

BH é um ovo⁵⁸: Jornalismo sonoro do rádio ao podcast com sotaque mineiro

BH is an egg: sound journalism from radio to podcast with Minas Gerais accent

BH es un huevo: periodismo sonoro de la radio al podcast con acento de Minas Gerais

Graziela Mello Vianna; Elias Santos

Resumo

O artigo propõe uma observação do jornalismo sonoro regional veiculado por meio de podcasts produzidos atualmente em Belo Horizonte (MG). Acorados em discussões anteriores de pesquisadores do rádio (LOPEZ, 2019; KISHINHEVSKY, 2016), entendemos o podcasting como uma modalidade radiofônica. Assim, para compreender a historicidade da oralidade do rádio que transborda para os podcasts, desenvolvemos inicialmente um panorama do jornalismo radiofônico no Brasil e em Minas Gerais. A fim de selecionar o nosso corpus empírico, utilizamos o método snowball (COLEMAN, 1958) para encontrar fontes e indicações de produções sonoras e realizamos uma pesquisa nos sites de veículos locais de comunicação atuantes em Belo Horizonte.

Palavras-chave: Rádio; Podcast; Belo Horizonte.

>> Como citar este texto:

VIANNA, Graziela Mello. SANTOS, Elias. BH É UM OVO: Jornalismo sonoro do rádio ao podcast com sotaque mineiro. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 14, n. 3, p. 255-282, out./dez. 2023.

Sobre os autores

Graziella Mello Vianna
grazielavmv@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8742-5559>

Professora associada nível II do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais (DCS-FAFICH/UFMG) Brasil. Coordenadora do grupo de pesquisa Escutas.

Elias Santos
eliasufmg@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-4194-9510>

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FAFICH) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) – Brasil

⁵⁸ Expressão local que significa que Belo Horizonte, apesar de ser um grande centro urbano, é como uma cidade do interior, onde os círculos de relações de sociabilidade são pequenos, as pessoas conhecem umas às outras ou têm amigos em comum.

Abstract

The paper aims to observe regional sound journalism conveyed through podcasts currently produced in Belo Horizonte (Brazil). Anchored in previous discussions developed by radio researchers (LOPEZ, 2019; KISCHINHEVSKY, 2016) we understand podcasting as a radio modality. Thus, in order to understand the historicity of radio orality that spills over into podcasts, we initially developed an overview of radio journalism in Brazil and Minas Gerais. We used the snowball method (COLEMAN, 1958) to select our empirical corpus to find sources and sound productions. We also conducted a search on the websites of local communication broadcasters operating in Belo Horizonte.

Keywords: Radio; Podcast; Belo Horizonte.

Resumen

El artículo propone una observación del periodismo sonoro regional transmitido a través de podcasts producidos actualmente en Belo Horizonte (MG). Anclado en las discusiones previas de investigadores de radio (LOPEZ, 2019; KISCHINHEVSKY, 2016), entendemos el podcasting como una modalidad radiofónica. Así, para comprender la historicidad de la oralidad radiofónica que se extiende a los podcasts, inicialmente desarrollamos una visión general del periodismo radiofónico em Brasil y Minas Gerais. Para seleccionar nuestro corpus empírico utilizamos el método de bola de nieve (COLEMAN, 1958) para encontrar fuentes e indicios de producciones sonoras y realizamos una búsqueda en los sitios web de los medios de comunicación locales que operan en Belo Horizonte

Palabras clave: Radio; Podcast; Belo Horizonte.

Vinheta de abertura: o consumo de podcasts e a audiência de rádio no Brasil

Os dados de uma pesquisa realizada pelo IBOPE, IAB Brasil 2022 e Statista, em abril 2022, desvelam que o Brasil é o terceiro país em consumo de podcasts no mundo, com 30 milhões de ouvintes. Os formatos preferidos dos brasileiros são característicos do jornalismo sonoro – entrevistas, narrativas, mesas redondas, reportagens e resumo do dia (DATAISMO, 2023). Na lista dos cinco podcasts mais escutados no país da mesma pesquisa, está um podcast jornalístico, o

Café da Manhã, produzido pela equipe de um jornal impresso – a Folha de São Paulo.

Em junho deste ano, 66% dos brasileiros disseram ouvir podcasts para finalidades de informação, enquanto 49% escutam com objetivo de ter entretenimento, e 32%, para educação (TERRA, 2023). O podcasting também pode ser considerado como uma prática radiofônica, no entanto, para efeito de sistematização do presente texto, desenharemos percursos históricos paralelos e, por vezes, simultâneos, do rádio hertziano e do podcast a fim de historicizar a produção local de podcasts em Belo Horizonte atualmente.

Além do consumo significativo de conteúdo jornalístico por meio de podcasts, devemos considerar também a audiência de rádio hertziano no Brasil, meio centenário de comunicação que continua a se expandir no século XXI. De acordo estudo da *Kantar IBOPE Media* sobre o cenário do meio, 80% dos brasileiros, nas 13 regiões metropolitanas pesquisadas, ouvem rádio – um aumento de 2 % em relação ao ano anterior. Cada ouvinte passa, em média, 4 horas e 26 minutos ouvindo rádio (KANTAR IBOPE MEDIA, 2023).

Tais pesquisas indicam a relevância da escuta de rádio, seja hertziano, seja por meio de podcasts no Brasil. Partindo dessa premissa, de início situaremos historicamente o desenvolvimento do rádio e do podcasting, desde o surgimento do rádio no Brasil e em Minas Gerais. Ao final deste artigo, observamos a produção atual de jornalismo sonoro em podcasts produzidos em Belo Horizonte por veículos de comunicação e produtores independentes em Minas Gerais. Produções essas destinadas principalmente ao público regional. Alguns destes veículos são jornais impressos locais que fazem uso da oralidade de um dispositivo sonoro – o podcast – para se dirigirem ao público mineiro.

Tal regionalismo é marcado pelos conteúdos – que abordam a capital Belo Horizonte ou o Estado de Minas Gerais –, pelas performances das vozes marcadas pelo sotaque mineiro, por exemplo, "oncêvai", título de uma coluna e um podcast da Rádio Band Minas, que faz alusão ao sotaque mineiro ou pelos títulos relacionados à cultura regional, ou como o podcast *Frango com quiabo*

— produzido pelo G1 Minas —, prato típico da culinária mineira.

Se Kischinhevsky cunhou o conceito “rádio expandido” como transbordamentos do rádio para outros dispositivos midiáticos, poderíamos falar em um “jornal (impresso) expandido”, considerando desde as leituras dos jornais pelos pioneiros do rádio nas primeiras décadas do século XX aos podcasts mineiros observados no século XXI? Quais são os pontos de convergência entre o jornalismo sonoro produzido para podcasts atualmente e o radiojornalismo em diversas fases ao longo da história do rádio? Vamos refletir sobre essas questões na seção final deste texto.

Os primeiros passos do radiojornalismo

As primeiras transmissões de rádio no Brasil ocorreram em 1919, com o Rádio Clube de Pernambuco. Quatro anos mais tarde, era inaugurada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, como iniciativa da Academia Brasileira de Ciências e idealizada pelo antropólogo Edgard Roquette-Pinto. A emissora tinha como objetivos principais educar e informar a população.

