

**PODCASTS JORNALÍSTICOS NO BRASIL: Mapeamento de produções e
detalhamento das principais características dos conteúdos produzidos no período
de 2021-2022**

Isadora, RICARDO; Graziela, BIANCHI
Universidade Estadual de Ponta Grossa/UEPG

INTRODUÇÃO

Inicialmente, o podcast era desenvolvido de forma amadora. Diferente do rádio, o podcast é um arquivo de mídia que está à disposição do ouvinte o tempo todo, enquanto o servidor em que ele está hospedado estiver funcionando, assim, o usuário pode escutar programas antigos sem quaisquer dificuldades. Dados informados pela Kantar Ibope Media (MEIO E MENSAGEM, 2022), traz o Brasil como o quinto país em crescimento na produção de podcasts em 2021, além disso, 57% dos usuários brasileiros com acesso a internet passaram a ouvir produções em áudio durante o período da pandemia de Covid 19.

A pesquisa analisou as plataformas Deezer e Spotify, na seção podcasts de Notícia e Política. Os streamings foram escolhidos devido ao alcance obtido no Brasil, e pelo fato de terem planos gratuitos para escuta de áudios. Foram selecionados os 50 primeiros programas de cada plataforma, que em 12 de maio de 2022, data da sistematização de dados, estavam listados como os mais populares. A sistematização aconteceu através de seis categorias: periodicidade, tempo de existência, natureza das produções, nacionalidade, descrição dos podcasts e número de episódios até a data mencionada.

MÉTODOS E RESULTADOS

Após a sistematização, foram selecionadas três categorias: natureza, descrição e título. Se o programa fosse produzido por canais jornalísticos ou com natureza vinculada a empresas jornalísticas, ele era considerado jornalismo. Como resultado, dos 50 podcasts do Spotify, 30 foram considerados jornalismo, já na Deezer, 42 tinham como gênero principal, o jornalismo. A partir destes números, analisamos se nos programas encontrávamos características de podcasts. No Spotify, dos 30, 21 se encaixaram como podcast jornalístico. Na Deezer, dos 42, 19 produtos são considerados podcasts.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As descrições dos programas muitas vezes são insuficientes para que o usuário possa ser informado sobre o que se trata aquela produção, carecendo de dados básicos necessários. Além disso, o não cumprimento da periodicidade informada dificulta o acompanhamento por parte dos ouvintes. Os resultados mostram que do total dos podcasts inicialmente analisados, 72 podem ser considerados produtos jornalísticos, porque suas características condizem com o informado. Destes 72, a classificação de podcast jornalístico mostra que somente 40 se encaixam na seção indicada. Sendo assim, de 99 podcasts categorizados como de Notícias e Política, somente 40 estão na classificação correta, ou seja, podcasts jornalísticos.

REFERÊNCIAS

- BUFARAH, Álvaro. **Proposta de Classificação de Podcasts Jornalísticos na internet brasileira**. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Virtual, 2020.
- DUARTE, M. R. C. **O podcast como elemento de plataforma no jornalismo: uma análise sobre a produção dos podcasts “café da manhã”, “durma com essa” e “o assunto”**. 2021. 150 p. Dissertação (Mestre em Ciências da Comunicação) - Unisinos, São Leopoldo, 2021. Disponível em:
http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9837/Michelle%20Raphaelli%20Camargo%20Duarte_.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em: 28 ago. 2022.
- FREIRE, E. P. A. **Conceito educativo de podcast: um olhar para além do foco técnico**. In: Educação, Formação e Tecnologias. vol. 6, n. 1, 2013. Disponível em:
<http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/340>. Acesso em 28 ago. 2022.
- MEIO E MENSAGEM. **“Estamos à beira do podcast se tornar mainstream”, diz diretor do Spotify**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2022/04/01/estamos-a-beira-do-podcast-se-tornar-mainstream-diz-diretor-do-spotify.html>. Acesso em 09 set. 2022
- SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 2, n. 1, p. 95-107, Florianópolis, 2005.