

Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileiramarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Vaisbih, Renato

Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via podcast

Revista Brasileira de Marketing, vol. 5, 2006, pp. 13-25

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747514002>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

# Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via *podcast*



**Renato Vaisbih**

Mestre em Comunicação e Semiótica – PUC-SP;  
Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo – Faculdade de

Comunicação Social Cásper Líbero (SP).

Professor da disciplina radiojornalismo;  
Coordenador de produtos jornalísticos – Uninove.

São Paulo – SP [Brasil]  
[renatov@uninove.br](mailto:renatov@uninove.br)



**M**uito já se falou sobre como os avanços tecnológicos nas mais variadas áreas do conhecimento humano viabilizaram a existência do rádio, mesmo após o surgimento de outros veículos de comunicação mais modernos e com o suporte da imagem, como a televisão e a internet. A constante adaptação da linguagem, da produção da informação e da maneira como o público recebe a programação foi fundamental para a que o rádio continuasse existindo.

Nesse cenário, o radiojornalismo se destaca como uma das principais opções para manter os ouvintes e ainda conquistar as novas gerações, graças ao dinamismo e agilidade para transmitir os últimos acontecimentos de interesse público nos grandes centros urbanos, como São Paulo ou Nova York. Isso apenas se tornou possível por causa de duas características adquiridas pelo rádio com os avanços tecnológicos: a possibilidade de transmissão ao vivo, no momento em que os fatos acontecem, e a portabilidade, como enfatiza Meditsch (2001, p. 244):

O aspecto que primeiro chama a atenção na especificidade da situação comunicativa criada pelo rádio é a portabilidade de sua recepção. Esta característica, que foi melhor realizada com a incorporação da tecnologia do transistor aos aparelhos receptores, é no entanto anterior a ela e remonta à origem da concepção da telefonia sem fio. Os receptores à galena eram de pequeno porte, e mesmo os primeiros que utilizaram válvulas, embora de dimensões avantajadas, funcionavam à bateria, o que permitia alguma

mobilidade (ainda que nas costas de um burro ou numa carroça), e com ela o seu uso na guerra, em navios e aviões civis, ou simplesmente em atividades de lazer ao ar livre.

No início da década de 1960, o rádio começa a enfrentar a concorrência da televisão, mas é salvo pela possibilidade de renovação da linguagem com a fabricação dos aparelhos portáteis pequenos, como explica Ortriwano (1985, p. 22): “Mas é na área da eletrônica que o rádio encontra seu mais forte aliado, que vai permitir que ele explore plenamente seu potencial: o transistor começa a revolucionar o mercado”.

Com o “radinho de pilha”, o ouvinte passa a ter condições de acompanhar a programação fora de casa. A produção do conteúdo da programação jornalística se transforma, abrindo espaço, por exemplo, para a transmissão de informações sobre as condições do trânsito e auxiliando os motoristas a escapar de congestionamentos. Além de dirigir acompanhando as notícias, o ouvinte passou a ter a possibilidade de se dedicar a outras tarefas rotineiras com o rádio ao lado, como trabalhar, praticar exercícios físicos, tomar banho, fazer a barba, cozinhar e arrumar a casa.

Outra característica do rádio desde os primórdios é a transmissão ao vivo, em tempo real. Isso ocorreu desde o primeiro momento, já que os gravadores de áudio sequer existiam à época em que o rádio começou a funcionar no Brasil, na década de 1920. Com o passar dos anos, porém, alguns programas começaram a ser gravados simplesmente por uma questão da estética sonora, para evitar erros e seduzir os ouvintes com uma produção mais elaborada. No radiojornalismo, porém, as transmissões ao vivo continu-

am, até hoje, sendo o grande diferencial do veículo, como ressalta Jung (2004, p. 145-146):

No rádio, ao contrário do jornal e da televisão, não existe *deadline*. Não se sai à rua com o objetivo de entregar material pronto ao fim do expediente. O prazo para o fechamento é determinado pela importância da notícia. Esperar o fim da entrevista coletiva para divulgar a informação que pode ser reproduzida ao vivo é um desserviço ao público. O repórter deve publicar o fato conforme este for apurado, ressaltando que outras fontes serão ouvidas no decorrer da programação. Ao concluir a reportagem, entrega o material consolidado para o editor.