Como pesquisas anteriores sobre o rádio desvelam (CALABRE, 2002; FERRARETTO, 2000; ORTRIWANO, 1985; MOREIRA, 2011), a programação era essencialmente educativa, informativa e cultural. Basicamente, resumia-se à transmissão de óperas (por meio de discos), programas educativos e noticiosos. O jornalismo tinha como fonte principal as manchetes dos jornais impressos, lidas na rádio pelo idealizador da emissora, Roquette Pinto. (FIG. 1).



FIGURA 1 - Roquette Pinto lê notícias no estúdio da Rádio Sociedade do RJ

FONTE - REVISTA GALILEU, 2023

A irradiação de notícias era um dos carros-chefe da programação da Rádio Sociedade. Porém, não havia recursos técnicos para uma cobertura jornalística *in loco*. Inicialmente, o jornal da emissora era transmitido em três edições diárias: na hora do almoço, no fim de tarde e à noite. Em 1927, registros impressos da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro indicam a veiculação de uma quarta edição transmitida pela manhã. “Era a partir da leitura dos jornais, mas ele (Roquette-Pinto) complementava com informações que ele buscava e entrevistas que fazia. Ele procurava contato com as fontes das notícias dos jornais. Então, a gente pode identificar o Roquette-Pinto como um dos precursores da reportagem radiofônica”, segundo afirma a pesquisadora de rádio Valci Zuculoto em entrevista para EBC (2022). Podemos afirmar, portanto, que Roquette-Pinto expandia o jornalismo impresso por meio da oralidade do meio rádio.

As notícias incluíam também as cotações das bolsas de café, açúcar e algodão (repassadas para a rádio pela Junta dos Correctores e Bolsa de Mercadorias do Rio de Janeiro), a previsão do tempo (repassada pelo Ministério da Agricultura, Indústria e Commercio), e de inundações (FIG.2), enviada diariamente à rádio pelo Serviço de Águas do Ministério da Agricultura (FIOCRUZ, 2023).

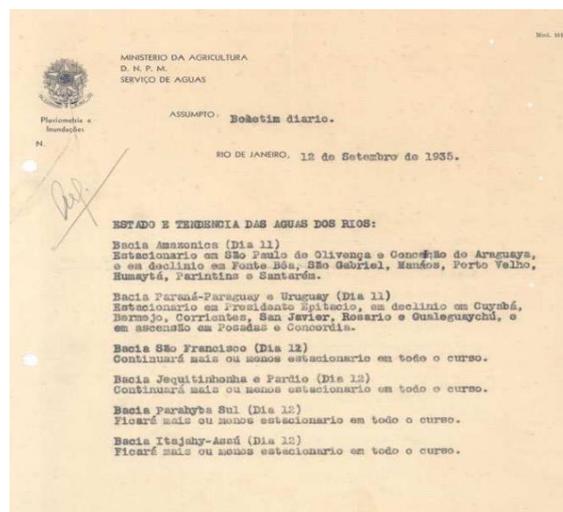


FIGURA 2 – Boletim das águas

FONTE – FIOCRUZ, 2023.

O jornalismo factual reproduzido dos jornais impressos se juntava assim à prestação de serviços para os sócios da emissora, para a população da cidade e do interior que tinha acesso a um aparelho receptor de rádio, ou para quem construía de maneira improvisada um rádio à galena.

Após a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a atividade radiofônica se multiplicou. Surgiram no país diversas emissoras com modelos semelhantes à Rádio Sociedade e à Rádio Clube de Pernambuco – emissoras em condições amadoras que se sustentavam por meio das mensalidades dos associados. Em 1930, existiam cerca de 19 rádios criadas nos principais centros urbanos do país.

Em Minas Gerais, existem registros de uma rádio experimental – a Rádio Clube Belo Horizonte, em funcionamento em 1924, com sede na capital mineira. Outros autores consideram a Rádio Industrial, inaugurada no dia 1º de janeiro de 1926 em Juiz de Fora, como a primeira emissora de rádio do Estado. (VAMPRE, 1979)

Segundo Fábio Martins (1999), a Rádio Mineira foi ao ar em caráter experimental pela primeira vez em 1929, mas só seria inaugurada oficialmente em 1931. Naquele mesmo ano, a atividade radiofônica passa a ser considerada de interesse público no país, regulada pelo poder executivo e tem função educativa, de acordo com o decreto 21.111 de 1931. Já no ano seguinte, o decreto 12.111 autoriza a publicidade radiofônica. Tal decreto é o marco inicial do rádio comercial no Brasil. Getúlio Vargas buscou estabelecer o controle do meio rádio com medidas em quatro principais direções:

- a) reserva da atividade de radiodifusão para brasileiros;
- b) A radiodifusão como serviço de interesse público;
- c) Centralização do controle da atividade no poder executivo;
- d) O Estado é o detentor do espectro e o empresariado o seu fiel depositário (modelo de negócio americano – *trusteeship model*)

Com a aceleração da industrialização naquele período, o mercado de bens de consumo se expandiu, o que possibilitou a criação de novas emissoras, cuja programação tinha patrocínio dos produtos industriais. Agências de publicidade estadunidenses se instalam no país. Durante a década de 1930, o amadorismo dos pioneiros do rádio dá lugar ao profissionalismo das emissoras que se reestruturam para conquistar audiências maiores e, conseqüentemente, anunciantes.

Neste início da fase comercial do rádio no Brasil, o radiojornalismo não se diferencia muito do radiojornalismo das primeiras radiosociedades, a principal fonte continua sendo os jornais impressos. Segundo Klöckner,

As primeiras duas décadas do rádio no Brasil foram praticamente consagradas à leitura dos jornais impressos no ar. Os locutores, chamados de speakers, não faziam cerimônia em ler as notícias diretamente do jornal ou a recortá-las destes. O estilo "pomposo e rebuscado" da época desprezava qualquer iniciativa na busca de uma linguagem sintética. Nem mesmo os horários de início e término dos programas eram observados com rigidez. As notícias despertavam o interesse dos ouvintes, mas eram pulverizadas em meio à programação, sem tratamento especial, sem regras, sem tempo determinado. (KLÖCKNER, 2008, p.49)

Os jornais falados e a síntese noticiosa na Era de Ouro do Rádio

Com o desenvolvimento durante a era de ouro do rádio no Brasil, o público passa a ser convidado a participar de transmissões públicas, discos de música clássica são substituídos por artistas populares ao vivo, surgem radioteatros e radionovelas, programas de auditório, programas de ginástica, infantis, dentre outros.

A Rádio Mineira, a princípio, não atraiu muitos anunciantes, mesmo com a autorização oficial da publicidade pelo Governo Federal. A maioria dos anunciantes continuava utilizando o jornal impresso como meio de divulgação de produtos e serviços. Até a própria rádio anuncia a sua programação através dos jornais. Em um primeiro momento, a emissora se sustentava com a ajuda financeira por parte do Governo do Estado e as pessoas que possuíam rádios receptores contribuíam com 5 contos de réis por mês. Amantes da música erudita emprestam seus discos à emissora. As audições são programadas e

anunciadas em jornais e começam a atrair ouvintes. Em pouco tempo, a programação da rádio se diversifica, passando a transmitir o seu próprio jornal falado, crônicas que narram o cotidiano belo-horizontino (por exemplo, o programa Tardes Românticas), orquestras sinfônicas, audições de tango, além dos discos da Casa Edison e do Programa Nacional (MELLO VIANNA, 2004).

