

**Podcast e Convergência: O encontro de linguagens entre a produção digital e a comunicação radiofônica na Sagres**

*Vinicius Luiz TONDOLO<sup>1</sup>*  
*Ricardo PAVAN<sup>2</sup>*

GT 3 – Convergência e Plataformas

**RESUMO**

Este artigo tem o objetivo de estudar a relação entre a produção de conteúdo em formatos digitais e a sua transmissão pelos meios de comunicação tradicionais. O objetivo deste trabalho é analisar, a partir dos conceitos de cultura Convergente, como dialogam os elementos que caracterizam o Sagres Internacional como um podcast e sua adaptação ao ambiente analógico para ampliar o alcance. Como metodologia será observado o processo de apropriação por parte da Rádio Sagres AM 730, uma emissora de radiojornalismo local, localizada na região metropolitana de Goiânia, do formato podcast em sua programação, a partir do estudo do podcast Sagres Internacional e como estes novos elementos do mundo digital contribuem para o processo de ressignificação do Meio Rádio e da expansão de alcance a novos públicos.

**Palavras-chave:** Sagres Internacional, Podcast, Rádio Expandido, Cultura da Convergência

**INTRODUÇÃO**

O *podcast*<sup>3</sup> é um fenômeno da cultura digital e da experiência sonora. A partir do final da segunda década do século XXI, ele se tornou uma ferramenta poderosa na produção de conteúdo e no diálogo com novos públicos por parte de produtores independentes, veículos tradicionais de comunicação e assessorias de imprensa.

---

<sup>1</sup> Jornalista, especialista em gestão em radiodifusão e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Email: [vltondolo@gmail.com](mailto:vltondolo@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Email: [rpavan@ufg.br](mailto:rpavan@ufg.br).

<sup>3</sup> O nome *podcast* só veio a ser utilizado um ano depois de sua criação, em 2004. O jornalista Bem Hammersley, que atuava no The Guardian, construiu o termo em referência as palavras *iPod* e *broadcasting* (termo em inglês que significa a transmissão de forma massiva). De uma maneira geral, o *podcast* é um arquivo de áudio, divulgado com periodicidade, podendo ser acompanhado a qualquer momento e por diversos dispositivos desde que de interesse do público – *on demand* - e se aproxima bastante do que conhecemos da linguagem radiofônica.

Embora apresente números expressivos no âmbito nacional, em Goiás, o formato ainda não decolou e segue sendo pouco utilizado como uma estratégia de distribuição de conteúdo por parte, principalmente dos meios de comunicação tradicional.

Atualmente, três veículos desenvolvem produções locais: o jornal O popular, a Rádio CBN Goiânia e a Rádio Sagres. Os dois primeiros desenvolvem um produto e a Sagres se destaca com a produção semanal de 5h de produtos neste formato

As assessorias de comunicação institucional também se articulam nesta área e se apropriam do formato, com destaque para a Polícia Militar, Ministério Público de Goiás e as produções ligadas as instituições de ensino como a própria Universidade Federal de Goiás. A produção independente se apresenta mais atuante, aparenta maior domínio com as tecnologias, com as estratégias de distribuição e maior atenção aos nichos de público ao conversar sobre cinema, histórias, cotidiano, esportes e outros.

Neste artigo, realizamos o estudo de caso do *podcast* Sagres Internacional que também é exibido na programação da Rádio Sagres AM 730, uma emissora de radiojornalismo local, localizada na região metropolitana de Goiânia. Com o emprego de uma abordagem qualitativa, o nosso objetivo é analisar o processo de convergência dos conteúdos e observar os formatos das produções jornalísticas exibidas nas diferentes plataformas de áudio digital, enfatizando as singularidades e aproximações de significado desses conteúdos nos midiáticos cenários da comunicação contemporânea. Os *podcasts* foram analisados da 1ª Edição, lançada em 26 de janeiro de 2019, e até 120ª edição, 29 de maio de 2021.

## **O RADIO EXPANDIDO**

A digitalização, a cibercultura e a convergência redesenharam a criação, a produção, a circulação e o consumo de conteúdos ligados a experiência sonora. Kischinhevsky (2016) conceitua este momento de ressignificação vivido pelo rádio como uma fase “Expandida” ao extrapolar as limitações das transmissões em ondas hertzianas e expandindo sua influência para as mídias sociais, o celular, a TV por Assinatura, *sites* de jornais e portais de música.

