 2018.

BADARÓ, Sandro. **Entrevista concedida a Alvaro Bufarah Jr através da plataforma Zoom**. 07 de julho de 2022.

BAUER, Martin; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BERRY, Richrd. **There are just 3 types of podcast.** Radio & Podcast Academic, Sunderland (UK), 29 de julho de 2020. Disponível em: <https://richardberry.eu/there-are-just3-types-of-podcast/>. Acesso em: 24 jun. 2022.

BIANCO, Nelia Del; PINHEIRO, Elton. A integração de emissoras de rádio all news brasileiras às plataformas de streaming de áudio, 2020. **Anais do 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, jan./abr. 2020, pp. 13-32

BUFARAH, Alvaro. Podcast: possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade Positivo, 4 a 9 de setembro de 2017.

BUFARAH, Alvaro; PADILHA, Luis David. O radiojornalismo como gênero discursivo aplicado ao conceito de podcast. In: **18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** Anais [2020]. Remoto, 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/bde5x9te>. Acesso em: 28 ago. 2021.

CARVALHO, Ana Amélia Amorim; AGUIAR, Cristina Alexandra de Almeida. (Org.). **Podcasts para ensinar e aprender em contexto.** 1. ed. Santo Tirso: De Facto Editores, 2010.

Conheça o 123 Segundos, podcast original do Spotify produzido pela BandNews FM. **Podcast 123 Segundos.** 3 minutos, 13 out. 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/4bc8cs7p>. Acesso em: 15 jul. 2022.

FAUS BELAU, Angel. **La radio, introduccion a un medio desconocido.** Madri: Editora Latina, 1981.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos.** Porto Alegre: Artmed. 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência nas redações: Mapeando os impactos**

do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla. (Org.). **Jornalismo On-Line: Modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009. pp. 57-74.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O Rádio está aprendendo muito com o podcasting (Entrevista com Richard Berry). **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**. V.11, N.1, 2020.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LOPEZ, Debora Cristina. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. En: ZUCULOTO, Valci, LOPEZ, Debora Cristina, KISCHINHEVSKY, Marcelo. (Eds.). **Estudos Radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa de Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. INTERCOM, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo. Inovação e narrativa multimídia em podcasts: um estudo de caso de Strange Bird. **Temática**, v. XVI, pp. 59-75, 2020.

LOPEZ, Debora Cristina. O repórter Esso e as sínteses radiofônicas. In: VIRGÍNIA MOREIRA, Sonia. **70 anos de radiojornalismo no Brasil, 1941-2011**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2011.

MARITAN, Matheus. **Rádio Musical e Identidade: um estudo sobre a composição editorial adotada pelas emissoras Jovem Pan 99.1 FM e 98 FM BH na internet e no dial**, 2020. 220 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar. Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio. In: OLIVEIRA, Madalena; RIBEIRO, Fábio. (org). **Radio, sound and Internet Proceedings of Net Station International Conference**. Universidade do Minho, Braga, 2015.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; GÁRATE, Eva Lus. El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. In: **Miguel Hernández Communication Journal**, Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante), vol. 10 (2), pp. 323-340, 2019.

MCHUGH, Siobhan. How podcasting is changing the audio storytelling genre. **The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media**. Vol 14, Num 1, 2016.

MEDEIROS, Macello. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação INTERCOM**, 28, 2005, Rio de Janeiro. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2006.

MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. G. Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. **Anais 16o SBPJor**. Goiânia, nov. 2019.

MORENO, Elsa. Las radios y los modelos de programación radiofónica. **Comunicación y sociedad**. vol.XVIII, núm.1, 2004 p.61-111.

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

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2a. Ed. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Julia Lucia de Oliveira. Albano. da. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.

VAN DIJCK, Jose; POELL, Thomas, & DE WAAL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective world**. New York: Oxford University Press, 2018.

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcasting: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral**, 2022. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luã. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. In: **Anais do XIII Encontro Nacional de História da Mídia**, Juiz de Fora, 2021.