No início, o jornal falado retransmite o texto impresso: os diários mais importantes eram praticamente lidos no ar. Um aperfeiçoamento do jornal radiofônico foi a definição de tempo - aproximadamente 30 minutos por edição -, dividido por blocos, sendo que cada bloco correspondia a uma seção (*sic*) do jornal impresso (KLÖCKNER, 2008, p.49).

No país, surgem emissoras dedicadas ao radiojornalismo. Um exemplo é a criação da Rádio Jornal do Brasil. Como o nome da emissora sugere, a grade de programação era baseada nos jornais falados, carro-chefe da programação.

O jornalismo esportivo ganha força nesse período. Desde o início da década de 1930, as coberturas esportivas de competições de remo e de futebol são realizadas pelas emissoras. Cria-se então um estilo de narração esportiva emotiva para prender a atenção dos ouvintes de jogos de futebol, que se mantém até os dias atuais nas transmissões esportivas no rádio e por alguns narradores de TV.

Algumas emissoras começam a especializar-se em determinados campos de atividade. A Rádio Panamericana, de São Paulo, a partir de 1947, transforma-se na "Emissora dos Esportes", conseguindo liderança de audiência e introduzindo muitas inovações nas transmissões esportivas. E também a fase em que o radiojornalismo começa a surgir como atividade mais estruturada, com o lançamento de alguns jornais que marcaram definitivamente o gênero. Entre eles, merecem destaque o "Repórter Esso", o "Grande Jornal Falado Tupi" e o "Matutino Tupi". (ORTRIWANO, 1985, p.20)

O ano de 1936 é importante na história da radiodifusão mineira, já que naquele ano foram inauguradas duas emissoras em Belo Horizonte – a Rádio Guarani e a Rádio Inconfidência. A Rádio Guarani foi incorporada aos Diários e Emissoras Associadas e se manteve no ar até o ano de 2015. A Rádio Inconfidência, ainda no ar atualmente, "foi a primeira emissora estatal vinculada a um governo estadual. Desde o início usou o slogan "emissora padrão do Estado", sofrendo, no entanto, uma série de restrições, principalmente no setor

jornalístico, por sua direta dependência do Palácio da Liberdade" (VAMPRE, 1979, p. 67).

Apesar de ser atrelada ao governo, o papel do radiojornalismo era significativo como um meio de informação entre a capital e o interior do estado de Minas Gerais, representando em torno de um quarto da programação no período: "Entre setembro de 1936 e dezembro de 1945, a Rádio Inconfidência transmitiu 84 programas, sendo 25 programas pertencentes ao gênero educativo-cultural / entretenimento; 23 pertencentes ao gênero educativo-cultural, 20 ao jornalístico, 06 ao entretenimento, 06 ao propagandístico e 04 ao publicitário" (COTA, 2016 citado por MACIEL, 2020). Campelo (2010) menciona alguns destes programas jornalísticos da Rádio Inconfidência:

Programas jornalísticos, como Repórter Esso, Momento Econômico, O Dia de Hoje na Assembleia e o Grande Jornal Falado, tornaram-se referência. (...)A seção esportiva da PRI-3 também mereceu destaque. Futebol, natação, basquete, vôlei, remo, pugilismo, ciclismo, atletismo, todas as modalidades esportivas, enfim, tiveram na Inconfidência a melhor acolhida. Onde houvesse uma prova do interesse dos mineiros, lá estavam os microfones da emissora. (CAMPELO, 2010 p. 228-229)

A Rádio Inconfidência se tornou rapidamente líder de audiência em Minas Gerais. Contando com o apoio financeiro do Estado, mantinha, além de quatro orquestras, um casting com numerosos radialistas, atores, músicos e cantores populares e uma estrutura moderna (FIG.3), que competia com as grandes emissoras do país.



Prédio da Feira de Amostras - sede da Rádio Inconfidência de 1936 a 1967
Região onde funciona atualmente a Estação Rodoviária de BH

FIGURA 3 – Sede da Rádio Inconfidência
FONTE – G1 Minas, 2019.

Nesse período, agências de notícias internacionais chegam ao país e trazem um novo modelo de programa jornalístico: a síntese noticiosa. Esse modelo jornalístico tem origem nos Estados Unidos e caracteriza-se por textos estruturados por informações objetivas (ou lides).

O exemplo mais conhecido desse tipo de programa no Brasil foi o Repórter Esso. Veiculado a partir de 1941, foi transmitido por 27 anos e se tornou uma das principais referências para o radiojornalismo brasileiro, sendo veiculado simultaneamente em 7 emissoras, dentre elas a Rádio Inconfidência. “Com o Repórter Esso inaugurava-se, no Brasil, a síntese noticiosa caracterizada por frases diretas e mais curtas, lidas em cinco minutos” (KLÖCKNER, 2008, p. 49). O programa era transmitido nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Porto Alegre, Bahia e Vitória, capitais estratégicas politicamente no país. As notícias vinham prontas da *United Press* – agência de notícias estadunidense. A única exceção era Minas Gerais:

Com exceção da Rádio Inconfidência, de Belo Horizonte, cidade onde a UP não tinha escritório, todas as demais recebiam o texto num package completo, isto é pacote incluindo mensagem comercial, frases de abertura e encerramento. Para Minas Gerais, a UP remetia o noticiário via telégrafo. A emissora deveria providenciar a formatação com o texto comercial. Caso o material enviado fosse insuficiente, ou chegasse fracionado, o noticiário seria completado com informações locais. (KLÖCKNER, 2008, p. 58)

As emissoras de todo o país passam a investir em radiojornalismo. Na Rádio Nacional do Rio de Janeiro é criada a Seção de Jornais Falados e Reportagens, idealizada por Heron Domingues. No grupo Globo de Rádio, também é criada uma redação dedicada ao jornalismo. No início dos anos 1950, a Rádio Continental passa a ter repórteres na rua (FERRARETTO citado por EBC, 2022).

Se o Repórter Esso implementou a síntese noticiosa, o Grande Jornal Falado Tupi, por sua vez, adotava uma edição por assuntos, como as editorias dos jornais impressos, adaptando as notícias à linguagem oral do rádio (ZUCULOTO, 2012). No entanto, não havia espaço para o improvisado. Os roteiros dos programas radiofônicos eram controlados previamente pelos censores do

Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas. Para Zuculoto (2012), o Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi são as duas matrizes que se mesclam e conformam os noticiosos de rádio no Brasil.

Música e notícia: a fase vitrolão e a chegada do transistor

Na década de 1940, a fonte principal das notícias deixa de ser o jornal impresso, com o protagonismo das agências internacionais. Mas é somente na década de 1950, com o desenvolvimento de equipamentos portáteis, que as reportagens *in loco*, a cobertura imediata dos acontecimentos, torna-se mais comum.