A escuta é observada por meios tradicionais como Frequência Modulada (FM), Ondas Médias (AM), Ondas Curtas e Tropicais, mas também é vivenciada por diversos equipamentos capazes de se conectar à internet e potencializar a circulação dos conteúdos produzidos pela emissora e sua própria programação.

Enquanto Kischinhevsky (2016) avalia que a indústria da radiodifusão sonora tenta se apropriar da novidade, oferecendo à la carte milhares de podcasts de comentaristas e programas específicos veiculados antes em ondas hertzianas, reconhecendo a raridade de produções exclusivamente para *web*; Nickel, Oliveira e Kalsing (2020) afirmam que o *podcast* já vive uma fase que começa a gerar um mercado capaz de ser alternativo ao rádio e não apenas complementar.

## **METOLOGIA**

A Rádio Clube de Goiânia S/A, desde fevereiro de 2018 se apresenta como *Rádio SAGRES – 730 AM*, é reconhecidamente um dos veículos mais tradicionais do estado devido às suas quase oito décadas da história da comunicação em Goiás. De acordo com Dantas e Cristina (2009), a emissora foi responsável pela primeira transmissão oficial em solo goiano no dia 5 de julho de 1942, em meio as comemorações do Batismo Cultural da nova capital do estado.

A Rádio Sagres realiza a produção de 5 horas semanais de *podcasts* com temáticas variando da política, esporte e informativos locais (seus pilares) até chegar à cultura e a espiritualidade. E neste trabalho vamos analisar o podcast semanal Sagres Internacional<sup>4</sup> que estreou no dia 26 de janeiro de 2019. Ao longo deste período, até o mês de maio de 2021, foram realizados 120 episódios.

Os episódios estão disponíveis na programação da Rádio Sagres, conforme divulgação no próprio site<sup>5</sup> no horário fixo de sábado as 13h e em horários variados ao longo da semana e no Sagres Online<sup>6</sup> com *links* organizados em uma página específica para o *podcast* com todos os episódios e com a incorporação dos áudios originados da plataforma *Sound Cloud*. Esta ferramenta é capaz de gerar os *links RSS* para distribuição dos conteúdos nos tocadores de *podcast*: *Spotify*, *iTunes*, *CastBox*, *Deezer* e *Google Podcasts*.

---

<sup>4</sup> Sagres estreia programa com conteúdo internacional. Disponível em: <https://sagresonline.com.br/estrela-sagres-internacional-um-programa-que-traz-o-mundo-para-sua-casa/> Acesso em 30 de mai. 2021.

<sup>5</sup> Divulgação da programação da Rádio Sagres, em site oficial, indicando os horários de transmissão do podcast no sábado as 13h e com diversas reprises ao longo da semana. Acesso em: 30 de maio de 2021 <https://sagresonline.com.br/programacao-radio/>.

<sup>6</sup> Página Oficial do podcast Sagres Internacional. Disponível em; <https://sagresonline.com.br/podcasts/sagres-internacional/> Acesso em: 30 de mai. 2021.

As produções estão organizadas em um formato que se assemelha ao formato dos programas radiofônicos com o uso de manchetes envolvendo os principais temas da edição.

Além do áudio, o *podcast* é composto por texto e imagem, uma capa, uma descrição e um título. No Sagres Internacional, o elemento capa passa a ser utilizado como uma linguagem padronizada a partir do episódio 115. Quanto a descrição, ela não está presente em todos os episódios, quando existe é a cópia da chamada da *playlist* ou a lista de manchetes do episódio. O título e as ilustrações do episódio também são relacionados ao quadro “Tema do Dia”.

Quanto a temporalidade, como descreve Barbosa (2015, apud ASSIS, 2014), a produção atende as demandas do formato *podcast*. O conteúdo tem a duração, em média de 60 minutos, e a periodicidade semanal. Todos os episódios ficam disponíveis no ambiente digital no portal Sagres *Online*. As informações são apresentadas e debatidas se aproximando de uma linguagem educativa e de um momento de estudos fora dos tradicionais espaços escolares.

## **ESTRUTURA, LINGUAGEM E FORMATO**

Embora a primeira década (2004-2013) da produção de *podcasts* seja marcada por iniciativas pessoais, conteúdos alternativos e por uma baixa adesão das mídias tradicionais – principalmente o rádio - o cenário tem se alterado drasticamente a partir do ano de 2018 com grandes conglomerados de comunicação no Brasil, entre eles o Grupo Globo e Grupo Folha, assumindo o formato como uma alternativa de produção de conteúdo para suas plataformas em áudio. O cenário que assumia contornos de nicho, se amplia com o aumento de público e de variedade de produções.