A agilidade que se espera do repórter de rádio foi potencializada, na década de 1990, pela crescente utilização dos telefones celulares e da internet. Essas duas novidades tecnológicas fizeram com que a linguagem passasse por diversas transformações na produção e na recepção da informação, apesar de a adaptação ser lenta e gradual, como indica Prado (2006, p. 157-158):

Aparentemente, o mais comum deveria ser as emissoras tradicionais colocarem o áudio ao vivo, para possibilitar a audição para ouvintes fora do alcance da sintonia do dial, e acompanharem a evolução da era da informação. No entanto, muitas delas ainda não possuem essa forma de comunicação. Mas é notória a possibilidade que a digitalização proporcione

na na distribuição da programação radiofônica pela Web. E o retorno positivo do público traz a necessidade de maior discussão a respeito da expansão do conteúdo de rádio, disponível para um número cada vez maior de internautas-ouvintes.

A influência dos telefones celulares na transmissão radiofônica também foi percebida rapidamente. A Rádio Eldorado, de São Paulo, foi a pioneira, como publicou o jornal *O Estado de São Paulo*, no dia 6 de agosto de 1993:

Começa a funcionar hoje em São Paulo o sistema de telefonia celular. Serão distribuídas pela Telesp, que recebeu mais de cem mil inscrições, as primeiras 21 mil linhas. A Rádio Eldorado, do Grupo Estado, foi uma das primeiras usuárias do sistema: o repórter Nélson Laginestra usou um desses aparelhos, ontem, para transmissão direta de noticiário, em ruas da cidade.

A chegada da telefonia móvel tornou a comunicação do repórter com a sede da emissora mais ágil. Assim, nas entrevistas coletivas com políticos ou jogadores e técnicos de futebol, o antigo gravador de fitas magnéticas foi substituído pelos celulares, com a transmissão das declarações ao vivo sem a necessidade de um emaranhado de cabos e fios, como acontecia anteriormente nas sessões do Poder Legislativo ou nos gramados dos estádios de futebol. As transmissões dos jogos do esporte mais popular do Brasil, aliás, na análise de Tota (1990, p. 113), já dependia da telefonia há muito tempo:

Em 1931, Nicolau Tuma foi chamado pela direção da Educadora para irradiar uma partida de futebol. Antes dele, as partidas eram feitas através de telefones e depois as informações do jogo eram passadas pelos alto-falantes, que muitas vezes estavam localizados em lugares públicos, como, por exemplo, na confeitoria Mimi situada no Vale do Anhangabaú.

A recepção da programação radiofônica também sofreu influência, ainda que discreta, com a evolução da tecnologia aplicada na fabricação dos aparelhos de telefones celulares, uma vez que diversos modelos oferecem, dentre os mais variados recursos, a recepção do sinal de rádio, principalmente na banda FM. Com isso, o ouvinte pode sair de casa somente com o celular e ainda assim acompanhar a programação jornalística, mantendo a característica da portabilidade.

Nos telefones celulares que oferecem mais recursos também já é possível ter acesso à internet, inclusive com a programação de áudio e imagem de diversas empresas de rádio e televisão. O maior empecilho, porém, é o preço destes aparelhos para os consumidores.

Com relação ao rádio, a internet foi muito festejada pelo fato de uma emissora poder ser ouvida em qualquer lugar do mundo, além de interagir com outras formas de linguagem, como apontam Barbeiro e Lima (2001, p. 35-36):

Caminha-se para o fim da irradiação e sua substituição pela navegação na rede. A concorrência vai se desenvolver entre as rádios individuais, do bairro, da cidade, do país, do continente ou do mundo. A nova tecnologia iguala todas as emissoras, não im-

porta onde estejam, uma vez que tecnicamente estão todas igualmente preparadas. Caem as fronteiras nacionais e globaliza-se o rádio. Com o simples clicar do mouse, é possível ouvir uma rádio de Nova York, Manila, Zagreb ou da Rocinha. É um mundo novo que se escancara diante do ouvinte-internauta, sem barreiras, sem possibilidade de cerceamento.

O problema, no entanto, é que, ainda hoje, o acesso à internet móvel é restrito, às vezes por conta do elevado custo financeiro; outras, pelas restrições tecnológicas. Assim, o radiojornalismo perde a portabilidade. Um turista que estiver passando férias no Japão, por exemplo, e quiser acompanhar a transmissão de uma partida de futebol do seu time por uma emissora brasileira terá de ficar dentro do quarto de hotel, diante do monitor do computador.