Em Minas, a Rádio Mineira é incorporada aos Diários e Emissoras Associados no início da década de 1940. No início da década de 1950, a Rádio Itatiaia é inaugurada em Belo Horizonte. Seu fundador, Januário Carneiro era redator da Rádio Guarani e do jornal O Diário. Um jovem que tinha em mente um projeto inovador: uma rádio belo-horizontina dedicada às transmissões esportivas. Em 20 de janeiro de 1952, a Rádio Itatiaia é inaugurada oficialmente em Nova Lima (cidade vizinha à capital) e instala o seu escritório de notícias no centro de Belo Horizonte, onde eram realizadas as reportagens. As limitações técnicas e financeiras ainda eram muito grandes e a rádio era conhecida nesta época como a emissora que “falava para o centro e cochichava para os bairros”. (MELLO VIANNA, 2004) Uma melhora na qualidade sonora só é notada em 1953, quando a rádio finalmente aumenta sua potência e inicia as transmissões de futebol.

Até o início da década de 60, a Itatiaia baseou sua programação sobre dois pilares: esporte e jornalismo, a partir de grandes coberturas locais e internacionais. No final de 1960, a emissora decidiu ampliar sua programação, com a criação de quadros musicais voltados para o ouvinte que não tinha tanto interesse pelo noticiário e pelo futebol. Na década de 70, a Rádio Itatiaia já estava consolidada como emissora importante no cenário radiofônico mineiro, mas só no final da década de 80 conseguiu chegar ao primeiro lugar de audiência. (PRATA, 2003)

Após a chegada da televisão ao Brasil na década de 1950, o investimento publicitário e os profissionais de rádio começaram a migrar para o novo meio,

anunciado como "rádio com imagens". As emissoras de rádio que sobreviveram à migração dos grandes investimentos publicitários para a televisão cortam drasticamente os castings de artistas (cantoras e cantores, musicistas, radioatrizes, radioatores), os programas de entretenimento são reduzidos a transmissões discos gravados, com a participação de apresentadores apenas para anunciar e desanunciar as canções, o que ocorre também nas emissoras mineiras.

Alguns pessimistas anunciam que o rádio está morto.

No entanto, essa fase seria uma passagem entre as transformações de um meio já existente e o surgimento e consolidação de um novo meio. Fidler (1997) entende como "*mediamorfose*" esse período em que, por um lado, a mídia que já existia é transformada graças à chegada de outra mídia; por outro lado, antes de ter sua própria linguagem, o novo meio faz uso da linguagem das mídias anteriores. O início dessa "mediamorfose" no rádio na década de 1950 é conhecido como a fase "vitrolão" (ORTRIWANO, 1985).

Em meados da década de 1950, a música gravada passa a dividir o espaço na programação com notícias e os serviços de utilidade pública. Com a evolução da técnica, marcada principalmente pela chegada do transistor, novos equipamentos portáteis de registro sonoro facilitam a presença do repórter de rádio na cobertura *in loco* dos acontecimentos nas ruas. As entrevistas podem ser realizadas em ambientes externos e não apenas nas sedes das emissoras.

Já no final do decênio, em 1959, o rádio brasileiro está em condições de acelerar sua corrida para um radiojornalismo mais atuante, ao vivo, permitindo que reportagens fossem transmitidas diretamente da rua e entrevistas realizadas fora dos estúdios. Com os aperfeiçoamentos verificados na parte eletrônica das estações móveis - carros com transmissores volantes - em muito se reduziu o volume e o peso dos equipamentos técnicos, com sensível melhora, também, na qualidade da transmissão. As emissoras de maior porte passam a utilizar cada vez mais acentuadamente as unidades móveis, agilizando a transmissão da informação (ORTRIWANO, 1985, p.22).

Por outro lado, a escuta de rádio também ganha mobilidade, uma vez que os aparelhos receptores com tamanhos reduzidos podem acompanhar o ouvinte pela cidade, seja com os "radinhos de pilha" ou no rádio do carro. A escuta de

rádio ganha independência dos grandes receptores à válvula que habitavam as salas das casas brasileiras no período anterior.

As emissoras especializadas em jornalismo criam equipes de reportagem, abre-se espaço para notícias regionais e locais. Apesar de ter uma pauta pré-determinada, o repórter nas ruas não segue um texto redigido previamente. A linguagem do radiojornalismo se torna mais coloquial ao utilizar a oralidade das ruas em detrimento do estilo manchettato e formal dos noticiosos como Repórter Esso. Em Minas Gerais, não foi diferente:

Sob a direção dos Diários Associados, a Rádio Mineira viveu sua plenitude na metade da década de 1960. “[...] a Rádio Mineira, no período de 1965 a 1969, faturou mais do que desde 1931, quando de sua inauguração” (SILVA, 2006, p. 18). O faturamento expressivo era consequência da boa audiência. Pesquisas da época indicam que 85% motoristas dirigiam ouvindo a Mineira. A receptividade significativa da rádio era atribuída à combinação música/jornalismo, que ancorava a programação. A partir de modelos americanos, José Mauro criou a Plenimúsica, uma sequência de blocos musicais e comerciais, formato comum a todas as FMs de hoje. O informativo se chamava Factorama e também carregava uma inovação: as notícias eram dadas num tom intimista e descontraído, como se o locutor estivesse conversando com o ouvinte. (MOURA, p.12, 2010)

O informativo Factorama tinha a mesma duração do Repórter Esso – cinco minutos –, mas a semelhança era só mesmo a duração. Privilegiava-se a linguagem coloquial, mais conversada, com frases mais longas, como escutamos no rádio hertziano hoje e nos podcasts:

O Factorama foi um êxito surpreendente. As notícias até ali eram lidas com voz impostada e tonalidade do velho Repórter Esso, modelo de quase todos os noticiosos brasileiros. Nós trouxemos a intimidade. Escolhemos a dedo apresentadores que sabiam conversar e eles liam as notícias como se estivessem contando um caso. Os redatores também se esmeravam no texto novo e intimista. Criamos ainda uma série de ganchos, coisas diferentes, que poderiam prender a audiência (CARVALHO, 2008 citado por MOURA, p.11, 2013)

O contexto político também favorece essa maior liberdade na produção da notícia, uma vez que, com o fim da Era Vargas em 1945, extingue-se o Departamento de Informação e Propaganda que controlava os roteiros dos programas radiofônicos até então. Na década de 1950 até o golpe militar de 1964, as coberturas jornalísticas podiam ser transmitidas ao vivo, sem controle

prévio como ocorria na era de ouro do rádio.

A partir de 1964, com o país sob o governo dos militares, a censura volta a controlar o rádio: os censores definem os conteúdos e acontecimentos que podem ser noticiados, o que se reflete no formato e no estilo jornalístico. A espontaneidade dos comentários e reportagens ao vivo é refreada mais uma vez pela censura.

No campo técnico, a paisagem radiofônica brasileira começa a se alterar na década de 1960 – quando as primeiras emissoras FM começam a operar no país e vão marcar a fase seguinte do rádio no Brasil.