Além de dar força à democratização da produção e consumo de informação, os *podcasts* rompem com uma estrutura tradicional da programação radiofônica: a necessidade de transmissão 24 horas por dia, já que cada usuário não quer e nem pode estar conectado todo o dia. Neste formato, o conteúdo sonoro fica disponível para qualquer pessoa até que ela decida o momento ideal e a quantidade de tempo disponível para ouvir.

Quanto a linguagem, o *podcast* vive em um mundo híbrido. Não chega ser surpreendente para um produto que nasce no ambiente digital. Riaño (2017) compara a linguagem do *podcast* com o surgimento do canal televisivo MTV que apresentavam os

*videoclips* musicais que duravam o tempo da canção e que não existiam antes. O autor explica que não eram cinema por usar câmeras, não era rádio por ter músicas, não eram programas de televisão por estar em vídeo, não eram documentários mesmo que contassem histórias e não eram show mesmo que parecessem trechos de apresentações. “Não era nada disso e era tudo ao mesmo tempo” (RIAÑO, 2017, s/p)

Barbosa (2015) aproxima a linguagem do *podcast* a do radiodocumentário por sua característica de aprofundamento de temas, exploração dos sons, especialização de conteúdos e oportunidade de gerar conhecimento que muitas vezes a programação do rádio, pela instantaneidade da divulgação e pelo formato rígido da programação por causa do tempo, não permite.

Depois de analisarmos o formato e a linguagem, chegamos à construção do conteúdo. Silva (2019) e Nickel, Oliveira e Kalsing (2020) reconhecem o potencial do formato *podcast* para a produção jornalística. Os assuntos são selecionados a partir de uma agenda atual da sociedade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O jornalista, que se torna *podcaster*, precisa se preocupar com a distribuição do conteúdo produzido. Agora existe três fases: a primeira é da produção e as estratégias de pesquisa, apuração, gravação e edição – bem íntima ao jornalismo; a segunda relacionada com a distribuição no maior número de plataformas chegando até o usuário; e, por fim, a terceira e última, as estratégias para estimular o clique no *play* por parte do usuário que só a partir de agora oferecerá um de seus ativos mais valiosos: atenção e tempo.

A Rádio Sagres se movimenta na intenção de romper a lógica da relação entre a sua versão *online* – Sagres Online – e a sua versão analógica, a emissora de rádio. Deixando de ser apenas um espaço de arquivo da rádio para se tornar o espaço de independente e autônomo. A emissora de rádio AM se junta às diversas plataformas digitais de distribuição do conteúdo, o qual pode ser retransmitido de forma síncrona ou não.

Neste ponto, como explica Jenkins (2008), o Sagres Internacional se adequa a estrutura e a linguagem radiofônica para fazer uso do poder de amplificação do alcance reconhecidamente pertencente as mídias tradicionais. As técnicas de convergência e de

*crossmídia*, além de atenderem audiências específicas e com maior poder de exigência no ambiente digital, se tornam produto da transmissão em massa para um público diferente daquele identificado na plataforma de origem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Isabela Cabral. **Jornalismo Narrativo em Podcast**: Uma análise da linguagem, da mídia e do cenário. Orientador: Dra<sup>a</sup> Patrícia Maurício. 71 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Jornalismo) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2015.

CRISTINA, Nayara. DANTAS, Michelle. **Rádio Clube de Goiânia: a primeira voz de Goiás**/ Michelle Dantas, Nayara Cristina. Goiânia: UCG/Kelps, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. – São Paulo: Aleph, 2008.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu Costa. – São Paulo: Ed.34, 1999.  
LUIZ, Lúcio; ASSIS, Pablo. **O Podcast no Brasil e no Mundo**: um caminho para a distribuição de mídias digitais. Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Caxias do Sul, RS, p. 1-15, 2010. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS. 2010.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. – 1<sup>a</sup> Edição. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

NICKEL, Barbara. OLIVEIRA, Felipe. KALSING, Janaína. **A notícia contada, explicada e conversada**: colaboração e mediação no jornalismo praticado em podcast no Brasil. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, vol 22, nº3, Dezembro 2020, p.148-161 – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – 2020.

RIAÑO, Félix (2017). **Todo sobre el Podcast**. Amazon. Acessado em 30 mai. 2021.  
SILVA, Daniel Gonzaga de Lima Atanásio. **Jornalismo Em Formato Podcast**: O caso Presidente Da Semana. Uberlândia-MG - 2019.