Se por um lado, o rádio teve a característica da portabilidade reduzida com a chegada da internet, por outro, potencializou a agilidade do veículo e a transmissão da informação em *real time*, ou em tempo real, não apenas na forma escrita, como foi festejado pelos principais portais, mas também no rádio, com as emissoras transmitindo sua programação *on-line* ou mesmo utilizando-se das ferramentas da rede mundial de computadores para fazer inovações.

Em 1998, durante a realização da Copa do Mundo da França, o autor do presente artigo teve a oportunidade de produzir o extinto *Jornal do Meio Dia*, na Rádio Bandeirantes de São Paulo. Na ocasião, a maior parte do material era produzida na sede da emissora, no bairro paulistano do Morumbi, mas o programa era apresentado direto da França,

pelo jornalista Eduardo Castro. Os textos, edições e indicações técnicas eram transmitidos em *real time*, pela internet.

A internet também viabiliza o avanço tecnológico mais recente que apresenta uma renovação da linguagem radiofônica jornalística: o *podcast*, que começou a se tornar conhecido entre os usuários da internet no Brasil em 2005, também chamado de *podcasting*. Trata-se de um programa de rádio que pode ser ouvido diretamente no computador ou baixado para tocadores de *MP3 player*.

O *MP3* é um formato de áudio digital disponível, inicialmente, para ser ouvido apenas nos computadores e que pode ser transmitido via internet, o que continua sendo uma fonte de preocupação para a indústria fonográfica por causa das cópias ilegais de produções artísticas, violando os direitos autorais. A vantagem do formato é que as gravações ocupam um “espaço” digital menor, com o arquivo comprimido, armazenando uma quantidade maior de informação, sem perder a qualidade do áudio.

Pouco depois, surgiram os aparelhos de *MP3 player* portáteis, possibilitando que os usuários façam *download* das músicas do computador para pequenos aparelhos. Diversos modelos foram lançados pelos fabricantes nos últimos anos, sendo que o mais vendido e conhecido internacionalmente, inclusive com versões mais sofisticadas que armazenam até vídeos (no formato *MP4*, que reproduzem os chamados *videocasts*), é o *Ipod*, da empresa norte-americana Apple.

Com o desenvolvimento de diversos *softwares*, também se tornou possível gravar programas de rádio e fazer *download* para estes aparelhos, os chamados *podcasts*. O nome, de acordo com o site <[http://blig.ig.com.br/faq\\_podcasting.php](http://blig.ig.com.br/faq_podcasting.php)>, “nasceu da junção de *Ipod*, o aparelho de *MP3* da

Apple, e *casting*, que é transmissão em inglês". Apesar de fazer referência direta ao aparelho de um único fabricante, os *podcasts* podem ser ouvidos em qualquer *MP3 player* ou até mesmo no *desktop*. Para o ouvinte, basta fazer um cadastro para, cada vez que estiver disponível um novo programa, ter as atualizações no seu computador pessoal e, após a transferência de dados, também no seu *MP3 player*.

Como qualquer pessoa com um microfone e *softwares* adequados instalados em seu computador pode gravar um programa de rádio, existem *podcasts* sobre os mais variados temas, muitas vezes se caracterizando como um diário falado de alguns dos internautas. Por conta disso, o suplemento Link, do jornal *O Estado de São Paulo*, no endereço eletrônico <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_secao=183](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_secao=183)>, explica que foi criado "um diretório para agrupar esses programas de rádio caseiros, que estão para o rádio tradicional assim como os *blogs* estão para os jornais".

Portanto, assim como ocorreu com os *blogs*, pessoas anônimas e até personalidades internacionais passaram a gravar seus *podcasts* e deixá-los disponíveis na internet. E também existem os programas temáticos, cada vez mais segmentados, elaborados por grupos de pessoas com interesses em comum e, como não podia deixar de ser, os *podcasts* produzidos por agências de publicidade para promover produtos de seus clientes e por grandes grupos de comunicação.