Rádio FM local e novos impulsos para o radiojornalismo: prestação de serviços, redes de rádio via satélite

Em 1970, o rádio começa a ter papéis diferentes. Durante seu auge no Brasil, o rádio teve um papel de unificação do país pela transmissão de notícias mundiais ou nacionais. A televisão passa a assumir esse papel, ao comunicar notícias nacionais e internacionais para todo o país. Um marco dessa transformação é a transmissão ao vivo e em cores da Copa do Mundo de futebol no México em 1970. Estima-se que a Copa foi assistida em 4 milhões de residências pela TV (TUDO SOBRE TV, 2023).

Enquanto a televisão investe no jornalismo nacional e internacional, o rádio passa a transmitir prioritariamente informações e eventos de interesse local. Essa transformação se consolida especialmente na década de 1970, quando a tecnologia FM, que permite melhor qualidade de som para curtas distâncias, começa a ser mais utilizada.

A transmissão FM já era tecnicamente possível desde a década de 1940, mas naquele período, o objetivo das emissoras era alcançar longas distâncias e anunciantes nacionais e multinacionais. Com a migração de tais investimentos publicitários para a TV, em 1970, os principais anunciantes das rádios são locais. Assim, a tecnologia FM que permite uma transmissão com menos interferências e ruídos para distâncias em torno de 160 km atrai o interesse de

emissoras já existentes, que criam novas estações FM e também dos investimentos publicitários locais. Apesar da modernização das emissoras, a estrutura das mesmas é pequena, se assemelhando então às primeiras rádios surgidas no país, quando apenas uma cabine de locução com um microfone, um toca-discos e um locutor são necessários para a transmissão.

Assim como no restante do país, no final da década de 1960, os principais anunciantes das rádios belo-horizontinas eram anunciantes locais, ou algumas empresas nacionais com filiais em Belo Horizonte. O rádio se torna a mídia mais adequada para os pequenos anunciantes locais, que não conseguem comprar espaço publicitário na televisão.

É necessário apontar também o surgimento de diversas emissoras musicais FM em todo o país, com o apoio financeiro de gravadoras multinacionais, com o objetivo de promover os artistas internacionais – de rock, folk e novos gêneros musicais em voga – que faziam parte do seu casting. A qualidade sonora da transmissão FM favorece tal surgimento, uma vez que permite que a recepção e escuta de música aconteçam com menos ruído. Os Diários Associados decidem, nesse período, encerrar o jornalismo na Rádio Mineira e investir na programação musical da Rádio Guarani FM. No final da década de 1970, a Rádio Inconfidência cria uma emissora dedicada à música popular brasileira – Inconfidência FM - Brasileiríssima. Algumas das emissoras musicais fazem uso do binômio surgido no período anterior – música e informação.

No âmbito político, o país passa pela recrudescência do regime militar desde o Ato Institucional AI-5 de dezembro de 1968. Os militares investem na radiodifusão, fomentando o surgimento de várias emissoras FM em todo o país, a fim de frear a captação de emissoras estrangeiras supostamente comunistas (ZUCULOTO, 2012). A programação das rádios, assim como a produção musical de artistas brasileiros, foi controlada por censores do governo militar até o final da década, quando começa o processo de abertura política do país.

Inicia-se um processo de segmentação de públicos entre as bandas AM

e FM. As emissoras FM dirigem boa parte da sua programação aos mais jovens, veiculando principalmente programação musical internacional. Já as emissoras AM se dirigem para o público adulto, reduzindo o tempo para música e privilegiando programas falados, o que favorece o radiojornalismo e a proximidade com os ouvintes. Os apresentadores das emissoras AM conversam com o ouvinte, recebem cartas, reforçam o papel do rádio como o “companheiro de todas as horas” para quem o escuta, o que se assemelha, de certa forma, ao papel dos podcasters atualmente. Em outras palavras, as emissoras investem neste chamado “rádio quente”, ao vivo em diálogo com os ouvintes, em detrimento do “rádio frio” com a programação gravada, adotado pelas emissoras musicais FM. Já a prestação de serviços é valorizada nas duas bandas: pelo rádio do carro, no caminho entre a casa e o trabalho, as pessoas se informam sobre oportunidades de emprego, meteorologia e o trânsito na cidade – muito antes de aplicativos mais recentes como Waze.

Em Minas Gerais,

até o início da década de 60, a Itatiaia baseou sua programação em dois pilares: esporte e jornalismo, a partir de grandes coberturas locais e internacionais. No final de 1960, a emissora decidiu ampliar sua programação, com a criação de quadros musicais voltados para o ouvinte que não tinha tanto interesse pelo noticiário e pelo futebol. Na década de 70, a Rádio Itatiaia já estava consolidada como emissora importante no cenário radiofônico mineiro. (PRATA, 2010, p.144)

A Rádio Itatiaia também cria programas de variedades, que valorizam a conversa com o ouvinte. No meio da manhã, a conversa é dirigida principalmente as mulheres que se ocupam de afazeres domésticos, em programas de radialistas como Acir Antão. À noite, após as transmissões esportivas, os programas noturnos, tais como *Itatiaia é a dona da noite* de Hamilton de Castro, que ficou no ar entre 1976 e 2009. O programa se estendia pela madrugada, fazendo companhia a insones e a taxistas, vigias noturnos, porteiros, padeiros, dentre outros trabalhadores. Programas longos, sem textos previamente elaborados, que nos remetem à longa duração e à linguagem coloquial de certos podcasts produzidos atualmente.

Em 1981, a Rádio Jornal do Brasil AM experimenta o modelo *all news*, com transmissão de notícias 24 horas por dia, inspirando-se no sucesso de emissoras norte americanas desse gênero. No entanto, a falta de investimentos no sentido na contratação de mais profissionais e equipamentos para as produções acabou levando ao fracasso da tentativa (MEDITSCH, GOBBI, 2016). O modelo só teria sucesso 10 anos mais tarde, no período seguinte do rádio no Brasil.

Das redes hertzianas de rádio via satélite à rede mundial de computadores

A primeira experiência bem sucedida de rádio *all news* aconteceria em outubro de 1991, com a inauguração da CBN - Central Brasileira de Notícias – AM – do Sistema Globo de Rádio, transmitindo simultaneamente nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo (MEDITSCH, GOBBI, 2016). Um mês depois, ainda em 1991, tem uma primeira emissora afiliada na cidade de Campinas (SP) e dois anos mais tarde se expande para Belo Horizonte e Brasília.

No início da década de 1990, o Sistema Globo de Rádio começou a transmitir, via satélite, através da Radiosat da Embratel, modernizando e informatizando a comunicação e aumentando o alcance dos sinais das rádios. As emissoras do Sistema Globo de Rádio passaram a mesclar as programações nacionais com as locais, geradas pelas afiliadas. (MEMÓRIA ROBERTO MARINHO, 2023)

Em 2005, surge mais uma rede de emissoras *all news* no país – a Band News FM, pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, operando em 10 capitais brasileiras das regiões Nordeste, Sul e Sudeste (MEDITSCH, GOBBI, 2016).

As emissoras *all news* dão um novo impulso ao jornalismo sonoro no Brasil. Encampadas por grandes grupos de comunicação brasileiros, o rádio volta a transmitir para todo o país, via satélite. A programação geralmente é um noticiário nacional, produzido pela sede da rede, com pequenos espaços para programas locais produzidos pelas emissoras em cada cidade. Além de fazer parte da estrutura dos conglomerados de comunicação, tais emissoras se mantêm por meio de anunciantes locais e nacionais.

No início do século XXI, com o desenvolvimento e a ampliação do acesso à internet no país, algumas emissoras experimentam transmitir a programação ao vivo via streaming e começaram também a disponibilizar trechos dos programas como podcasts, como um meio dos ouvintes escutarem após a difusão ao vivo. Nesse sentido, o rádio na web e os podcasts seriam um transbordamento do rádio para a internet. Kischinhevsky denominou esse fenômeno de “rádio expandido”, conceito que vem sendo utilizado com frequência por pesquisadores de rádio para compreender a presença do rádio em múltiplas plataformas. Segundo Kischinhevsky (2016, p. 279).

é preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios).

Inicialmente, os podcasts independentes das emissoras priorizavam a música como conteúdo, como observava Kischinhevsky em um texto de 2007:

O podcasting se distingue do rádio comercial online pela ausência de regras. Qualquer tipo de transmissão pode ser veiculado, sem seguir padrões de locução ou limitações temáticas. Evidentemente, a maioria se caracteriza pela programação musical, ainda como se os podcasters estivessem ocupados demais em responder às emissoras convencionais, afirmando gostos pessoais e estabelecendo sistemas simbólicos de identificação cultural, de pertencimento a uma determinada comunidade ou tribo (KISCHINHEVSKY, 2007, 118).

É curioso ler esse texto 15 anos depois da sua publicação e perceber que, o que era evidente nos primórdios dos podcasts se alterou tanto ao longo desses anos. Em 2023, os produtores de podcast praticamente abandonaram a programação musical e privilegiam a oralidade, se aproximando do rádio dito “quente”, do rádio que conversa com o ouvinte. Episódios do Nerdcast com 4 horas de duração já estiveram entre os mais escutados no Brasil. Uma duração semelhante aos programas noturnos de rádio FM e aos programas das emissoras AM desde a década de 1970. Entendemos que a linguagem radiofônica transborda assim para os podcasts.

O podcast surge em 2004 como uma promessa de democratização de produção e circulação de conteúdos sonoros, uma vez que cada ouvinte passa a ser um potencial produtor. "a escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação" (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 279). Atualmente, essa promessa de democratização é reificada com cases de sucesso como o Nerdcast.

Mas, se a produção e a publicação em plataforma se tornaram acessíveis, a circulação das produções até ouvintes potenciais é dificultada pelos algoritmos das plataformas e pelo excesso de podcasts disponíveis para a escolha. A profícua produção de podcasts no Brasil e no mundo invisibiliza as produções. Torna-se necessário fazer uso de estratégias de comunicação e de planejamento da programação (da frequência, dos conteúdos, etc), para que o podcast tenha uma audiência significativa. Considerando as milhares de produções diárias disponíveis nas plataformas, proporcionalmente são poucos os podcasters que atingem grandes públicos.

A democratização da veiculação torna-se assim utópica face à multiplicidade das produções. Muitos podcasts são produzidos com a parceria dos veículos de comunicação ou produtoras privadas, especializadas em podcasting, que recorrem a diversas estratégias para alcançarem visibilidade. Propomos a seguir uma breve observação sobre a produção local de podcasts em Belo Horizonte que desvelam algumas pistas sobre tais estratégias.

***Oncê mora?* Pesquisa e levantamento de podcasts jornalísticos produzidos em Belo Horizonte**

Nós, do rádio, onde a sonoridade é o mais importante, lutamos com as palavras todos os dias, numa busca doida de simplicidade, exatidão e poesia nos sons que expressamos. Se conseguimos, a palavra é instrumento de prazer, emoção e transformação de pessoas. Por isso, somos poetas da notícia, da informação, da mudança rumo à cidadania.

Emanuel Carneiro ex-diretor da rádio Itatiaia de Belo Horizonte em

depoimento a Wanir Campelo em 2010.

Realizamos uma pesquisa acerca de podcasts jornalísticos produzidos atualmente em Belo Horizonte, considerando podcasts noticiosos, podcasts de jornalismo cultural, esportivo e investigativo, a fim de perceber a produção de jornalismo sonoro em um dos maiores Estados do país.

Inicialmente, fizemos um primeiro levantamento de podcasts que fazem parte do nosso recorte recorrendo a um grupo de pesquisadores acerca da mídia sonora na UFMG; às equipes de produção da Rádio Itatiaia e Rádio Inconfidência; às equipes de redação dos dois jornais de maior circulação em Belo Horizonte – Estado de Minas e O Tempo e a um desenvolvedor profissional de podcasts para projetos diversos.

Não tínhamos a pretensão de fazer um levantamento exaustivo. Se o mundo é pequeno, BH é um ovo, diz a expressão local. As pessoas que transitam em determinados círculos de atuação em Belo Horizonte se conhecem ou têm amigos em comum. Assim, utilizamos o método conhecido nas ciências sociais como *snowball* (COLEMAN, 1958), segundo o qual a amostragem não é um sistema pré-determinado de contatos. Seguindo este método, fizemos contato com pessoas que conhecemos diretamente – fontes primárias – que, por sua vez, acionaram uma rede de amigades, em uma cadeia de referências secundárias. Para essa rede de contatos primários e secundários, fizemos a seguinte pergunta: “quais os podcasts jornalísticos – noticiosos, jornalismo esportivo, cultural, investigativo – produzidos em BH que você conhece?”

Cruzamos as indicações de podcasts obtidas com a pesquisa nos portais dos principais veículos de comunicação, que têm Belo Horizonte como praça. Fizemos a escuta de cada podcast encontrado para compreender os formatos e abordagens. A fim de organizar os dados coletados, elaboramos duas tabelas. Na primeira tabela, reunimos os podcasts produzidos pelos veículos de comunicação (TAB. 1)

TABELA 1

Podcasts produzidos por veículos de comunicação (Belo Horizonte/ Minas Gerais)

Produtores	Podcast	Conteúdos/gênero
Jornal Estado de Minas	pode não pode podcast	discussões e entrevistas sobre principalmente acontecimentos em Minas Gerais
	diverSEM	educativo/ informativo sobre diversidade
	Pouquinho	entrevistas com celebridades da música (principalmente de Minas Gerais)
	não durma sem essa	Jornalismo com humor (produzido durante a pandemia)
	Pensar	caderno de cultura do jornal Estado de Minas
	O Megafone	Histórias do jornalismo em Minas Gerais
Grupo O Tempo (Jornal O Tempo e Rádio Super)	Tempo hábil	jornalismo cultural em Minas Gerais
	Rotas da Bola	jornalismo esportivo - futebol internacional
	Três sobre os três	cobertura política municipal, estadual e federal e sobre os Três Poderes
Portal G1- Globo Minas	Frango com quiabo	jornalismo cultural - música, literatura, cinema, gastronomia e atualidades em Minas Gerais
Sistema Globo de Rádio	BH FM	8 podcasts listados: - 7 quadros de programas da emissora FM - 1 série de reportagem especial
	Rádio CBN BH	reprodução dos programas locais da emissora
Itacast -Rádio Itatiaia	Reproduções do programa veiculado na rádio hertziana)	Podtudo - variedades - bate papo com integrantes da rádio
		Em cima do fato - bastidores da política
		Observatório Feminino - notícias e mesa redonda sobre os direitos da mulher
		Conversa de redação - debate sobre atualidades
	Todo Esporte	jornalismo esportivo