Nesta última categoria, estão os programas de rádio, não apenas das emissoras tradicionais, mas programas jornalísticos, com notícias atualizadas periodicamente, produzidos pelos principais portais de informação na internet, jornais impressos, emissoras de televisão e editoras de revistas. Com isso, tornaram-se muito mais amplas as opções

para o ouvinte que busca informação sobre os fatos que se destacam no noticiário. A segmentação é a marca dos podcasts jornalísticos, uma vez que o ouvinte pode escolher qual tipo de informação vai “baixar” para o seu aparelho: política nacional, política internacional, macroeconomia, agronegócios, basquete, vôlei, futebol, cinema, teatro, música clássica, dança, violência urbana ou o que mais estiver ao alcance da imaginação dos responsáveis pela produção de conteúdo.

O que se conclui, portanto, é que o *MP3 player* e os *podcasts* recuperaram a portabilidade do rádio que havia sido reduzida com a veiculação de programas pela internet, já que é possível gravar (fazer o *download*) os programas no aparelho portátil e escutá-los em qualquer lugar. Tal constatação é feita pela jornalista e *radiomaker* Magaly Prado, em uma gravação disponibilizada em seu blog <<http://magalyprado.blog.uol.com.br>>:

O *podcast*, como tem a questão da portabilidade, da mobilidade, você pode ouvir aonde quiser. Então, vamos supor, eu vou baixar todos os meus programas preferidos de podcast ou audiocast, como vocês preferirem chamar, e vou viajar, seja lá para aonde eu for. Ou então eu já estou viajando, eu estou fora do país e recebo pelo meu computador, pelo meu laptop ou meu palmtop eu recebo os *podcasts* dos meus amigos do Brasil, baixo no meu *playerzinho*, seja ele qual for, não precisa ser o *Ipod*, pode ser qualquer *player*, e ouço este programinha em qualquer lugar.

Por outro lado, a transmissão ao vivo, no momento em que os fatos acontecem, não é possível via *podcast*. Para acompanhar as últimas notícias, o ouvinte ainda vai precisar de um rádio convencional ou ter condições financeiras para adquirir e manter aparelhos que disponibilizam a internet móvel.

O *podcast*, enfim, força uma renovação na linguagem radiofônica jornalística, uma vez que as informações mais recentes e importantes já foram vistas na própria internet, na televisão ou no rádio convencional. O *podcast* precisa ir além, precisa apresentar análises e comentários, assim como Noblat, responsável por um dos principais *blogs* jornalísticos no Brasil, defende para o jornal impresso:

A tendência geral é de as pessoas procurarem cada vez mais na internet notícias em tempo real, quase sempre servidas em estado bruto. Mais tarde poderãovê-las na televisão. Ou na mesma hora caso sintonizem a CNN ou as acessem via internet. Por que pagarão caro para ler nos jornais o que já escutaram na véspera no rádio, leram na internet ou viram na televisão? (NOBLAT, 2003, p. 99).

Se não for analítico, o *podcast* jornalístico não tem razão de existir. A portabilidade é o seu grande trunfo, já que não pode ser ao vivo. Caso contrário, é melhor deixar a nova ferramenta apenas para os jovens que gostam de contar as suas aventuras para o mundo nos *blogs* e, agora, também nos *podcasts*.

## R<sub>eferências</sub>

- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. *Manual de radiojornalismo*. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- JUNG, M. *Jornalismo de rádio*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. 1. ed. Florianópolis: Insular; Ed. da UFSC, 2001.
- NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- ORTRIWANO, G. S. *A informação no rádio: os grupos de poder e determinação dos conteúdos*. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PRADO, M. *Produção de rádio: um manual prático*. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- TOTA, A. P. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo, 1924-1934*. 1. ed. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura/PW, 1990.

## S<sub>ites consultados</sub>

Disponível em: <[http://blig.ig.com.br/faq\\_podcasting.php](http://blig.ig.com.br/faq_podcasting.php)>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=2888](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=2888)>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.apple.com/ipod>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.apple.com/itunes/podcasts>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.ipodder.org>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.terra.com.br/podcast/capa.htm>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.kaiser.com.br>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.agenciapode.com.br>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://www.eupodo.com.br>>. Acessado em: 19 maio 2006.

Disponível em: <<http://magalyprado.blog.uol.com.br>>. Acessado em: 16 set. 2006.

**Para referenciar este texto:**

VAISBIH, R. dos. Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via podcast. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 5, p. 13-25, 2006.