	Palavra Aberta	debates sobre atualidades
	Abrindo o jogo	noticiário político
Band Minas (rádio e TV)		6 colunas locais com inserções na Band News FM Minas e na TV Band Minas
Inconfidência FM (Brasileiríssima)		alguns programas da emissora FM eventualmente são reproduzidos no spotify

Na segunda tabela, listamos os podcasts não associados a nenhum veículo. (TAB. 2)

Tabela 2

Produções independentes

Produtora Cotonísio	Cinema Etc	jornalismo cultural - cinema
	Esquema Novo	jornalismo cultural - entretenimento e cultura em Belo Horizonte
Produtor independente	Pelo avesso	jornalismo investigativo - sobre racismo
Produtor independente	Bora pra resenha	jornalismo esportivo- futebol

Observamos que os podcasts do Jornal Estado de Minas, disponíveis no site do jornal, apresentam conteúdos específicos para o dispositivo podcast. Não são veiculados em nenhum outro meio. São estruturados em episódios, não tem marcas de horário precisas, ou seja, não informam a hora como acontece nos programas jornalísticos radiofônicos.

Encontramos também podcasts produzidos pelo Jornal O Tempo e Rádio Super. É importante dizer que desde que a Rádio Super foi incorporada pelo grupo de Vitor Mediolli, os jornalistas da redação do Jornal O Tempo, especializados em jornal impresso, foram impelidos a produzirem jornalismo sonoro simultaneamente para a Rádio Super e para o jornal impresso. Os três podcasts encontrados do grupo – Tempo da Bola, Rotas da Bola e Três sobre

os três são produzidos especialmente para a mídia podcast, mas se relacionam a três editorias diferentes do impresso: cultura, esporte e política.

Na seção de podcasts no Portal G1, do grupo Globo, são listadas 19 produções, sendo uma delas dedicada ao público regional de Minas Gerais: o podcast Frango com quiabo – também indicado por nossa rede de contatos. O nome faz alusão a um prato típico da culinária mineira como marca do regionalismo, mas, diferentemente do que nos sugere, não é dedicado somente a gastronomia. Os conteúdos giram em torno do jornalismo cultural e atualidades da capital mineira, em forma de bate-papo, conversando com especialistas acerca de cada tema. Carnaval em Belo Horizonte, ações culturais, moda, artistas e escritores mineiros, candidatos às eleições municipais e estaduais foram alguns dos temas discutidos nos episódios.

No Sistema Globo de Rádio, buscamos a seção de podcasts das três emissoras locais de rádio do grupo, que uma sede em Belo Horizonte. Na rádio BH FM, são listados 8 podcasts com conteúdos locais. Ao fazer a escuta dos podcasts, percebemos que com exceção da série de uma reportagem especial sobre o rádio musical em Belo Horizonte, todos os demais podcasts são programetes ou colunas inseridas em programas da emissora FM. O mesmo acontece com a seção de podcasts da CBN-BH, onde não encontramos nenhuma produção realizada originalmente para podcasts. Na Rádio Globo local, não encontramos nenhum podcast produzido em Belo Horizonte.

No site da Rádio Itatiaia, existe uma seção intitulada Itacast que abriga os podcasts da emissora. Dentre os sete podcasts listados no Itacast, quatro deles são reproduções da transmissão FM, como ocorre na Rádio BH FM do grupo Globo, e três são produções realizadas especificamente para circular em podcasts – Todo Esporte, Palavra Aberta e Abrindo o jogo – cada um organizado em torno de uma editoria diferente: esporte, atualidades de BH e de Minas e política.

No sistema Band Minas de Rádio e TV, todos os seis programas listados na seção local como podcasts são reproduções de colunas do noticiário local

na rádio e TV locais do grupo.

Já no site da Rádio Inconfidência, não há uma seção destinada a podcasts. No entanto, ao fazer uma escuta da programação da emissora FM, alguns apresentadores informam que o programa será disponibilizado sob forma de podcast no Spotify. Nenhum dos contatos da emissora fez alusão à produção de podcasts.

Dentre as produções dissociadas de outros veículos de comunicação, encontramos dois podcasts de jornalismo cultural da produtora Cotonísio: *Esquema Novo*, uma revista semanal de entretenimento e cultura, com foco na cena de Belo Horizonte; e *Cinema, Etc*, dedicado ao cinema nacional e internacional. Ambos, têm episódios com duração média de uma hora, e são apresentados por comunicadores locais, rostos e vozes conhecidos do rádio e da televisão locais. Os conteúdos e os modos de falar também indicam a proximidade com a cena cultural local.

Um dos contatos da pesquisa nos indicou o podcast Pelo avesso, que produz jornalismo investigativo acerca do racismo. Neste podcast, reconhecemos a voz de Jessica Almeida, que apresenta também o podcast Tempo Hábil do Jornal O Tempo, que foi parceiro do podcast durante a primeira temporada. Apesar de uma temática geral, o racismo, reconhecemos o sotaque local nas vozes dos apresentadores.

Uma indicação recorrente das nossas fontes foi o podcast Bora pra resenha. Os episódios têm em média duas horas de duração. Os entrevistados convidam celebridades, subcelebridades e especialistas de esporte para um bate-papo. O formato se assemelha aos programas de rádio "quentes" e aos podcasts que têm feito sucesso no país, fundados na oralidade, na linguagem coloquial e na proximidade com o ouvinte. O que parece ser aprovado pelo público: o canal do Youtube do podcast contabilizava 2.496.658 views em 19 março de 2023. Os apresentadores são de Belo Horizonte e, inicialmente, os convidados eram especialistas locais e os conteúdos relacionados ao futebol mineiro. Nos episódios mais recentes, percebemos a ampliação dos conteúdos

em direção ao esporte no país.

Vinheta de encerramento: à guisa de conclusão

O conceito de “rádio expandido” cunhado por Kischinhevsky (2016) é relativamente recente, assim como a noção de conteúdos multiplataforma. Mas, se pensamos nas práticas jornalísticas desde o início do século XX, em que o jornalismo impresso transbordava para os meios sonoros, não poderíamos dizer que esse fenômeno seria um “jornal expandido” – o que volta a ocorrer no século XXI, quando os jornais criam os seus canais de podcast?

Como vimos, nas primeiras décadas do rádio no Brasil no século XX, as notícias de jornal se expandiam para o novo meio pela performance da voz de Roquette Pinto e outros pioneiros que liam as manchetes de jornal de maneira formal. No século XXI, o jornal Estado de Minas, faz uso da linguagem coloquial utilizada no rádio nas últimas décadas para dar corpo por meio da voz aos assuntos abordados pelo caderno de cultura do jornal. Se os pioneiros do rádio expandiam o jornal impresso, fazendo uso da linguagem formal dos jornais em circulação, marca então do jornal escrito, podemos afirmar que o jornal impresso continua a se expandir pelos podcasts, fazendo uso da marca da oralidade do rádio.

Já a organização das editorias em podcasts diferentes nos podcasts do Jornal O Tempo e Rádio Super nos faz pensar no Grande Jornal Falado da Tupi, surgido na era de ouro do rádio. A inovação desse jornal era a organização do jornalismo sonoro semelhante ao que se pratica no jornalismo impresso, separando as temáticas por editorias. No caso do Jornal O Tempo, ao produzirem simultaneamente matérias para o jornal impresso e para a Rádio Super, as notícias impressas já se expandiam para o rádio hertziano. Ao produzirem podcasts relacionados às editorias do jornal, essa expansão multiplataforma é amplificada. Portanto, percebemos uma revalorização da oralidade e da cultura do ouvir/escutar pelos meios impressos de comunicação.

Depois do boom de produção e consumo de podcasts durante a pandemia⁵⁹, o Brasil se tornou o terceiro país de maior consumo de podcasts no mundo. Os podcasts passaram a fazer parte das nossas vidas cotidianas. Reconhecemos um padrão estético recorrente que começa a se diferenciar dos programas de rádio hertzianos atuais. Seja pela duração da produção, pelo ritmo da voz ou pela produção estruturada em episódios, aprendemos a reconhecer produções realizadas especificamente para esse dispositivo. Com exceção da Rádio Inconfidência, as emissoras de rádio atuantes em Belo Horizonte apresentam em seus respectivos sites uma seção de podcasts.

Apesar dessas rupturas técnicas e estéticas com o meio rádio, o podcast é uma modalidade radiofônica (LOPEZ, ALVEZ, 2019), um transbordamento do rádio expandido. É inegável que o jornalismo sonoro em circulação atualmente pelos podcasts tem raízes históricas nos programas jornalísticos radiofônicos desde o amadorismo das emissoras pioneiras até o rádio FM local. Seja pela oralidade dos programas, seja pelos formatos jornalísticos ou pela relação com os ouvintes. Nos podcasts, encontramos textos mais formais, como nas primeiras décadas do rádio, a coloquialidade da linguagem cotidiana assumida pelo rádio quando o repórter ganha as ruas ou a reprodução de um programa radiofônico hertziano, como foi recorrente dentre os podcasts pesquisados.

No momento em que escrevemos este artigo, propusemo-nos a dois desafios: evidenciar a historicidade do jornalismo sonoro, delineando um panorama desde o início do século XX e realizar um mapeamento da produção local de podcasts em Belo Horizonte. Certamente, em um artigo de poucas páginas, deixamos um rastro de lacunas na escrita de um “sobrevôo” tão ambiciosamente longo por um século de jornalismo sonoro no Brasil e em Minas Gerais. Igualmente lacunar é a nossa breve pesquisa sobre os podcasts produzidos em Belo Horizonte. Se BH é um ovo, o mundo da podosfera não é tão pequeno assim. É vasto, impossível de ser coberto pela nossa bola de neve, ou

⁵⁹De acordo com pesquisa do IBOPE Kantar (2022), 57% das pessoas que passaram a ouvir podcasts, identificados nessa pesquisa, fizeram depois do isolamento social. (PORTAL TERRA, 2023)

melhor, pela nossa rede de contatos e referências no meio jornalístico. Nossa ambição não foi trazer resultados quantitativos sobre o jornalismo sonoro em Belo Horizonte ou um tratado exaustivo sobre a história do jornalismo na cidade, mas sim algumas pistas e questões a serem respondidas por pesquisas futuras.

Bibliografia

CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CAMPELO, Wanir. História sonora de uma cidade: Belo cenário para um novo Horizonte radiofônico. In: **O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira** / Nair Prata (org.). – Belo Horizonte: Fundac, 2010. pp.220-234.

COLEMAN, James S. Relational analysis: The study of social organizations with survey methods. **Human Organization**, v. 17, 1958, p.28-36.

DATAISMO. **Consumo de podcasts no Brasil em 2022**. Disponível em <<https://dataismo.com.br/podcasts-no-brasil-2022-pais-ocupa-terceiro-lugar-mundial/>> Acesso em 01 mar. 2023.

EBC. **100 anos de rádio no Brasil**. Disponível em: <<https://radios.ebc.com.br/tags/historia-do-radio>> Acesso em 02 mar.2023.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio - O veículo, a história e a técnica**. 1. ed. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Granica, 1998.

FIOCRUZ. **Radiosociedade**. Disponível em: <<http://www.fiocruz.br/radiosociedade/media/A03-3241.pdf>> Acesso em 5 mar.2023

KANTAR IBOPE MEDIA . Estudo da Kantar Ibope media indica que consumo de rádio aumentou. Disponível em:<<https://kantaribope.com/conteudo/estudo-da-kantar-ibope-media-indica-que-consumo-de-radio-aumentou-e-alcanca-80-dos-brasileiros/>> . Acesso em 02 fev.2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs.). **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiofusão**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história**. Porto Alegre, RS: AGE / EDIPUCRS, 2008.

LOPEZ, Debora Cristina; ALVES, João. Apontamentos metodológicos para a análise de podcasts seriados. **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**.

INTERCOM, Pará, 2019.

MARTINS, Fábio. **Senhores ouvintes, no ar, a cidade e o rádio**. Belo Horizonte: C/ Arte, 1999.

MEDITSCH, Eduardo; GOBBI, Juliana. O formato all news no rádio brasileiro: importação, estranhamento e adaptação. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 36-57, jul./dez. 2016.

MELLO VIANNA, Graziela V. G. **Jingles e spots: a moda nas Ondas do radio**. Belo Horizonte: Editora Newton Paiva, 2004.

MEMÓRIA ROBERTO MARINHO. **Sistema Globo de Rádio**. Disponível em <<https://historia.globo.com/memoria-roberto-marinho/empresas/noticia/sistema-globo-de-radio.ghtml>> Acesso em 05 mar.2023

MOREIRA, Sonia Virgínia. **70 anos de radiojornalismo no Brasil – 1941/2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

MOURA, Angela. A pioneira se despede: os últimos passos da Rádio Mineira. In: **O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira** / Nair Prata (org.). – Belo Horizonte: Fundac, 2010. pp.11-19.

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

PORTAL TERRA. **O Brasil adora podcasts**. Disponível em <<https://www.terra.com.br/byte/5-dados-que-mostram-como-o-brasil-adora-podcasts,3fdd3aacda3fb125b1eaf46033349320ftkiapyv.html>> . Acesso em 02 fev.2023

PRATA, Nair. Panorama do rádio em Belo Horizonte. In: **O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira** / Nair Prata (org.). – Belo Horizonte: Fundac, 2010. pp.129-153.

PRATA, Nair. **A História do Rádio em Minas Gerais**. Disponível em intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_prata_2.pdf . Acesso em 07 mar.2023.

REVISTA GALILEU. **Quem foi Roquette Pinto, pai da radiodifusão brasileira..** Disponível em:

<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2019/09/quem-foi-roquette-pinto-o-pai-da-radiodifusao-brasileira.html>. Acesso em 5 mar.2023

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.

TUDO SOBRE TV. **A história da televisão no Brasil**. Disponível em: <<http://www.tudosobrevt.com.br/historia/historbr.htm>> Acesso em 05 mar.2023.

VAMPRÉ, Octávio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da televisão**. Porto Alegre: FEPLAM-RBS, 1979.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.